

## „Posts, blogroll und trackback“

Die nebulösen Anglizismen rund ums Bloggen können ganz schön auf die Nerven gehen, so dass auch ich gelegentlich denke: Welch ein Haschen nach dem Wind – wie viel Kommunikationsmüll muss noch produziert werden?! Früher gab's einmal am Tag Post, dann arbeitete man. Ist heute das Kommunizieren das eigentliche Geschäft?

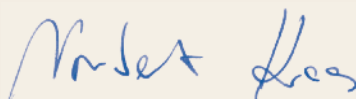
## Das Blog: Schwatzbörse oder persönliche Visitenkarte?

Mit den Blogs verhält es sich ähnlich wie mit dem Internet im Ganzen: Quantität und Qualität sind oft Stiefbrüder. Und die Masse macht es mitunter anstrengend, gute Inhalte rauszufiltern. Dennoch ist das Internet als Informationsmedium nicht mehr wegzudenken. Deshalb beschäftigen wir uns als Kommunikations-Agentur mit den Möglichkeiten eines sinnvollen Einsatzes von Unternehmensblogs.

Dabei geht es mir nicht um die Vermarktung eines neuen Zeitgeist-Mediums, sondern um die Vor- und Nachteile verschiedener Kommunikationsmittel und -wege. Kein Entweder-Oder, sondern um ein Zusammenwirken neuer und alter Medien.

Wir probieren es selbst aus, um aus eigener Erfahrung berichten zu können. Gerne unterhalte ich mich in einem persönlichen Gespräch mit Ihnen hierüber.

Und bis dahin, schnell mal reinschauen:  
[www.reklamekasper.de](http://www.reklamekasper.de)  
Herzlichst, Ihr



Norbert Kraas



## Unternehmens-Blog:

# Mensch sein, Persönlichkeit zeigen

Sind „Unternehmenskultur“ und „Kundenorientierung“ reine Worthülsen oder mit Inhalten befüllbare Begriffe? – Sollen Unternehmer bloggen?

## To blog or not to blog?

Der ursprüngliche Wortsinn des Blogs, nämlich tage- oder logbuchähnliche Eintragungen im Internet, ist vielleicht nicht das, was einen Unternehmer dazu bewegen könnte, selbst zu bloggen. Für Kunden ist nicht interessant zu erfahren, was man zu Abend gegessen oder welchen Film man gesehen hat. Wenn man das Blog aber als zusätzliches Kommunikationsmittel für das eigene Unternehmen ansieht, ergibt sich durchaus Sinn: Denn ein Blog ist ein interaktives Medium und – richtig genutzt – wird es ein Teil des Marketing-Mixes.

## Was bringt ein Unternehmens-Blog? Lässt sich damit Geld verdienen?

Daimler macht es. Und Frosta. Festo für Azubis, und Adidas hat erst kürzlich sein Intranet auf Blogbasis umgestellt. Dennoch überwiegen bei vielen Unternehmern noch Befürchtungen wie: Blogs sind Zeitfresser und schwer kontrollierbar.

Dabei können Blogs Kundenorientierung und Kundenbindung stärken: Durch die Interaktivität im Blog kann auf Kommentare, Fragen und Anregungen schnell reagiert werden. So können Kunden, Anwender oder allgemein Interessierte maßgeblich zur Produktentwicklung beitragen.

Über Blogbeiträge kann sich ein Interessent ein differenziertes, persönliches Bild über die Meinungsträger eines Unternehmens machen. Im Blog mag es um Mosaikstückchen gehen, aber es sind in der Regel spontane, persönliche Eindrücke, Meinungen, Kommentare zu etwas,



[www.schleifblog.de](http://www.schleifblog.de): Ein von uns entwickeltes Weblog für einen feinen Hersteller von Schleifmaschinen

das in einem gewissen Bezug zur Unternehmenstätigkeit steht. Dabei kommt oft weit mehr Lebendigkeit rüber als bei anderen, auf reine Seriosität bedachten Kommunikationsmitteln. Und es ist diese Lebendigkeit, die viele anspricht: Das Unternehmen hat auf einmal ein Gesicht, eine Stimme. Da stehen tatsächlich Menschen mit ihrer Persönlichkeit dahinter, mit denen man einfach und direkt in Kontakt treten könnte, wenn man möchte.

Und kann man nun damit Geld verdienen? Ein Blog ist kein Internetshop, also nein, nicht direkt. Aber was gibt es Besseres für ein Unternehmen als zufriedene Kunden oder neue Interessenten, die merken, dass das Unternehmen aufmerksam und neugierig ist und sich für sie interessiert? Ein Blog steht in jedem Fall günstig in der Kosten-Nutzen-Relation – warum also nicht ausprobieren?



# Reklamekasper.de

Das Weblog der  
KRAAS & LACHMANN  
WERBEAGENTUR GMBH

„Reklamekasper“ weil der Narr „Narrenfreiheit“ hat: das Recht, seinem Herrn ungestraft unbequeme Wahrheiten sagen zu können: Das Kraas&Lachmann-Blog, zu erreichen unter [www.reklamekasper.de](http://www.reklamekasper.de)