



Neue Studie: Online-PR ist die Zukunft der Unternehmenskommunikation

86 Prozent der Unternehmen setzen zukünftig vermehrt auf Online-PR und Social Media

Die Studie [„Zukunft der Unternehmenskommunikation“](#) von PR-Gateway beschäftigt sich mit der Entwicklung der Kommunikationsarbeit in Unternehmen und Agenturen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Online-PR bereits für dreiviertel der befragten Teilnehmer ein wichtiges Instrument der täglichen Unternehmenskommunikation ist und ihre Bedeutung zukünftig mit einem Zuwachs von rund 12 Prozent rechnen kann. Kennzeichnend für den wachsenden Stellenwert der Online-PR ist auch das hohe Interesse an nützlichen Instrumenten für die Kommunikation im Web. Unternehmen und Agenturen haben bereits Content Marketing (63,4 Prozent), SEO (56,3 Prozent) und Social Media (47,5 Prozent) fest in ihre tägliche Kommunikationsarbeit etabliert.

Online-PR im Fokus der Unternehmen

Das Internet hat die Kommunikationsarbeit der Unternehmen und Agenturen nachhaltig verändert. Gezielte Steuerung der Unternehmensinformationen auf Presseportalen, Newsdiensten und Social Media Portalen sowie der direkte Dialog mit Interessenten und Kunden stellen PR-Verantwortliche vor neue Herausforderungen. Die Studie zeigt allerdings, dass rund 74 Prozent der befragten Teilnehmer sich der Herausforderung stellen und die Online-PR bereits als festen Bestandteil in Ihre Unternehmenskommunikation eingebunden haben. Für die Zukunft soll die Bedeutung



der Online-PR um rund 12 Prozent steigen. Dabei ist das Interesse der Unternehmen mit über 14 Prozent größer als bei Agenturen (knapp 10 Prozent).

Online-Medien verdrängen Zeitung und Co.

Das Internet bietet zahlreiche Kommunikationsplattformen wie Presseportale, RSS-Feeds, Blogs und Social Media auf denen Unternehmen und Agenturen ihre Inhalte selbst veröffentlichen können. Im Gegensatz zur klassischen PR bei der Journalisten und Redakteure den Meldungsinhalt bestimmen, ist die Themenwahl im Web nicht beschränkt. Bereits über 87 Prozent der befragten Unternehmen und Agenturen wollen die Vorteile der Online-Medien für ihre tägliche Kommunikationsarbeit nutzen. Erst mit 57 Prozent folgen dagegen die klassischen Print-Medien wie Zeitungen und Zeitschriften.

Social Media – Direkte und dialogische PR im Trend

Die Social Networks wie Facebook, Twitter und Xing bieten Menschen ein geeignetes Kommunikationsinstrument, um mit Gleichgesinnten zu diskutieren. Für Unternehmen und Agenturen gewinnen die sozialen Netzwerke zunehmend an Bedeutung, da sie den direkten Kontakt zur Zielgruppe ermöglichen. Dreiviertel der Studienteilnehmer bezeichnen Social Media derzeit als einen festen Bestandteil ihrer täglichen Kommunikationsarbeit. Das Interesse für die Social Networks wächst und über 82 Prozent der Unternehmen und Agenturen sehen in Facebook und Co. eine der wichtigsten Aufgaben der zukünftigen Unternehmenskommunikation.

Content Marketing - mit relevanten Inhalten Kunden gewinnen

Die Menschen nutzen das Internet vorwiegend, um Antworten auf ihre Fragen oder Lösungen zu ihren Problemen zu erhalten. Während reine Werbung zunehmend in den Hintergrund rückt, steigt das Bedürfnis nach nützlichen und informativen Inhalten. Mit relevanten Informationen können Unternehmen und Agenturen das Interesse ihrer



Zielgruppen wecken und ihre Kundengewinnung maßgeblich fördern. Bereits über 62 Prozent der Studienteilnehmer sehen Content Marketing gegenwärtig als wichtigen Schwerpunkt ihrer Unternehmenskommunikation. Auch zukünftig wird die Bedeutung von zielgruppenrelevanten Inhalten weiter steigen. Rund 75 Prozent der Unternehmen und Agenturen wollen in der Zukunft verstärkt Content Marketing als festen Bestandteil ihrer täglichen Kommunikationsarbeit etablieren.

Über Suchmaschinen direkt zur Zielgruppe

Die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit von Unternehmensinformationen im Internet ist ein wichtiges Thema, um die eigenen Inhalte gezielt zur Zielgruppe zu bringen. Die Suchmaschinenoptimierung (SEO) bietet zahlreiche nützliche Instrumente, die Platzierung der Informationen in Google und Co. signifikant zu verbessern. Besonders das Grundverständnis um Keywords, Keyword-Dichte und Link-Building trägt einen großen Teil dazu bei, um Online-PR Kampagnen im Internet sichtbarer zu positionieren. Während die Suchmaschinenoptimierung schon gegenwärtig für mehr als die Hälfte der Unternehmen und Agenturen einen hohen Stellenwert in der Kommunikationsarbeit hat, so steigt die Relevanz suchmaschinenoptimierter Online-PR Inhalte zukünftig noch um 20 Prozent.

Der Online Presseverteiler überholt den klassischen PR-Verteiler

Laut Studienergebnissen gehören Monitoring und Presseverteiler zu den am häufigsten genutzten Diensten, wobei die Online-Presseverteiler mit etwa zwei Prozent sogar leicht wichtiger für die tägliche Kommunikationsarbeit sind als die klassischen PR-Verteiler. Während klassische Presseverteiler auf bestimmte Kontakte und Auflagenzahlen beschränkt sind, ermöglicht der Online-Presseverteiler mittels Multiplikatorleistungen [die vielfache Veröffentlichung von Online-PR Inhalten auf vielen verschiedenen Portalen](#). So können Unternehmen und Agenturen ihre tägliche Kommunikationsarbeit effizienter gestalten.



PR-Gateway

FACHBEITRAG

Impressum:
ADENION GmbH
Merkatorstr. 2
41515 Grevenbroich
Tel. 0 21 81 – 75 69 140
Fax 0 21 81 – 75 69 199
presseinfo@pr-gateway.de
<http://www.pr-gateway.de>
<http://pr.pr-gateway.de>
<http://www.twitter.com/prgateway>
<http://www.facebook.com/PRGateway>
<http://gplus.to/PRGateway>

Weitere interessante Zahlen und Fakten zur Entwicklung der täglichen Kommunikationsarbeit sowie nützliche Literaturhinweise finden Sie in der frei abrufbaren Studie [„Zukunft der Unternehmenskommunikation“](#).

