

Handout

MARCEL BERNET  
PUBLIC RELATIONS  
EUROFORUM

**User Generated Content**  
13. Dezember 2006

**Weblogs:  
Dynamik, Relevanz, Reputation**

Marcel Bernet

1

**Warnung:  
Blogger können  
Ihrer Reputation  
schaden!**



2

MARCEL BERNET  
PUBLIC RELATIONS

Blog Start | Impressum | Bernet Home

Finden

Seite drucken | weiterlesen

« Das neue Tagblatt | Start | Schneller lesen - aber ohne Stress »

**Ein Jahr bernetblog: Die schnelle Vespa braucht viel Benzin, wird aber auch rege genutzt...**

Mit diesem Bild sind wir am 28. November 2005 eingestiegen in die Blogosphäre. Als «schnelle Schwestern» unseres Anstoss-Newsletters hatten wir unser Weblog bezeichnet, hier der erste Beitrag. Und hier ein kurzer Rückblick des Autor/innenteams auf die Erfahrungen dieses Jahres.


Marcel Bernet: Ein leichtes Schmunzeln befällt mich, wenn ich den allerersten Eintrag wieder lese. Ach was waren wir naiv (-: Die grössten Überraschungen aus diesem ersten Jahr waren für mich: Erstens der grosse Aufwand fürs Schreiben, Lesen, Kommentieren. Eigentlich würde ich immer gerne NOCH mehr bloggen, Schritt für Schritt lerne ich, mit dem zufrieden zu sein, was ich hinkriegt. Zweitens der Wechsel von typo3 auf Wordpress - zum Glück haben wir den gemacht und schade, dass wir auf typo3 Zeit verloren haben. Drittens das sehr schöne Echo auf Lesenseite: Heute besuchen uns rund 9000 Unique Visitors pro Monat. Und aufgrund der persönlichen Echos, Kommentare und E-Mails scheint das Lesen des bernetlogs zu gefallen. Einspruch? Als Wunschzettel die Kommentar-Funktion nutzen!

Dominik Allemann: Unserer Agentur-Arbeit haftet etwas «laborhaftes» an. Wir untersuchen, lesen, denken nach, diskutieren, nehmen wahr, strukturieren, konzipieren und teilen Gedanken und Wissen mit Kunden und Fachkolleginnen. Seit

«Medienarbeit im Netz» bringt Tipps und Tricks von Weblog bis Wiki. Blog-Einträge zum Buch hier, Info und Bestellung hier.

Web 2.0-Konferenz am 13./14. Dezember mit 20 % Wunschkonferenz buchen.

**Blog abonnieren**

RSS-Abo   
oder als wöchentliches E-Mail:  
E-Mail Adresse

Abonnieren

**Kategorien**

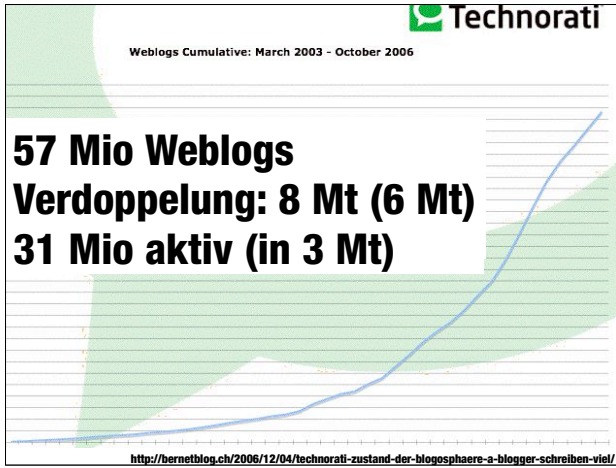
- Corporate Blogging (18)
- Blogger im Profil (6)
- Web 2.0 (6)
- Online PR (47)
- Kommunikation (68)

