

Business-Weblogs Weblogs sorgen für Aufmerksamkeit und wecken inzwischen auch das Interesse der Unternehmer

Das PR-Instrument Weblog sorgt für Aufmerksamkeit

Unternehmen können Inhalte mit einfachen Content-Management-Systemen online publizieren.

JUDITH HÖGERL

Wien. Während der Begriff Weblog schon langsam seinen Bekanntheitsgrad steigern kann und aus manchen Webloggern kleine Berühmtheiten werden, fristet das Thema „Weblogs in Unternehmen“ noch ein unscheinbares Dasein und kann bis jetzt nur auf eine geringe Anzahl an Referenzprojekten verweisen.

Die wenigsten Firmenchefs wissen allerdings, dass sich sämtliche, riesige und sündhaft teure Applikationen fürs Projekt- und Wissensmanagement sowie zahlreiche Werbe- und PR-Maßnahmen mit Hilfe einfacher Weblogs erledigen ließen.

Unternehmen mit Gesicht

Die Wiener New-Media-Agentur Knallgrau bietet Unternehmen, mitunter, ihr Know-how in Sachen Weblog Solutions. Dieter Rappold, Director Marketing und Sales bei Knallgrau, über das Prinzip des Kommunikationstools: „Weblogs sind simple Content-Management-Systeme, deren Bedeutung sich erst in Kombination von Applikation, Anwendung und Format entfaltet.“ Statt Pressemeldungen auszusenden, können Marketing- und PR-Abteilungen künftig auf Weblogs setzen. Rappold: „Weblogs erlauben eine laufende Kommunikation mit der Zielgruppe, und durch die persönliche Anrede erhält das Unternehmen ‚ein Gesicht‘.“

So könne zum Beispiel ein Leiter der Technik schon vor der Publizierung einer Studie aktuell über die jüngsten Versuchsreihen und Ähnliches berichten. „Eine andere Möglichkeit wäre, bereits wäh-

rend der Entwicklung eines neuen Produktes kostenlosen Input von Kunden zu bekommen“, erläutert Rappold den Begriff „Customer Innovation“.

Infovermittlung via Stories

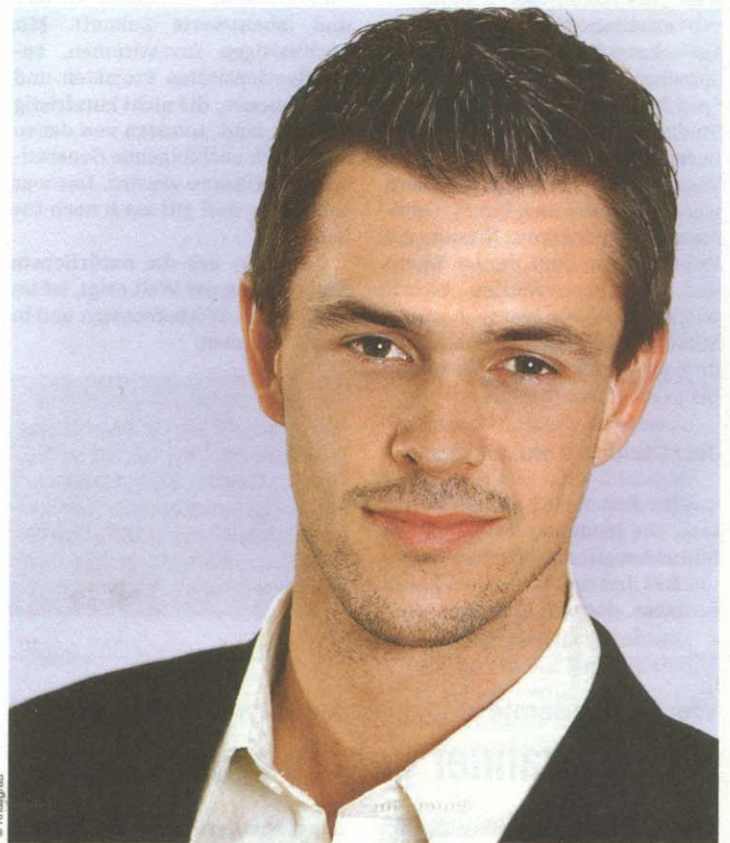
Martin Röhl, Consultant für e-Business in Dresden und Kooperationspartner von Knallgrau, ist ebenfalls vom Nutzen der Weblogs in der Unternehmenskommunikation überzeugt. „Mit Weblogs kann ein Unternehmen auf eine besondere ‚menschliche‘ Weise im Internet kommunizieren und an Gesprächen teilhaben. Dadurch kann es sein Image verbessern und am Unternehmen interessierte Personen an sich binden“, so Röhl.

Auch Dieter Rappold erhebt das „story telling“ zur effizientesten Maßnahme der Informationsvermittlung: „Werbung muss Geschichten erzählen und bisherige Systeme verhindern das eher.“ Weblogs ersetzen jedoch nicht die Unternehmenswebseite, sondern ergänzen sie.

Applikationen anpassen

Neben dem Einsatz als Kommunikationstool, intern wie extern, eignen sich Weblogs hervorragend für Projektmanagement und Wissensmanagement. „Gerade die chronologische Zeitlinie und das komplexe Rollensystem eines Projektes lassen sich mittels Weblog abbilden. Derzeitige Systeme sind oft kompliziert und können nicht auf die spezifischen Bedürfnisse eingehen“, so Rappold.

Die Applikation müsse sich den Prozessen des Unternehmens anpassen können und nicht um-



Dieter Rappold, Director Marketing & Sales bei der Agentur Knallgrau: „Weblogs ermöglichen eine laufende, kostengünstige Kommunikation mit der Zielgruppe.“

gekehrt. Weblogs fördern die Zusammenarbeit und animieren durch ihre Einfachheit, sie auch zu nutzen. Der Trend gehe seiner Meinung nach zu schlanken, einfachen Applikationen, die sinnvoll in andere Kommunikationstools integriert werden können, da sie plattformunabhängig sind.

Wissensmanagement in Form eines Weblogs kommt seit kurzem auch im Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft zum Einsatz. Im so genannten DaFNE-Blog auf www.twoday.net wird nicht nur laufend über die Forschungsaktivität des Projektes

„Biodiversität“ berichtet, Nutzern wird auch die Möglichkeit offeriert, Ideen, Artikel oder Links für andere Interessenten zu hinterlassen. Weblogs bieten nicht ausschließlich die Gelegenheit zum Austausch von Meldungen und Bildern, durch den Einsatz von RSS, einem speziellen XML-Format, können vielmehr personalisierte Newsportale erstellt werden.

Der Gestaltung des persönlichen Informationsflusses steht somit nichts mehr im Wege. Außer vielleicht Unternehmer, die Projektmanagement-Software, Intranet & Co. immer noch günstigen webbasierten Lösungen vorziehen.