



BLOGS:

Kommunikationstrend für Unternehmen oder Lesen im Kaffeesatz?

Was eigentlich sind Blogs?

Weblogs, kurz Blogs, sind interaktive Online Journale, die jedem Internetgast für Einsichten und Einträge offen stehen. Blog-Seiten sind einfach einzurichtende, kostengünstige Pages mit interaktivem Charakter. Genutzt werden die offenen Foren vor allem von einer jungen Web-Gemeinde für den privaten Interessenaustausch. Bei vielen, die aus professionellen Motiven auch im Internet recherchieren, gilt der unübersichtliche Kanal als Zeitvergeudung und Spielwiese für Selbstdarsteller. Doch der Trend zum Blog nimmt zu. Dabei werden auch viele Foren mit sachlich seriösen Informationen aufgelegt. Wer Weblogs heute noch generell für einen überflüssigen Kanal für Klatsch und Tratsch hält, übersieht die Zeichen der Zeit.

Interessanter Kanal für die Unternehmenskommunikation

Jede Sekunde entsteht ein neuer Blog. Der neue Zeitgeist aus den USA breitet sich explosionsartig aus. Blogs werden zu einer Kommunikationsmethode aller Sozialpartner. Weltweit durchsuchen nun auch Politiker, Wissenschaftler und Ökonomen Online-Foren nach Trends und bieten der Blogger-Gemeinschaft Themen zur Verbreitung an. Ob in der Zukunft Unternehmen darauf verzichten können mit kostengünstiger Methode das Image und die Bekanntheit ihrer Leistungen positiv zu beeinflussen, bleibt offen. Dem Vorteil, dass sich Einträge über das Blogger-Netzwerk in Windeseile und wie von selbst verbreiten, steht die Gefahr gegenüber, dass Fehler und negative Entwicklungen mindestens ebenso schnell bekannt werden. In solchen Fällen hilft nur die sofortige Reaktion mit professioneller Krisen-PR, um fatale Imageschäden abzuwenden.

Professionelle Strategie für eine einfache Methode

Der typische Blogger ist kaum 20 Jahre alt und der umworbene Konsument von morgen. So einfach der neue Kommunikationstrend technisch bedient werden kann, so eigenwillig sind die Voraussetzungen für den effektiven Einsatz. Ohne ein Konzept für strategische Recherche gleicht die Ermittlung bedeutender Beiträge unter zahllosen Mitteilungen der Suche nach der Stecknadel im Heuhaufen.



Seite 2 von 2

Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit

Der jugendlich saloppe Stil täuscht. Die Voraussetzungen für die erfolgreiche Auflage eines Blogs sind ähnlich anspruchsvoll wie für klassische Pressearbeit: Inhalte werden nur wahrgenommen, wenn sie aus der Informationsflut im Netz herausragen und das Interesse der Zielgruppen mit einem Mehrwert an Information bedienen. Vordergründig werbliche Beiträge haben keine Chance. Bestenfalls werden sie ignoriert. Blogs sind nur dann bedeutend, wenn Besucher Einträge kommentieren und ein interaktiver Austausch entsteht. Dies zu erreichen erfordert hohe Professionalität der Redaktionsarbeit.

Wenn Sie die ausführliche Information zum Thema Weblogs: "Wie wichtig sind Blogs für die Unternehmenskommunikation?" interessiert, dann schicken Sie uns eine kurze E-Mail:

bachinger@bachinger-pr.de

Weitere Informationen:

Bachinger Öffentlichkeitsarbeit
Falkensteinerstr. 77, D-60322 Frankfurt/Main
Tel.: 0049 (0) 69 - 95 52 75 0
Fax: 0049 (0) 69 - 55 71 55
E-Mail: bachinger@bachinger-pr.de
www.bachinger-pr.de

© Copyright Richard Bachinger Öffentlichkeitsarbeit

Die Weitergabe des Textes bzw. Abdruck, auch auszugsweise, bedarf der Genehmigung von Richard Bachinger Öffentlichkeitsarbeit.