

# Der Dialog als Chance

Einführung Social Web & Blogs

Hannes Offenbacher

# ° INHALT

## **(1) Social Web:** Die Rückkehr der Dörflichkeit

Mehr als Technik  
Dörflichkeit?  
Fundament

## **(2) Blogs:** Der bessere Schaukasten

Charakteristik  
Erfolgsfaktoren  
Chancen

## **(3) Diskussion**

# ° MEIN HINTERGRUND

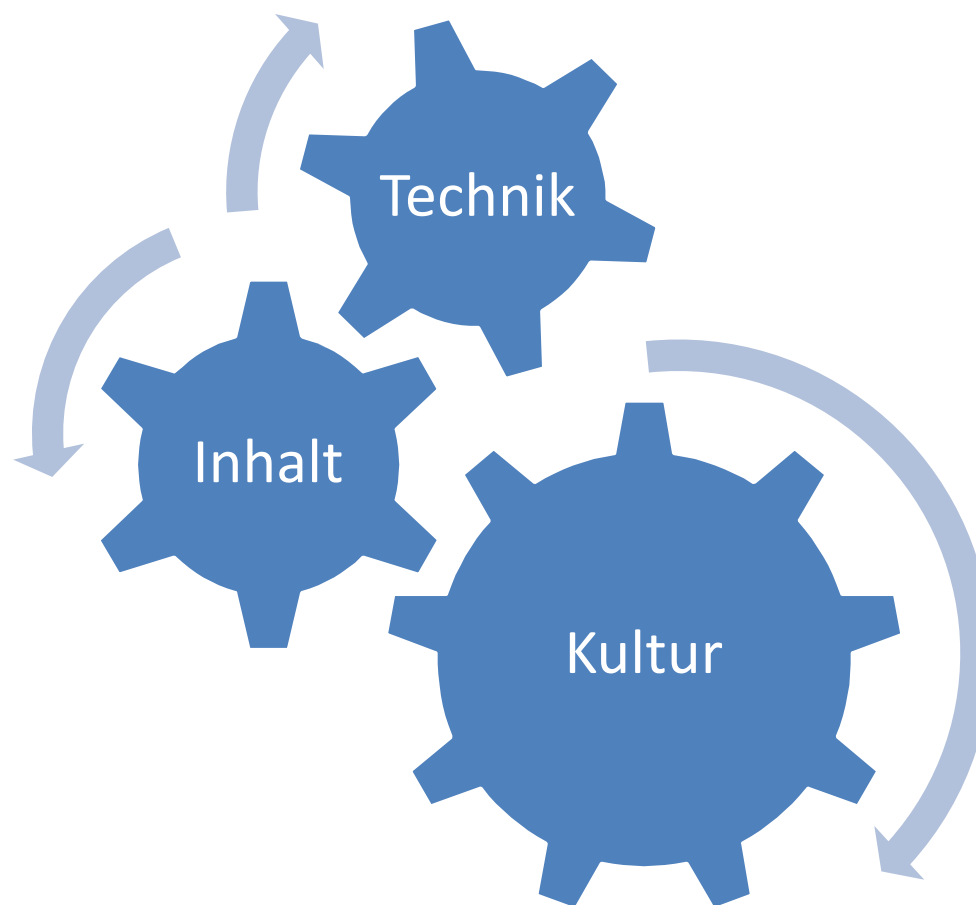
- Eigener Blog seit 2007
  - [www.bessergehtsimmer.at](http://www.bessergehtsimmer.at)
- Initiator BLÖGGER
  - [www.bloegger.at](http://www.bloegger.at)
- Beratung & Realisierung von Blogprojekten
  - [www.blogwerkstatt.at](http://www.blogwerkstatt.at) (Mehrblick)



