

Reichweiten

Weite erreichen - Nähe schaffen

Buch-Tipp

„Handbuch Online-PR“

Herausgegeben von Ansgar Zerfaß und Thomas Pleil

Den Begriff Public Relations gibt es schon lange, wahrscheinlich schon seit 120 Jahren. Der Ausdruck „Online-PR“ ist dagegen relativ neu. Leider ist mit „Online-PR“ oft das Vorurteil verbunden, das ginge schnell, mit einfachen Mitteln, billig und irgendwie so nebenbei. Die Erfahrung zeigt dann aber, dass das nicht stimmt. Auch Online-PR benötigt ein Konzept, viel Zeit, Arbeit, Ressourcen und ist mühsam. Darauf wird erfreulicher Weise schon im Vorwort zum „Handbuch Online-PR“ hingewiesen.

Das Handbuch beleuchtet Strukturen und Prozesse der strategischen Kommunikation im Internet und im Social Web, dafür zeigt es weniger konkrete Anwendungen. Doch das macht die Stärke aus. Leider driftet die Sprache in einigen Kapiteln in einen wissenschaftlichen Duktus ab, der das Lesen erschwert. Sätze über sechs Zeilen mit etlichen Fremdwörtern und mehreren Einschüben sorgen nicht gerade für besseres Verständnis des Inhaltes. Trotzdem entstehen ein hervorragender Überblick über Instrumente und Plattformen sowie ein Einblick in die sich verändernden Herausforderungen der Kommunikation.

Zwei Beispiele sollen dies verdeutlichen.

Beispiel 1: Das Kapitel über Web-Videos. Geschildert werden Vorteile, Anwendungsfelder und einige Zahlen zu den heute üblichen Formaten. Unternehmen und Institutionen werden dabei immer mehr zu Anbietern von Inhalten. Auch hier fehlt der Hinweis auf eine langfristige Planung, auf eine notwendige Strategie nicht. Und es wird der Tipp gegeben, auf Qualität zu setzen. Höchster Produktionsstandard zahlt sich gegenüber Mittelmaß meistens aus, so der Autor.

Beispiel 2: Das Kapitel über Personalisierung und Storytelling. Noch immer wird bei PR-Maßnahmen zu „managementzentriert“ gedacht. Dabei ist doch weniger wichtig, was der eigene Chef möchte. Entscheidend sollte sein, was die Leser, Hörer und User wollen. Glaubwürdigkeit und Sympathie kann mit gut erzählten Geschichten viel besser erreicht werden als mit platten Produktinformationen oder Ansprachen. Wobei es bei der Online-Kommunikation darauf ankommt, einen Dialog herzustellen. Auch das wird immer noch sehr häufig außer Acht gelassen.

Fazit: Das Handbuch Online-PR bietet wohl jedem, der mit Kommunikation zu tun hat, grundlegende Informationen und etliche Anregungen. Egal, ob jemand in der Kommunikationsabteilung eines großen Unternehmens arbeitet oder für die PR eines Mittelständlers zuständig ist. Und vieles gilt auch für kleine und ganz kleine Unternehmen – also: da ist für jeden was dabei.

„Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation im Internet und Social Web“. Herausgegeben von Ansgar Zerfaß und Thomas Pleil. Erschienen im UVK-Verlag. 2012. Das Buch kostet 49,99 €.

Klaus Fechner - Journalismus und PR

Torgelowweg 12B - 12355 Berlin - Tel: 030/ 39 50 61 96 - Fax: 030/ 621 42 02 – E-Mail: k.fechner@reichweiten.net

www.reichweiten.net