

Inhalt ausführlich

1 Die Zukunft ist jetzt.	12	Kann man auf Online-Massnahmen verzichten? Nein: Eine Kommunikations-Strategie ohne Netz-Strategie ist keine Kommunikations-Strategie.
2 Die Strategie entscheidet – wohin wollen Sie?	14	Muss man alle Online-Mittel einsetzen? Nein: Die Auswahl hängt ab von den Zielsetzungen. Wichtig sind der Abgleich mit allen Kommunikationsmitteln und die Verbindung von Strategie und Taktik. Mit Praxisbox Nestlé.
3 Die Eigenheiten der Netz-Kommunikation.	24	Jede Netz-Umsetzung muss sich auf zwei grundlegende Realitäten ausrichten: die Darstellung auf Monitoren und die Vernetzung der Zielgruppen.
4 Schnelle Tipps für Online-Texte.	28	Wie werden Texte für Bildschirme optimiert? Drei Grundanforderungen und sieben Tipps für die schnelle Anwendung.
5 Was ist gute Medienarbeit?	32	Der Schritt ins Netz bringt nichts, wenn die Grundlagen fehlen. Was macht gute Medienarbeit ganz generell aus? Welche Chancen und Gefahren bringt die Online-Umsetzung? Praxisbox mit Sat.1 und NZZ.
6 Was Journalisten wollen, was sie meiden.	40	Eine Schweizer und eine amerikanische Studie zeigen, wie Journalisten das Netz für ihre Arbeit einsetzen. E-Mail ist omnipräsent, Webseiten sind wichtige Recherchequellen.
7 Sieben Netz-Sünden und fünf Tipps.	48	Sieben Fallstricke und fünf Empfehlungen fassen zusammen, worauf man beim Einsetzen der später beschriebenen Instrumente achten soll.
8 E-Mail: Der neue Standard.	54	Wie werden E-Mails gelesen? Wie macht man bessere E-Mails, vom Text über Anhänge bis hin zum Versand? Praxisbox mit den Mediensprechern von Migros und Lidl.
9 SMS: Das schnelle Kurze.	70	Wo ergänzen mobile Kurznachrichten die Medienarbeit? Was ist für die Nutzung vorzubereiten? Praxisbox mit den Schweizerischen Bundesbahnen SBB.
10 Der Mediacorner: Ein 24-Stunden-Infodesk.	76	Was sind die Mindestanforderungen für jede Medien-Website? Was ist bei der Umsetzung zu beachten? Welche Ressourcen sind nötig? Praxisbox mit der UBS.

11 Podcast: Audio und Video unterwegs.	92	Wie werden Audio- und Video-Konserven für iPod, Mobiltelefone und andere mobile Geräte aufbereitet? Was bringt diese Möglichkeit für die Medienarbeit?
12 Weblog: Smalltalk mit Potenzial.	100	Was bringen Netz-Tagebücher aus PR-Sicht? Welche Anwendungsformen gibt es? Wie lässt sich der Einsatz strategisch beurteilen? Praxisbox mit einem Fundraising-Fachblog.
13 Weblog: Wie umsetzen?	112	Welchen Ansprüchen müssen Weblog-Inhalte genügen? Welche Ressourcen sind dafür einzusetzen? Wie geht man mit Kommentaren um? Praxisbox mit namics.
14 Weblog: Vom Umgang mit Bloggern.	124	Wie adressiert man Weblog-Autoren in der Medienarbeit? Welche Lehren lassen sich aus zwei Beispielen ziehen? Praxisbox mit Robert Scoble, Microsoft.
15 Wiki: Wissen von allen, für alle.	134	Was sind Wikis? Gibt es neben Wikipedia weitere Beispiele? Wo liegt ihr Potenzial für die Medienarbeit? Praxisbox mit dem Herzkinderwiki.
16 Von E-Mail bis Weblog: Was wofür?	140	Alle Instrumente im Überblick, für den besseren Abgleich. Mit den Kriterien Inhalt, Periodizität, Mediensicht, Relevanz. Und dem Hinweis, dass Medien im Netz Informationen immer selektiver abrufen.
17 RSS und Tags: Das neue Netz-Lesen.	144	Wie zwei Netz-Technologien das Informationsverhalten der Medien und weiterer Zielgruppen grundlegend verändern. Und wie sie sich einsetzen lassen.
18 Netz-Monitoring: Eine uferlose Geschichte.	150	Tipps und Links für die Meinungsanalyse im Netz, von Webseiten bis Weblogs, von Podcast bis Wiki. Mit einer Grafik zur Themenbeschleunigung und Verhaltenstipps bei Online-Attacks.
19 Ich-Verleger und die neue Medienarbeit.	162	Das Netz macht immer mehr Menschen zu Ich-Verlegern. Ihre zunehmende Bedeutung als Meinungsmacher verändert die Medienarbeit.
20 Die Zukunft: Netz-Reputation.	168	Die wichtigsten Trends für die Zukunft der Medienarbeit im Netz. Wie sich Konsumenten, Medien und PR-Praxis verändern. Ansätze für den Aufbau einer Netz-Reputation.