3

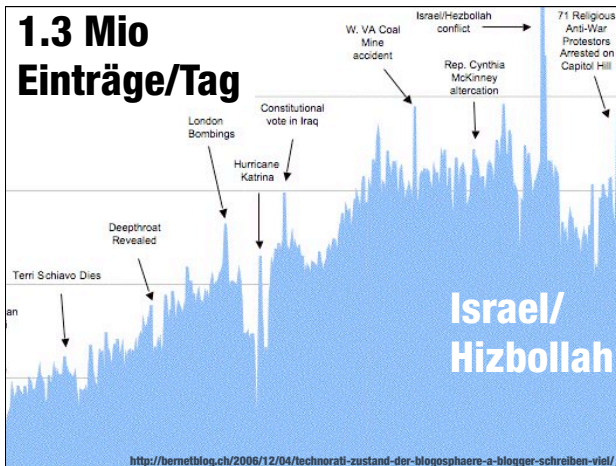
**Wieviele?  
Wer?  
Fazit?**



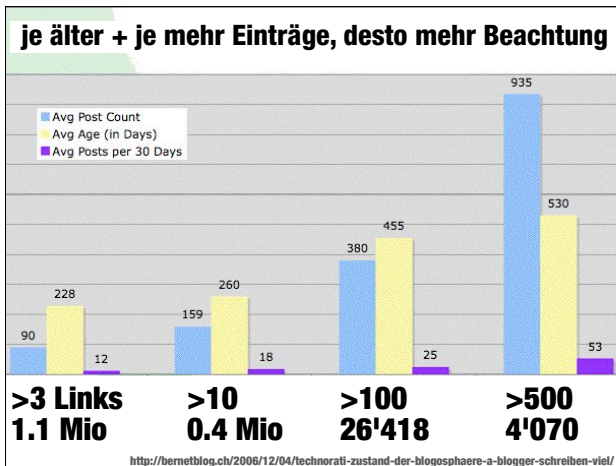
4



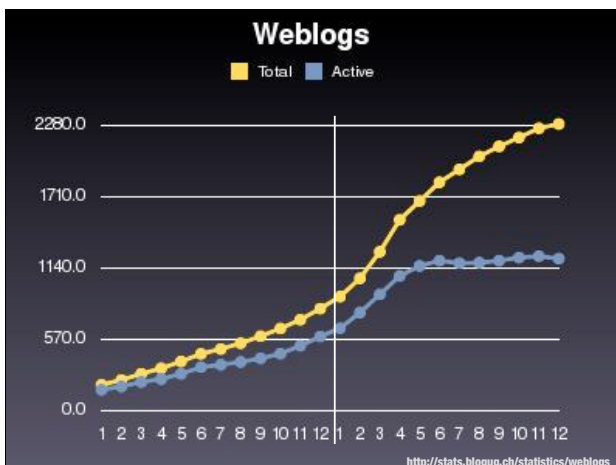
5



6



7



8



9

Wer bloggt?

**BloggingTom**  
 Die wichtigsten Artikel im CyberSpace

**Tom Brühwiler**  
[www.bloggingtom.ch](http://www.bloggingtom.ch)  
 Informatiker  
 No. 5 CH / 322 Links intl.  
 50'000 Unique Visitors/Mt  
 Swiss News / Blogging / Technologie

MARCEL DENNER  
 EUROFORUM

10

**BloggingTom**

Tut uns leid, aber wir äussern uns nicht zu Anfragen von privaten Web Sites.

« Eure Stimmen sind gefragt      Blogspot: Internal Server Error »

**Migros: No comment**  
 lastatusiert am Donnerstag, 14. September 2006 um 15:59:49 Uhr

Der Grossverteiler Migros verkaufte offenbar zwischen Januar und August 2006 Fälschungen des Eau de Toilette Davidoff Cool Water und schrieb darüber auch klein und versteckt im Migros Magazin. Für mich Grund genug, einmal bei der Migros nachzufragen und folgende Fragen zu stellen:

1. Wie konnte es geschehen, dass die Migros Fälschungen verkauft
2. Ist es denkbar, dass noch weitere Fälschungen (auch in anderen Sortimentsrayons) auftauchen bzw. verkauft werden?

