

ad publica gründet Online Relations Unit

22.09.2008, 16:00 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *ad publica Public Relations GmbH*

Presseagentur: *ad public Public Relations GmbH*

Hamburger PR-Agentur geht mit hochkarätigen Partnern in die Online-Offensive

Hamburg, 15. September 2008. Die kreativen PR-Spezialisten von ad publica bauen ihre Kompetenz auch im Web weiter aus und kündigen die Gründung einer Online Relations Unit an. Ziel der Internet-Offensive ist die Bündelung von Know-how an der Schnittstelle zwischen PR und Online-Kommunikation. Dabei bietet ad publica über eine Reihe hochkarätiger Partner die ganze Bandbreite von Online-Kommunikation an. Das Netzwerk umfasst neben denkwerk (Agentur für interaktive Kommunikation), mokono (Blog-Vermarktung), oneview (Social Bookmarking) auch sevenload (Web 2.0 Videoinhalte).

Die Hamburger Kreativspezialisten bauen ihr Angebot im Bereich Online-Kommunikation weiter aus. Damit trägt ad publica einem veränderten Kommunikationsverhalten im Internet sowie einer geänderten Medienlandschaft Rechnung. Die neue Unit unter der Führung von Torsten Panzer, geschäftsführender Gesellschafter von ad publica, soll verschiedene Aspekte abdecken: "Neben der Online-Kommunikation für große Marken, die immer stärker ins Web drängen, bieten wir auch spezielles PR-Know-how für Internetunternehmen. Dazu kommt der verstärkte Einsatz von Social Media Tools sowie die Verknüpfung von PR-Maßnahmen mit der gesamten Klaviatur der Online-Kommunikation von Viral Marketing über Blogs bis zu interaktiven Videoinhalten", erläutert Panzer den neuen Ansatz. Für Leistungen, die über das Kerngeschäft der strategischen Kommunikation hinausgehen, hat ad publica daher ein hochkarätiges Netzwerk initiiert. Dieses umfasst neben den hauseigenen Kreativen und Strategen auch Partner wie denkwerk (www.denkwerk.com: Agentur für interaktive Kommunikation), mokono (www.mokono.com: Blog-Vermarktung), oneview (www.oneview.de: Social Bookmarking) sowie sevenload (www.sevenload.de: Social Media Network für Fotos, Videos und interaktives Web-TV). Weitere Partner für spezielle Aufgaben sollen bald folgen, kündigt Panzer bereits an.

"Ein Relikt der Vergangenheit ist die Trennung zwischen Kommunikation und Internettechnologie. In Tagen des sogenannten Web 2.0-Zeitalters verschmilzt beides zum interaktiven Dialog zwischen Marken und Produkten mit den Konsumenten und Zielgruppen", kommentiert Panzer das neue Angebot. "Mit unserer langjährigen Kompetenz in kreativer Marken-PR und Corporate Communications, die immer auch schon Online-PR umfasst hat, sind wir nun in der Lage, gemeinsam mit hochkarätigen Partnern erweiterte und vernetzte Online Relations für jetzige und zukünftige Kunden anzubieten", so Panzer weiter.

Portrait

Über ad publica:

ad publica steht für kreative, aufmerksamkeitsstarke und markenaffine Kommunikation. Durch die vernetzte Arbeit mit strategischen Markenberatern verfügt ad publica über ein Höchstmaß an sogenannter „Brand related creativity“ – steht also innerhalb der PR für markentreue und ideenorientierte Kampagnen. ad publica bietet seinen Kunden verschiedene Formen der Zusammenarbeit an. So haben Auftraggeber die Wahl zwischen kurz-, mittel- und langfristigen Rahmenverträgen oder paketorientierten Pauschalpreisen. Als besondere Innovation bietet ad publica als eine der

wenigen PR-Agenturen in Deutschland außerdem die sogenannte „Erfolgsabhängige Honorierung“ an. Zu den Kunden und Referenzen von ad publica zählen unter anderem der Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller (BDTA), Charmin Toilettenpapier von Procter & Gamble, denkwerk, Dextro Energy, Föhr Tourismus, GetPrice.de, die Modeschmuckmarke Konplott, Langnese Honig, Mentor Stiftung Deutschland, Naturamed, OTTO Reisen, Snowberry, Stromauskunft.de, Talkline, Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein, Unilever Deutschland mit den Marken Brunch, Knorr, Lätta, Mondamin und Pfanni sowie das wissenschaftliche Zentrum für Markenmanagement und Marketing e. V. (ZMM).

Die Agentur wurde mit dem PR Report Award 2003 in der Kategorie „Publicity“ ausgezeichnet und für den PR Report Award 2005 mit Brand Building PR für die Marke Knorr in der Kategorie „Consumer Marketing“ nominiert.

News-ID: 244498 • Views: 160 (Stand: 07.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/244498/ad-publica-gruendet-Online-Relations-Unit.html>