**SOCIAL WEB** dörflichkeit



# ° MEHR ALS TECHNIK

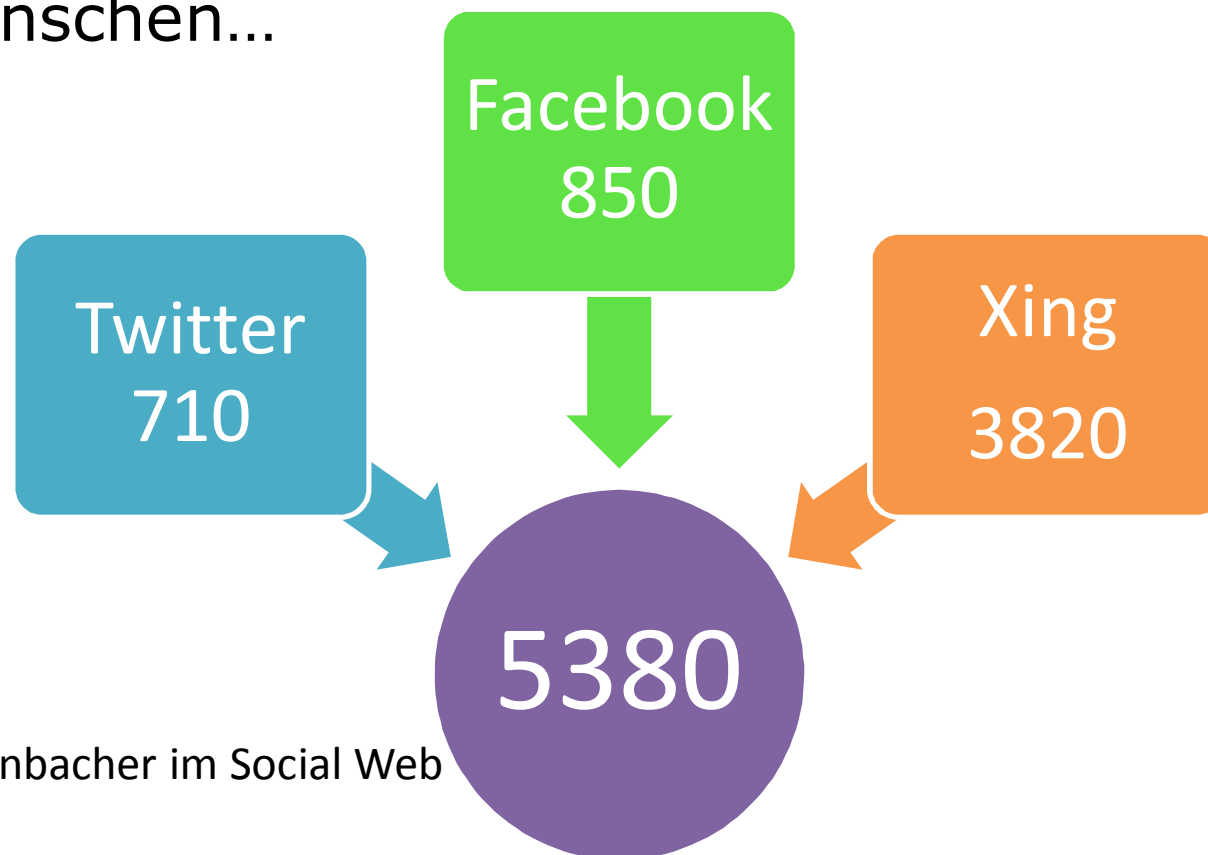


# ◦ DÖRFLICHKEIT?

- Stabiles, soziales Netzwerk & Beziehungen
- Hohe, **virale Informationsverbreitung**
- Wunsch nach Anerkennung/Wahrnehmung
- Gemeinschaft- , Zusammengehörigkeitsgefühl
- Macht- und Relevanz Hierarchien
- Gesellschaftliche Verpflichtungen, Traditionen
- (Erwünschte) Soziale Transparenz

# ° REICHWEITEN

Für Zahlenmenschen...