11

Home

**NetzBlog**  
 Mein Leben, ich und andere

« Migros-Budget Milch abgeschafft!      BBC News 24 - Taxifahrer = Internet Experte? »

**Statement-Migros: Budget Milch**

Gestern berichtete ich, dass meine Zmorgämilch nicht mehr im Migros Angebot ist. Nun habe ich eine Mitteilung von Migros erhalten.

Herr Naef, ein Mediensprecher des Migros Genossenschaft-Bundes hat mir folgendes geschrieben:

“ Grundsätzlich richtig, dass wir diesen Artikel ausgelistet haben. Was nicht stimmt, ist, dass dieser Artikel in den Top 10 drin war.

12

Relevanz: [www.blogug.ch](http://www.blogug.ch)

MARCEL BENNETT  
EUROFORUM

list ping top100 planet stats map

Swiss Top 100 Blogs according to Technorati

More info about this in my blog and an update  
Figures: The figures are taken from Technorati.com, the blog list from list.blogug.ch and blog.ch. "Blogs" and "Links" are directly taken from Technorati, the "diff" column is the difference to 30 days ago. Daily updated (at 7am CET(S)).

rang	url	blogs			links			.ch rank	
		t rank	total	diff	total	diff	today	diff	
1	Netzblog		578327	6	2	85	3	683	144

swiss blogs data from list.blogug.ch and blog.ch. Linkcount and rank data from Technorati.  
Created and maintained by Christian Stocker. Design by sis.

13

Relevanz: [www.blogug.ch](http://www.blogug.ch)

MARCEL BENNETT  
EUROFORUM

list ping top100 planet stats map

Swiss Top 100 Blogs according to Technorati

More info about this in my blog and an update  
Figures: The figures are taken from Technorati.com, the blog list from list.blogug.ch and blog.ch. "Blogs" and "Links" are directly taken from Technorati, the "diff" column is the difference to 30 days ago. Daily updated (at 7am CET(S)).

rang	url	blogs			links			.ch rank	
		t rank	total	diff	total	diff	today	diff	
1	BloggingTom		8318	322	-28	1520	241	4	0

swiss blogs data from list.blogug.ch and blog.ch. Linkcount and rank data from Technorati.  
Created and maintained by Christian Stocker. Design by sis.

14

Wer bloggt?

Umweltmanagement Swisscom  
Gestion de l'environnement de Swisscom

**Albert Kuhn**  
<http://swisscomnature.blueblog.ch/>  
**Umweltverantwortlicher**  
**Chemiker Dr. phil.-nat.**  
**No. 318 CH / 11 Links intl.**  
**Umweltblog**



MARCEL BENNETT  
EUROFORUM

15

WIRTSCHAFT 29

**Swisscom lanciert als erster Schweizer Konzern einen Blog**

Firmen können mit Internet-tagebüchern ihre Bekanntheit erhöhen. Das neue Medium birgt aber auch Gefahren.

Von Romeo Regenss

Weblogs, kurz Blogs genannt, sind von der Idee her allen zugängliche Informationskanäle von Privaten, die das weltweite Netz als Plattform nutzen (siehe Kasten). Seit einiger Zeit entdecken aber auch immer mehr Firmen die Möglichkeiten des Mediums. Tipps zur Führung von Internet-tagebüchern finden sie auf einem neuen Portal der Hochschule für Wirtschaft Luzern.

«Grössere Firmen melden Blogs», sagt Nicolas Blanchard, der das Portal zusammen mit seinem Studienkollegen Adrian Iken geschaffen hat. Der Student der Wirtschaftskommunikation weist auch, weshalb dem so ist: «Die PR-Abteilungen und Kommunikationsverantwortlichen haben Angst, die Kontrolle über den Informati-

Selbstverständlich übt die Swisscom im eigenen Blog keine Zensur aus, aber auf Fehlinformationen werde man reagieren.

