

Reichweiten

Weite erreichen - Nähe schaffen

Buch-Tipp

„PR im Social Web. Das Handbuch für Kommunikationsprofis“

Marie-Christine Schindler und Tapio Liller, 2011

Die Autoren holen zu Beginn des Buches erst einmal weit aus. Da werden der Begriff PR erklärt und seine verschiedenen Facetten beleuchtet. Doch das macht Sinn. Denn zu den wesentlichen Grundlagen gelungener PR gehören nun einmal Kontinuität, Transparenz, Vertrauen und das Erstellen eines Konzeptes. Diese Basis wird heutzutage leider zu oft verlassen. Dann heißt es in der Führungsetage: PR muss schnell gehen, darf am besten gar nichts kosten, soll nebenbei erledigt werden und den Umsatz verbessern. Dass diese Herangehensweise scheitern wird, ist vorherzusehen.

Also, gute PR kostet Geld, dauert lange und benötigt einen langfristigen Plan. Und das gilt natürlich auch für PR im Social Web. Und, so machen die Autoren deutlich, das digitale „Soziale Netz“ bietet Unternehmen und Organisationen viele neue Chancen. Zum Beispiel direkten Kontakt mit Kunden, mit Mitgliedern oder einfach nur Interessierten.

Dafür sollten aber einige Voraussetzungen erfüllt sein. Eine wesentliche Grundlage ist die passende Unternehmenskultur. Denn nur wenn Offenheit, Gesprächsbereitschaft und Transparenz im Unternehmen gelebt werden, dann funktionieren Blogs, Wikis und Co. Doch das muss von oben kommen, aus der Führungsetage. Wenn allerdings Angst vor Machtverlust und Misstrauen herrschen, auch dann ist offene Kommunikation nicht möglich.

Nach diesen eher übergeordneten, aber trotzdem sehr wichtigen, Überlegungen, wird im zweiten Teil des Buches der Blick auf die Praxis gelenkt. Dabei geht es zum Beispiel um Medienarbeit, Blogs, Produkt-PR, interne Kommunikation und Monitoring.

Besonders interessant erscheint mir das Kapitel, das sich mit der Verbindung von PR-Events und dem Social Web befasst. Detailliert werden hier Maßnahmen besprochen, die Veranstaltungen wie Pressekonferenzen oder Podiumsdiskussionen mit Elementen des Web 2.0 verbinden.

Etwa ein Video-Livestream, der eine Diskussionsrunde live ins Netz überträgt und Zuschauern im Internet die Möglichkeit eröffnet, Kommentare abzugeben und Fragen zur laufenden Diskussion zu stellen. Wenn das gut organisiert ist, kann der Diskussionsleiter diese direkt aufnehmen und ins Gespräch einbringen.

Erklärt werden auch Maßnahmen im Social Web, mit denen eine Veranstaltung im Vorfeld beworben werden kann. Für jeden Leser sollten einige Anregungen für die eigene Arbeit dabei sein.

Der dritte Abschnitt des Buches ist ein Serviceteil. Dazu gehören unter anderem zehn Tipps zum Start ins Social Web und ein sehr nützliches Glossar.

Insgesamt bieten die 360 Seiten einen weiten Überblick über das Thema, viele kritische Gedanken und jede Menge Anstöße für den Einsatz im PR-Alltag – was will man mehr!

„PR im Social Web. Das Handbuch für Kommunikationsprofis“. Von Marie-Christine Schindler und Tapio Liller. Erschienen im O´Reilly-Verlag. Das Buch kostet 29,90 €.

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