Hannes Offenbacher im Social Web

# V.I.T.

## Fundamente der Social Web Kultur

# VERNETZEN

Menschen. Unternehmen. Information

# INTERAGIEREN

Diskutieren. Produzieren. Bewerten

# TEILEN

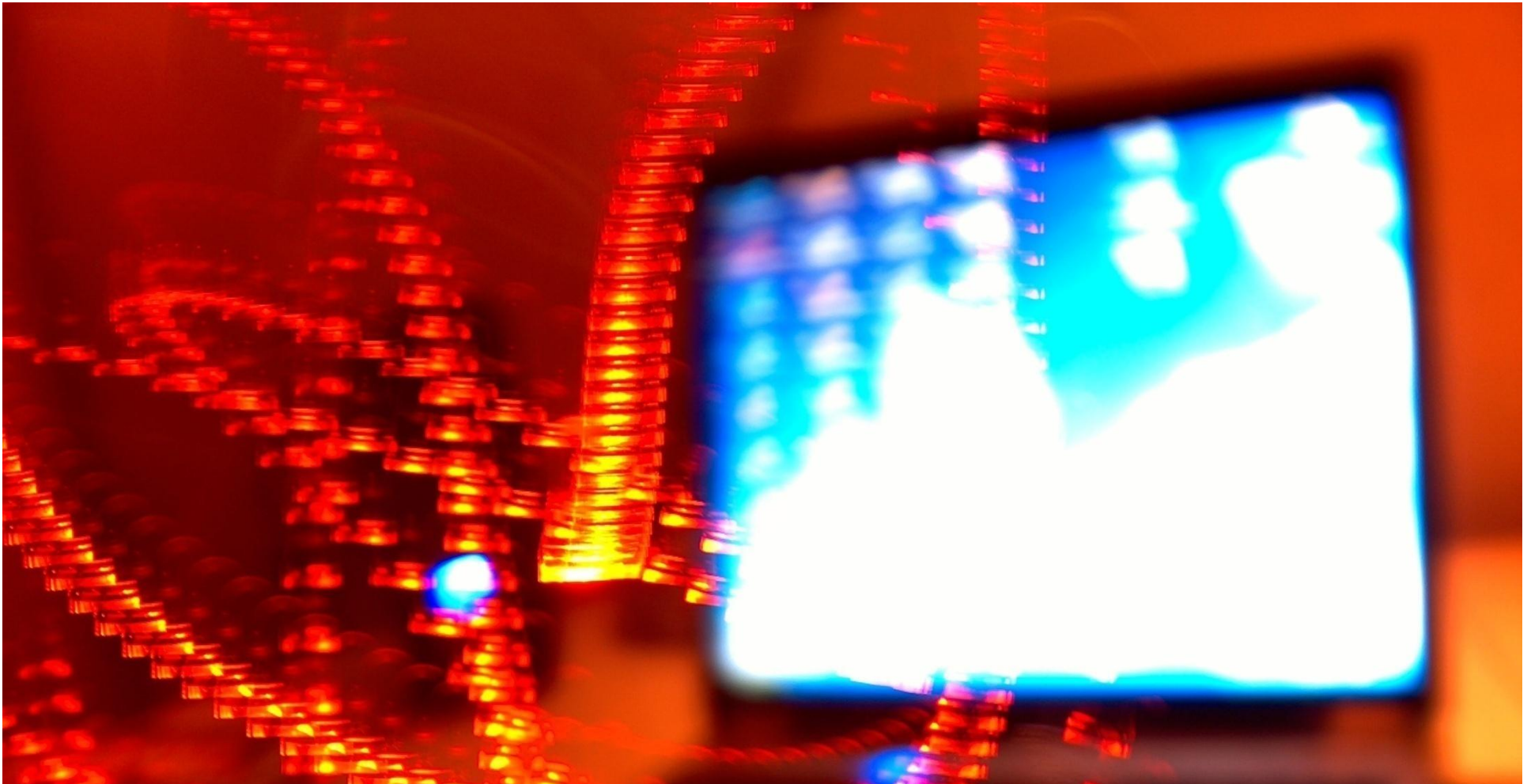
Wissen. Anliegen. Gedanken

## ◦ Beispiel: XING

- Wichtigstes Business Social Network (Europa)
- „Gelbe Seiten“ für Menschen in der Wirtschaft
- Erweitertes Adressbuch
- PR Instrument

### **XING Gruppen**

- Tool für Themenbelegung
- Zielgruppen Aggregator
- Bsp. Sustainability Entrepreneurship: 570



