

# Internationale Public Relations gezielt einsetzen

von [Lilo Thielen](#)

## **Zusammenfassung**

Systematisch angegangene Public Relations (PR) können als (Teil der) Unternehmens- bzw. Marketingkommunikation zum Unternehmenserfolg beitragen: PR mögen beispielsweise der Kundengewinnung und -bindung förderlich sein und andere Marketing- bzw. Kommunikationsinstrumente sinnvoll ergänzen. Im Vergleich zu rein nationalen Public Relations sind bei internationaler Ausrichtung die Rahmenbedingungen und organisatorischen Herausforderungen komplexer. So nehmen diverse länderspezifische Faktoren Einfluss, die es im Management der PR zu berücksichtigen gilt. Neue Medienformen (wie Social Media) und der Ausbau internetbezogener Kommunikations- und Nutzungsmöglichkeiten bieten zusätzliche Chancen, aber auch Risiken. Der folgende Beitrag geht auf ausgewählte Fragestellungen in der internationalen PR-Arbeit ein. Die Autorin möchte Denkanstöße geben, wie gerade auch mittelständische Unternehmen PR im Auslandsgeschäft sinnvoll „angehen“ können. Dabei werden absatzorientierte Überlegungen fokussiert. Ein besonderes Augenmerk gilt dem B2B-Geschäft.

Stand des Beitrages: November 2016

[1. Was sind \(internationale\) Public Relations?](#)

[2. Internationale PR-Arbeit praktisch angehen](#)

[3. Internationale PR organisieren und steuern](#)

[4. Literatur- und Linkhinweise](#)

[5. Checklisten](#)