Weniger Berührungspunkte als die Mehrzahl der Konzerne zeigen kleinere Unternehmen, und das vornehmlich in der Informatik, PR- oder Werbebranche. Die 28 öffentlich zugänglichen Unternehmens-Blogs, die es laut der Analyse von Blanchard und Iken Ende April 2006 in der Schweiz gab, gehören grossmehrheitlich zu dieser Kategorie. Und die Blogs ermöglichen ihnen, den eigenen Bekanntheitsgrad entscheidend zu erhöhen.

«Das Kollektiv aller Blogs, die Blogosphere, ist mit Links eng miteinander verknüpft», sagt Blanchard. Und diese Links, die entscheiden darüber, wie weit oben ein Firmenname auf den Trefferlisten von Suchmaschinen wie Google steht: «Je mehr ein- und ausgehende Links eine Seite aufweist, desto wichtiger bewertet sie Google». Damit Jörg, Unternehmensberater bei Bündler & Company in Zürich und Betreuer des firmeneigenen Blogs, bestätigt diesen Mechanismus: «Für viele ist dies ein wichtiger Anreiz, um einen eigen-

sie dies super und erreichen eine Menge Leute», sagt Unternehmensberater Jörg. Wer einen Blog unterhält, muss ihn nicht nur füttern, sondern ständig beobachten.

«Das Gute daran ist, dass Firmen lernen zuzuhören und den Puls der öffentlichen Meinung zu spüren», ist Jörg überzeugt.

Für Blanchard und Iken verdrängen Blogs das Krisenmanagement von Firmen; etwas Aktualität und Präzision der Krisenkommunikation betrifft, eröffnen Blogs eine neue Qualität. Bei Bedarf könne die Öffentlichkeit in Minutenzeit informiert werden. Jörg stimmt dem zu, mit einer Einschränkung: «Der Blog muss vorher bekannt sein, sonst muss er nämlich mit viel Aufwand bekannt gemacht werden.»

Weitere Informationen unter:  
**Tages Anzeiger**  
**29. August**  
**2006** einfach Blog ge-

16

Wer bloggt?

**Siemens Deutschland**  
Willkommen auf dem Länderportal von Siemens in Deutschland.



**Klaus Kleinfeld**  
**Intranet Blog**  
**CEO**  
**«bis über 15'000 Visits»**  
**Siemens Blog-100 Initiative**

MARCEL BERNET  
EUROFORUM

17

**SPIEGEL ONLINE** 26. September 2006

**30 PROZENT MEHR FÜR VORSTÄNDE**

**Siemens-Mitarbeiter revoltieren im Intranet**

Von *Anne Seith*

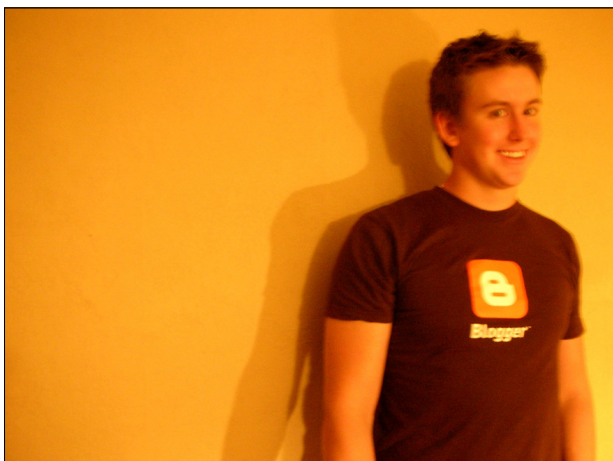
**Unfähigkeit und Maßlosigkeit werfen Siemens-Beschäftigte ihren Chefs vor, deren Bezüge um 30 Prozent steigen sollen. Vorstandsvorsitzender Kleinfeld bekommt das zu spüren - in seinem internen Blog platzieren Mitarbeiter ätzende Kommentare.**

18



“Hallo Herr Kleinfeld,  
(...) ich frage mich schon lange, wohin Leute wie Sie unsere Gesellschaft treiben.  
Immer nur mehr, mehr, mehr...”

