



"K2": Tagung Onlinekommunikation. Facebook, twitter, Xing, Youtube & Co – wie positioniere ich meine Organisation?

Berlin, 23.3.2010: Die Referenten der K2-Fachtagung „Onlinekommunikation“ am 16./17. Juni 2010 in Düsseldorf stehen fest. Hochkarätige Experten aus der Unternehmenskommunikation verraten, wie sie die digitalen Kanäle für ihre Zielgruppenansprache nutzen:

- Gunnar Bender, e-plus
- Christian Cordes, Coca-Cola Deutschland
- Tatjana Festerling, Metronom Eisenbahngesellschaft
- Sina Hempel, Danone Waters
- Marc-Sven Kopka, Xing
- Sean MacNiven, SAP
- Madlen Nicolaus, Kodak
- Kay Oberbeck, Google
- Stephan Öri, Audi
- Ramona Qualitz, T-Systems

Außerdem: Wie nutzt eine kampagnenstarke Organisation wie Greenpeace das Netz?
- Volker Gaßner, Greenpeace

Drei Workshops zu den Themen Onlinemonitoring, Social-Media-Strategie und Einrichtung eines Social-Media-Newsrooms runden das Programm ab.

Als „individualisiertes Massenmedium“ (Otto-Kommunikationschef Thomas Voigt) wird das Internet künftig eine dominierende Rolle in der professionellen Kommunikation spielen: Es wird mehr Dialog mit Kunden und Stakeholdern geben müssen, weniger Kontrolle über Kernbotschaften und Reputation geben können – unabhängig davon, ob sich twitter, Facebook oder andere, bis dato kaum bekannte beziehungsweise neue Plattformen durchsetzen.

Unternehmen, Verbände und Organisationen stehen vielfach noch hilf- oder ratlos vor den neuen Medienphänomenen. Wer kümmert sich wie um welche Medien? Wer darf alles im Namen des Unternehmens twittern, bloggen und vernetzen? Welche Kanäle nutze ich mit welchen Inhalten für welche Zielgruppen? Übersteigt das Risiko nicht den Nutzen? Es gibt viele Beispiele, wie eine gelungene Onlinekommunikation dabei hilft, die Ziele der eigenen Institution zu erreichen.

„Online only“ ist zwar kein Allheilmittel und kein Muss. Um überhaupt eine valide Entscheidungsbasis zu haben, sollten sich PR-Profis und Kommunikatoren allerdings im Thema „heimisch“ fühlen. Die Tagung Onlinekommunikation soll Anregungen liefern, wie professionelle Kommunikatoren die Datenkanäle für sich und ihre Organisation gewinnbringend nutzen können. Praktiker aus Unternehmen, Agenturen und Institutionen sprechen über ihre Erfahrungen in der Onlinekommunikation und geben Anregungen, wie sie sich das Netz zu Nutze machen können.

Weitere Informationen zur Fachtagung Onlinekommunikation:
www.socialmedia-tagung.de
Weitere Informationen zur Tagungsreihe: www.k2-gipfel.de

Pressekontakt: Madlen Brückner
E-Mail: madlen.brueckner@k2-gipfel.de
Tel.: 030-47989789



Die Veranstaltungsreihe K2 soll den Austausch über Kommunikation fördern und somit zur weiteren Professionalisierung der Branche beitragen. Das Angebot versteht sich als Ergänzung zu etablierten Angeboten der Aus- und Weiterbildung im Feld der Public Relations. Im Zentrum von K2 steht der Erfahrungsaustausch: Namhafte Kommunikationsexperten vernetzen ihr Wissen, geben es weiter und diskutieren aktuelle Entwicklungen der Disziplin. K2 ist eine Kooperation des "prmagazins" und der "school for communication and management" (scm).