



# Informationsdienst zur Öffentlichkeitsarbeit

Nr. 3/2007

## Digitale Medien setzen sich durch

Der Medienkonsum der Deutschen ist weiter angestiegen. 2005 verbrachte jeder Bundesbürger etwa 10 Stunden täglich mit den Medien. Das zeigt die Studie „Massenkommunikation“ für die im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission insgesamt 4.500 ausgewählte Personen befragt wurden.

Radio und Fernsehen stehen mit jeweils 3 Stunden und 40 Minuten am höchsten in der Gunst. Tageszeitungen werden täglich 28 Minuten, Bücher 25 Minuten und Zeitschriften 12 Minuten gelesen. Vor allem die Internetnutzung hat in den letzten Jahren stark zugenommen: 44 Minuten verbringen die Deutschen im Alter von 14 bis 49 Jahren täglich im World Wide Web.

**Internet gewinnt** Die Mediennutzung in Deutschland ist im Wandel. Neue elektronische Medien erweitern das Angebot und treten mit den klassischen Medien in Konkurrenz.

Vor allem zur Beschaffung von Informationen wird verstärkt auf das Internet zugegriffen. Dort lassen sich Informationen schnell finden und sind in der Regel kostenlos. Das Internet füttert aber nicht nur mit Informationen, es hat sich auch zum Mitmachmedium entwickelt. Für diese interaktive Nutzung steht der Begriff des Jahres: „Web 2.0“. Damit ist der Netzwerkgedanke ist zu Ende gedacht.

**„Web 2.0“** Hinter „Web 2.0“ steht ein neues Netzwerkverständnis: Informationen werden auf gemeinsamen Plattformen zur Verfügung gestellt und können dort von den Plattform-Nutzern verändert und kommentiert werden. Paradebeispiele für Web-2.0-Anwendungen sind: Weblogs, Wikis, Podcasts und Online-Communities.

**Weblogs** Ein Weblog, kurz Blog, ist eine Webseite, die periodisch neue Einträge enthält. Das Schreiben in einem Blog wird als bloggen bezeichnet. Der Blog eines Unternehmens wird als Corporate Blog bezeichnet. Corporate Blogs können in der internen und der externen Kommunikation eingesetzt werden. Denkbare Ausrichtungen sind: Knowledge-Blogs, Service-Blogs, Kampagnen-Blogs, Themen-Blogs, Produkt- und Marken-Blogs oder auch Krisen-Blogs



- Wikis** Ein Wiki ist eine im World Wide Web verfügbare Seitensammlung, die von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch online geändert werden kann. Das wohl bekannteste Beispiel ist die Online-Enzyklopädie „Wikipedia“, die sich laut einer Studie der Zeitschrift „Nature“ qualitativ durchaus mit der mit der Encyclopaedia Britannica messen kann.
- Podcasting** Podcasting bezeichnet das Produzieren und Anbieten von Mediendateien (Audio oder Video) über das Internet. Man kann Podcasts als Radio- oder Fernsehsendungen auffassen, die nicht mehr zu einer bestimmten Zeit konsumiert werden müssen. Jeder, der Lust hat, kann entsprechende Dateien auf einer Website zum Download zur Verfügung stellen. Abgespielt werden können Podcasts über MP3-Player, den Rechner oder das Handy.
- Papier wird ungeduldig** Bereits zehn Prozent der Internetnutzer lesen überhaupt keine Zeitungen und Zeitschriften mehr. Der naheliegenste Ausweg für die Verlage ist es, redaktionelle Inhalte auch online anzubieten. Im zentralen Newsroom von Springer, wo *Welt*, *Welt am Sonntag* und *Berliner Morgenpost* samt zugehörigen Online-Angeboten gemeinsam produziert werden, heißt die Devise „Online first“: Hat eine der Zeitungen eine exklusive Story, steht sie nicht erst am nächsten Morgen im Blatt, sondern umgehend im Netz.
- Zusätzlich werden Anreize geschaffen, um die Markenbindung zu erhöhen. Viele Medienhäuser haben eigene Blogs eingerichtet. Hier erfahren Journalistendirekt, wie ihre Artikel angenommen wurden. Verlage nutzen auch das Mobiltelefon. Abonnenten erhalten beispielsweise die wichtigsten Schlagzeilen der Zeitung auf ihr Handydisplay. Auch die gesprochene Nachricht hat in die Printredaktionen Einzug gehalten. Viele Verlage produzieren Podcasts, um sie entweder ihren Abonnenten als Zusatz zur Zeitung zur Verfügung zu stellen oder als eigenen Produkte zu vermarkten.
- Spiegel Online* und *Focus Online* sehen in Videos den wichtigsten Internettrend 2007. *Focus Online* möchte verstärkt auf diesem Sektor investieren. *Spiegel Online* kündigte Fullscreenvideos in TV-Qualität an. Die Süddeutsche Zeitung hat ihr Online-Portal inhaltlich erweitert und sein Online-Angebot stärker als bisher mit der Redaktion der Printzeitung vernetzt.
- Das Onlineangebot der *Financial Times Deutschland* bietet seit Mitte Januar ein neues Portal für Konjunktur. „WirtschaftsWunder“ bietet alles Wissenswerte zu Konjunkturtrends und Economics, den großen wirtschaftspolitischen Debatten und neuesten Erkenntnissen aus der Wirtschaftsforschung.



### **Signale für die Unternehmens-PR?**

Nach dem neuesten „PR-Trendmonitor“ der dpa-Tochter news aktuell haben Web-2.0-Anwendungen derzeit noch keine übermäßige Bedeutung für die Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen – sie werden aber in Zukunft deutlich an Bedeutung gewinnen. Vor allem Podcasts und Blogs wird ein großer Bedeutungszuwachs vorausgesagt. Zukünftig wird also ein verstärktes Augenmerk auf den Internet-Auftritt von Unternehmen gerichtet. Nicht nur von bestehenden und potenziellen Kunden, sondern immer mehr auch von Journalisten, die das Internet für ihre Recherche nutzen. **Es wird zunehmend wichtiger, alle relevanten Firmeninformationen und geeignete Downloads im Netz bereitzustellen.**

Oberste Priorität bei der Überarbeitung von Unternehmensseiten im Sinne von „Web 2.0“ sollte die Barrierefreiheit genießen. Ziel einer barrierefreien Webseite ist es, nicht nur behinderten Menschen Zugang zu Informationen zu gewähren, sondern auch die angebotenen Inhalte so zu präsentieren, dass eine problemlose Wiedergabe unabhängig vom Ausgabegerät möglich ist. Das Internetangebot soll sowohl mit Bildschirm als auch mit PDA oder Handy nutzbar sein.

**Gerne beraten wir Sie bei Fragen zum Relaunch Ihrer Firmenhomepage und geben Auskunft über die neuen Möglichkeiten, die sich im Zuge von Web 2.0 für die Öffentlichkeitsarbeit ergeben.**

Bachinger Öffentlichkeitsarbeit  
Richard Bachinger  
Falkensteiner Straße 77  
60322 Frankfurt  
Tel. (069) 955275-0  
Fax (069) 557155  
E-Mail: [bachinger@bachinger-pr.de](mailto:bachinger@bachinger-pr.de)  
Internet: [www.bachinger-pr.de](http://www.bachinger-pr.de)