

# Weblogs – Eine Herausforderung für die Unternehmenskommunikation?

Martin Röhl  
Stuttgart, 28. 10. 2004



# Agenda

- Der Wandel des Publizierens im Netz
- Wie funktioniert ein Weblog?
- Was machen Leute mit Weblogs?
- Wie kommunizieren Leute in Weblogs?
- Sind Weblogs neu?
  - Weblogs vs. Foren
- Weblogs und die Unternehmenskommunikation
  - Transparenz & Risiken
  - Chancen
- Was Sie tun können
- Zusammenfassung



- Universitäten
- Medienkonzerne
- Unternehmen mit Agenturen
  
- Technikpioniere
- „Personal Homepages“
  
- Weblogs



# Wie es funktioniert

- Ein Textfenster
- Ein Button
- Und fertig.



Demo: [blogger.com](http://blogger.com)

- Simple Content Management System
- Publizieren einzelner Einträge
- Rückwärts chronologisch
  
- (Interaktiv)
- (Vernetzt)



→ **Weblogs: *Jeder* kann im Netz publizieren.**



# Zahlen

- In Deutschland: ca. 70.000 Weblogs
- Wachstum: Jeden Monat 400 neue
- Weltweit: ca. 4 Millionen



- “Usability Inside” (Marcus Voelkel)
  - sixtus.net (Mario Sixtus)
  - blog.schockwellenreiter.de (Joerg Kantel, “Der Schockwellenreiter”)
  - argh.de (Frank Lachmann)
  - 20six.de/deMolay
- 
- SAP, Sun, Microsoft, ...
  - Tagesschau, Zeit, Handelsblatt, ...



- Tagebuch
- Linksammlung
- Kommentar
- Fachpublikation
- (Meistens: Alles gleichzeitig)

→ **Weblogs sind *persönliche*, nicht themenorientierte Publikationen.**

# Kommunikation in Weblogs

- In einem Weblog:
  - Kommentare
- Zwischen Weblogs:
  - Hyperlinks
  - Referrer
  - Trackback



- Struktur der Blogosphere
    - „A-List“
    - „Cluster“
  - “Memes”
  - Botschaften wandern
    - Kryptonite
- **Weblogs sind kommunikativ und vernetzt.**

# „Hatten wir das nicht schonmal?“

- Weblogs und Foren
- Weblogs und Meinungsplattformen
- Weblogs und persönliche Homepages



# Konsequenzen

- Alles wird transparent
  - Novitel
- Gerüchte und Stories
  - wandern schnell
  - sterben schnell
- Alles bleibt in Google archiviert





# Anstiftung zum Bloggen

- Blogger sind Multiplikatoren
- (Gute) Weblogs kriegen gute Google-Platzierungen
- Weblogs sind Webseiten, die *gelesen* werden



# Chancen mit dem eigenen Weblog

- Interessierte Zuhörer finden
- Ideen testen
- Information erhalten
- Kontakte binden
- Glaubwürdigkeit gewinnen



# Was brauche ich?

- Webserver – eigenen oder gemietet
- Weblog-Software – eigene oder gemietet
- Etwas Zeit – die eigene!



# Was kriege ich?

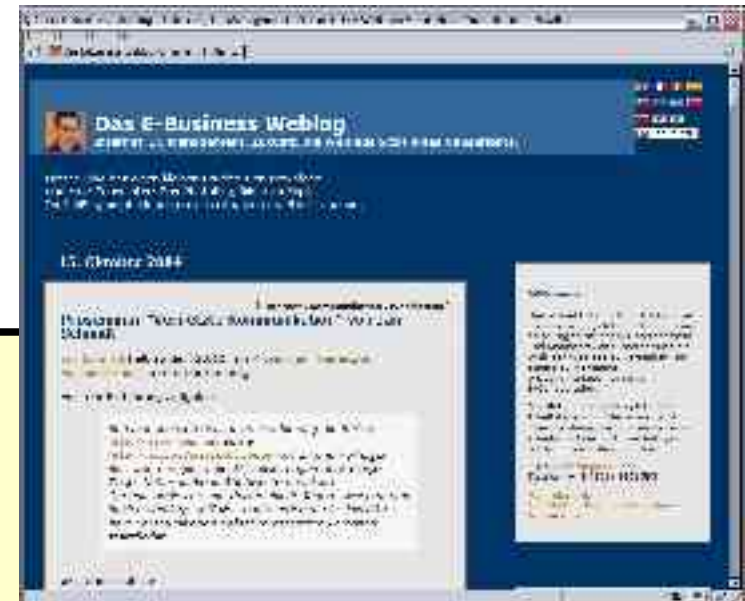
- Aufmerksamkeit
- Auffindbarkeit
- Feedback
- Beständigkeit von Kontakten
- Neue Kontakte
  - Partner
  - Kunden



- Mit Weblogs kann *jeder* im Netz kommunizieren.
- Es gibt eine neue Öffentlichkeit im Netz: *Alles* wird beobachtet, *alles* wird kommentiert.
- Sie können mitmachen:
  - Beobachten Sie Weblogs
  - Schreiben (Kommentieren) Sie in Weblogs
  - Starten Sie Ihr eigenes Weblog

# Zusammenfassung

- Mit Weblogs kann *jeder* im Netz kommunizieren.
- Es gibt eine neue Öffentlichkeit im Netz: *Alles* wird beobachtet, *alles* wird kommentiert.
- Sie können mitmachen:
  - Beobachten Sie Weblogs
  - Schreiben (Kommentieren) Sie in Weblogs
  - Starten Sie Ihr eigenes Weblog



**Martin Röhl**

**“Das E-Business Weblog”**  
(<http://www.roell.net/weblog>)

**[martin@roell.net](mailto:martin@roell.net)**

**<http://www.roell.net/newsletter>**