# **BLOGS** dialog



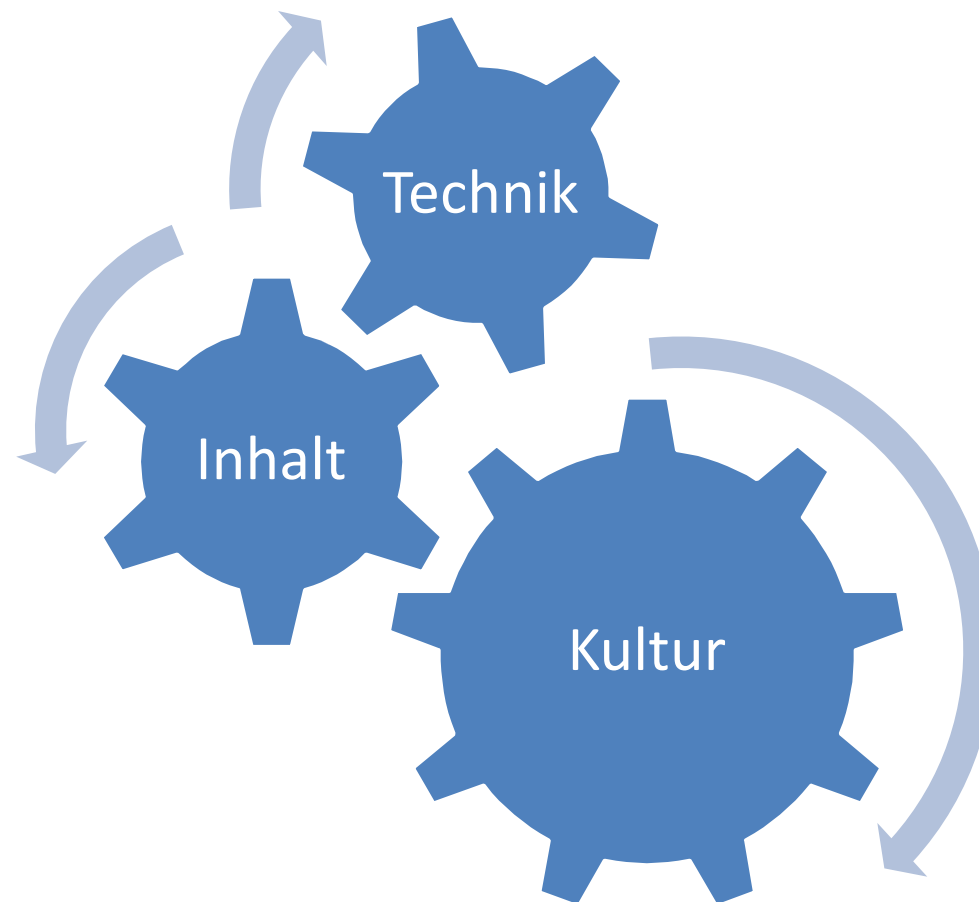
# ° CORPORATE BLOGS

- Unter einem Corporate Blog versteht man das (oder den) Weblog eines Unternehmens.
- Themenblogs: Mit Hilfe von Themen-Blogs können Unternehmen ihre Kompetenz auf relevanten Bereichen nachweisen.

[http://de.wikipedia.org/wiki/Corporate\\_Blog](http://de.wikipedia.org/wiki/Corporate_Blog)



# ° BLOGS: MEHR ALS TECHNIK



# (1) TECHNIK

- RSS Feed & Newsletter
- Kommentierfunktion (ohne Login!)
- Blogroll (Linkliste zu anderen Blogs)
- Kategorien, Tags
- Statistik (Zugriffe, Verweildauer)
- Auffindbarkeit via Suchmaschinen
- Einbinden von Multimedia (Youtube & Co)
- Impressum, Kontaktmöglichkeit