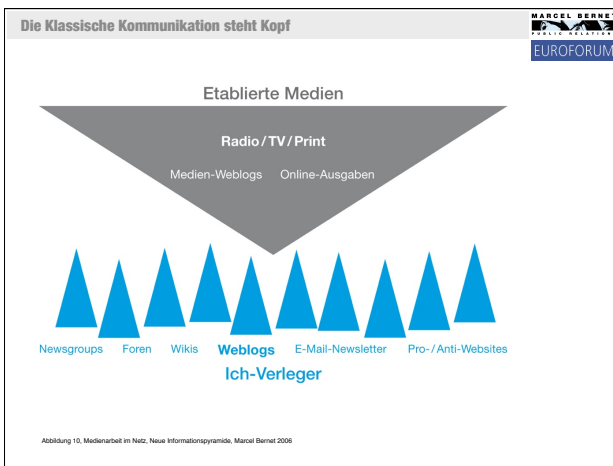
19



20



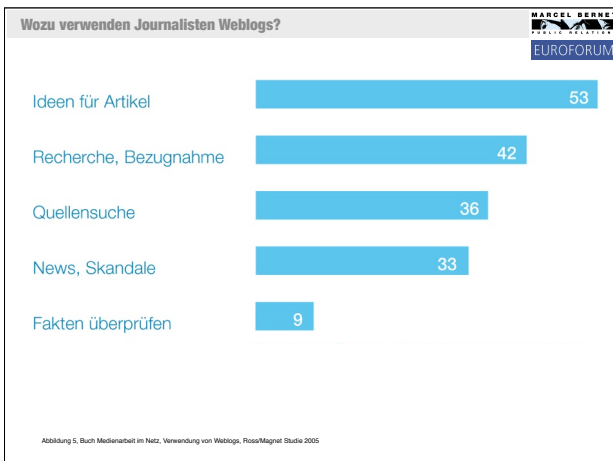
21



22



23



24

**Reputation:**

**Monitoring**

[www.googlealert.com](http://www.googlealert.com)  
[www.technorati.com](http://www.technorati.com)  
[www.bernetblog.ch](http://www.bernetblog.ch)  
[www.newlandsolution.ch/blogs/pbc/2006/09/was-kunden-vom-burson-marsteller.html](http://www.newlandsolution.ch/blogs/pbc/2006/09/was-kunden-vom-burson-marsteller.html)



25

---

**Reputation:**

**Monitoring**

**Dialog pflegen**

**Kommentieren**  
**Beliefern**  
**Einladen**



26

---

**Informiert**

**Fokussiert**

**No Emotion**

**No Promo**

**E-Mail**

Blog-Angriffe  
Buch S. 124



27

---

**Reputation:**

**Monitoring**

**Dialog pflegen**

**Selbst bloggen**

**Ziel?**  
**Mehrwert?**  
**Ressourcen?**

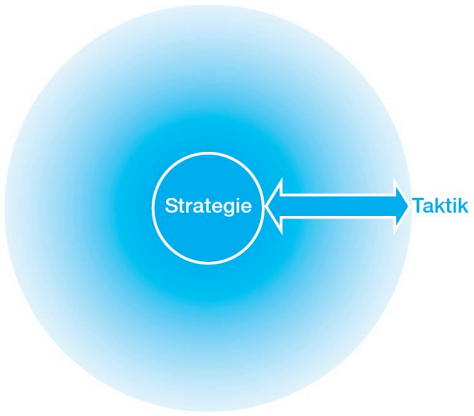


28

---







33



**Laufend Aktuelles auf**  
[www.bernetblog.ch](http://www.bernetblog.ch)  
[www.bernet.ch/wissen](http://www.bernet.ch/wissen)  
[www.bernet.ch/anstoss](http://www.bernet.ch/anstoss)

**Handouts als PDF, mit Links:**  
[marcel.bernet@bernet.ch](mailto:marcel.bernet@bernet.ch)  
**Marcel Bernet Public Relations**  
Olgastrasse 8, CH-8024 Zürich  
+41 (0)44 266 90 80

34