

## **Abstract**

Die vorliegende Arbeit widmet sich primär der Frage, inwiefern sich die PR aufgrund des Web 2.0 verändert und somit ein anderes Denken und Arbeiten von den PR-Akteuren fordert. Ein spezielles Augenmerk liegt hierbei auf Weblogs, die auch als Online-PR-Instrument eingesetzt werden können.

Um die Forschungsfragen zu beantworten, wurden einerseits – infolge einer theoretischen Aufarbeitung – geeignete Kommunikationstheorien, der Bereich der PR, das Web 2.0 mit einem Schwerpunkt auf Weblogs sowie das Feld der Public Relations im Web 2.0 umfassend beleuchtet. Darüber hinaus wurde im Zuge von zehn Experteninterviews und einer inhaltsanalytischen Auswertung, der aus den Interviews gewonnenen Daten, qualitativ gearbeitet, um zu den Ergebnissen zu gelangen. Bei den Interviewpartnern handelt es sich um Geschäftsführer bzw. Personen in leitenden Positionen von Wiener PR-Agenturen, die nach dem Verfahren des „Theoretical Samplings“ nach Lamnek gezielt ausgewählt wurden.

Die Ergebnisse der Untersuchung haben gezeigt, dass das Web 2.0 und somit auch Weblogs die PR-Arbeit durchaus verändern, dies allerdings nur, wenn die PR-Treibenden mit dem Web 2.0 arbeiten und die neuen Instrumente auch nach den Anforderungen des Web 2.0 anwenden. Da die tatsächliche Nutzung des Web 2.0 in der PR noch mehrheitlich gering ist (mit Ausnahme einiger weniger Akteure, die sich auf das Gebiet Online-PR zumindest teilspezialisiert haben) und Weblogs noch kaum aktive Anwendung in der PR-Praxis finden, sind die Veränderungen aktuell noch nicht besonders ausgeprägt. Allerdings steigt die Kommunikation im Web 2.0 nach wie vor an, was auch damit zu tun hat, dass immer mehr Menschen mit dem Internet sozialisiert wurden, weshalb die Veränderungen in der PR-Arbeit unaufhaltsam Einzug finden werden. Diese Neuerungen beruhen primär auf einer verstärkten Interaktion mit den Bezugsgruppen, einer schnelleren und unkontrollierbaren Kommunikation, neuer und veränderter Kommunikationsinstrumente sowie einigen weiteren Umstellungen. Derzeit sträubt sich noch der Großteil der PR-Praktiker vor den Veränderungen und steht den Blogs und dem Web 2.0 insgesamt kritisch gegenüber. Hier würde eine verstärkte wissenschaftliche Aufarbeitung des gesamten aktuellen Online-PR Bereichs einen positiven Einfluss auf die PR-Akteure nehmen und vermutlich auch deren Unsicherheit und Schwellenangst lindern.