

<- Zurück zu: GPR e. V.

09. Juni 2009



LPRS-Forum: Wer hat Angst vorm Social Web?

Der Leipziger Public Relations Studenten e.V. lud im fünften Jahr seines Bestehens am 5.6.2009 zum 4. LPRS-Forum. Das Thema des Abends lautete „Du bist, was du tippst. Reputationsmanagement im Social Web“. Im Leipziger Spiegelpalast diskutierten dazu Heiko Hebig (Head of Digital Media bei Hubert Burda Media), Jan-Hinrik Schmidt (wissenschaftlicher Referent am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung und aktiver Blogger), Uwe Knaus (Leiter Corporate Blog der Daimler AG) und Robert Kirsch (Managing Director bei Weber Shandwick Hamburg) vor 150 Branchenmitgliedern, Alumni und Studenten der Universität Leipzig. Moderiert von Peer Brockhöfer (PR Report) wurden auf dem Podium die Bedeutung des Social Web für das klassische Kommunikationsmanagement, Chancen und Risiken für Unternehmen und der ethische Umgang mit den neuen Kommunikationskanälen beleuchtet.

Corporate Blogs als „Online-Stammtisch“

Den meisten Gesprächsstoff auf dem Podium boten Corporate Blogs als Kommunikationsplattform von Unternehmen. Sie können aktiv genutzt werden, um bisher unnahbare Konzerne zugänglicher, greifbarer und transparenter werden zu lassen. Blogs funktionieren anders als klassische PR Instrumente, denn glaubwürdig sind sie nur dann, wenn sie nicht als Verlautbarungsinstrument der Kommunikationsabteilung genutzt werden. „Ein CEO hat den Usern eh wenig Interessantes zu erzählen“, meinte Kirsch. Laut Schmidt sind es nicht Pressemitteilungen, sondern Geschichten von Menschen aus dem Unternehmen, die die Leute zum Lesen von Corporate Blogs bewegen. Bloggende Mitarbeiter können der Reputation des Unternehmens, etwa als attraktiver Arbeitgeber zuträglich sein, vertreten dabei aber nicht immer die Meinung des Unternehmens. Anstatt unangenehme Kommentare zu löschen, sollen sich Unternehmen der unzensurierten Diskussion stellen, darin herrschte Einigkeit auf dem Podium. „Wenn die Diskussion nicht auf der eigenen Unternehmenswebsite stattfindet, dann findet sie woanders statt“, fand Hebig. „Der Stammtisch ist größer geworden, jetzt heißt er Blog.“, so Uwe Knaus, der bei Daimler den noch immer einzigen DAX-30-Blog betreut.

Wer hat Angst vorm Social Web?

„Oftmals fehlt noch der Mut in den Unternehmen“, so Kirsch, denn trotz des großen Interesses scheint das Web 2.0 für viele Unternehmen noch unkontrollierbares Neuland zu sein. Nicht zuletzt deshalb, weil die klassischen Rollenbilder von Journalisten und PR-Managern verschwimmen. Neben die ausgebildeten Journalisten der Massenmedien treten „Bürgerjournalisten“ aus Online-Communities, die sich auch untereinander vernetzen.

Für Unternehmen, die sich noch nicht trauen, aktiv mitzubloggen, zahlt sich online Issues Management aus. Die Schnelligkeit und Reichweite von Twitter & Co. machen es unerlässlich, das Social Web als Frühwarnsystem zu nutzen.

Die Ethik des Voyeurs

Die Trennung von öffentlichen und privaten Informationen und Rollen wird im Social Web aufgeweicht, weshalb neue ethische Regelungen für den verantwortungsvollen Umgang gefunden werden müssen. Nicht nur das Veröffentlichen von Informationen selbst, auch der Umgang mit Zitaten aus Onlinequellen muss dabei betrachtet werden. „Es fehlt die Einsicht, dass einige Dinge im Netz auch „off-record“ sind“, gab Schmidt zu Bedenken, der sich seit Jahren akademisch mit Social Media beschäftigt. In dieser Paparazzi-Situation sind vor allem die Journalisten, aber auch User zum Umdenken aufgerufen. Die Annahme, dass mit dem Internet aufgewachsene Generationen, sogenannte „Digital Natives“, in der Lage sind, die Seriosität von Beiträgen richtig einzuschätzen, greift zu kurz. Schmidt meinte: „Reflexionskompetenz geht nicht immer mit technischer Bedienkompetenz einher.“

Bereits während der Podiumsdiskussion twitterten die Teilnehmer, und bewiesen, wie schnell die neuen Kommunikationskanäle angenommen und bespielt werden. Nach der Diskussion griffen die Gäste des 4. LPRS-Forums zu Klängen der Band „Two Wooden Stones“ bei Buffet und Getränken dann aber wieder auf die altbewährte Face-to-Face Kommunikation zurück.

Weitere Informationen zum 4. LPRS-Forum sowie der Intro-Film zur Veranstaltung sind unter **www.lprs.de/forum/review4lprs-forum** zu finden. Das offizielle Blog gibt es auf **blog.lprs.de**.

<- Zurück zu: GPRA e. V.

nach oben