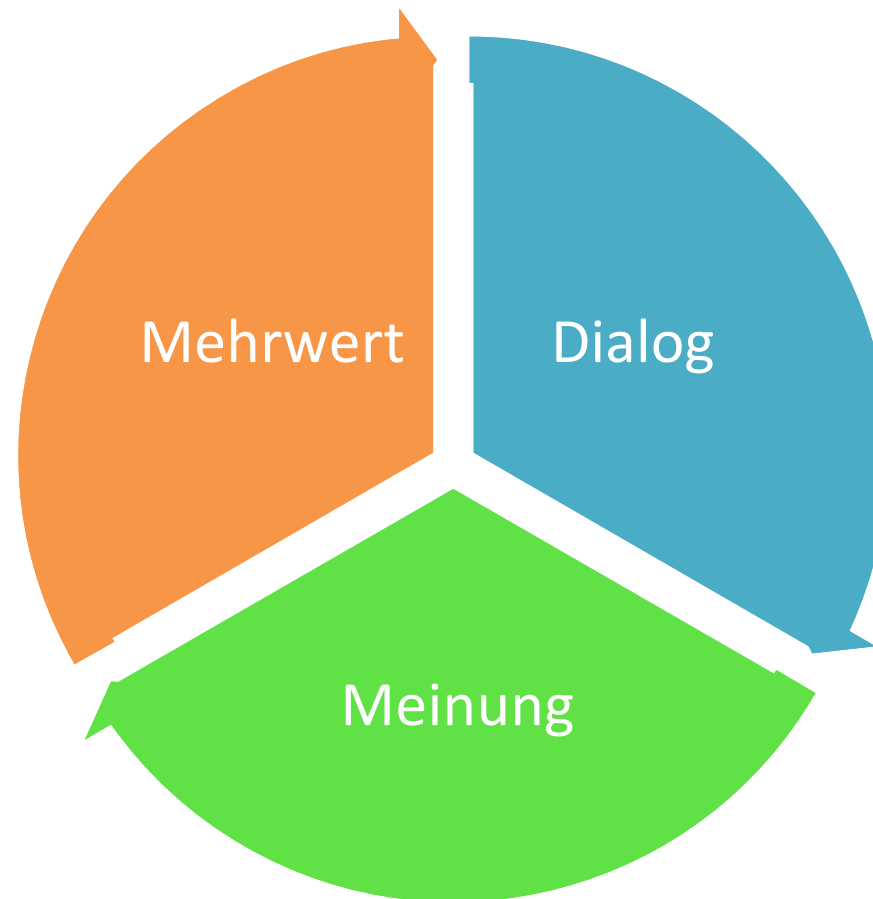
## (2) INHALT

- Subjektive Perspektive – „Meinung“
- Keine klassischen PR Texte
- Fragen stellen – Einbinden der Leserschaft
- Inhalte mit Mehrwert
- Tipps, Ratschläge und Ideen
- Themen Fokussieren – Expertise aufbauen
- Linklisten, Eventkalender

## (3) KULTUR

- Verlinken mit anderen Blogs
- Bezugnehmen auf andere Beiträge
- Zitieren und Aufgreifen
- Selbst Kommentare verfassen
- Blog (Beiträge) bewerben
  - Im Newsletter
  - Auf Events
  - In der Email Signatur
  - In Social Web Profilen
- Blogparade (starten & teilnehmen)

# ° ERFOLGSFAKTOREN



## ◦ CHANCEN für respACT

- Themen Belegung – Experten Status
- „Anziehen“ von Zielgruppen (Mitglieder!)
- Wichtige Vorstufe zu „klassischen“ Medien
- Virale Effekte – Verbreitung
- Ehrliches, kritisches Feedback
- Kontakt zur „Basis“
- Gemeinsam am Thema arbeiten
- Feedback und Input für die eigene Arbeit

# ◦ EMPFEHLUNG

- **Facebook nutzen**
- Vorurteile abbauen
  
- Bsp.: Sustainable Europe Research Institute
  - 334 Fans
  - Stärkster Zulauf auf Website
  - Neue Zielgruppen
  - PR Dominoeffekt

read my <sup>BLOG</sup>  
follow me on <sup>TWITTER</sup>  
connect me on <sup>XING</sup>  
add me on <sup>FACEBOOK</sup>  
or meet me for a <sup>COFFEE</sup>

[www.bessergehtsimmer.at](http://www.bessergehtsimmer.at)