

KAMPAGNE DER WOCHE



Entdecken Sie das Ende der Schweiz.

Die Region Basel am Rande der Scheibe neu entdecken – mit den SBB.

Aufbruch ins unbekanntes Land namens «Schweiz»

Die Schweizer kennen ihr Land nur vom Hörensagen. Das belegt eine Studie zum Thema «Kennen Sie Ihre Schweiz?». Für die SBB ein Anlass, für eine Entdeckungsreise durch die Schweiz. Unter dem Motto «Entdecken Sie die Schweiz» gibt es jeden Monat Orte in einer Region zu besuchen zu einem bis zu 30% reduzierten Fahrpreis.

In den Bildern von Jung von Matt/Limmat werden die Zeiten der unbekanntes Territorien und grossen Entdecker wieder belebt und auf Schweizer Verhältnisse übertragen. Im Februar führt die Reise ans äusserste Ende der Schweiz, in die Grenzstadt Basel mit ihrer Mittelalter-Vergangenheit, in eine Welt, in der man noch dachte, die Erde sei eine Scheibe.

Verantwortlich bei den SBB: Reto Meissner, René Kamer (Gesamtverantwortung), Petra Thomann, Christian Vitorino (Projektleitung), Franziska Pasqua (Media), Harriet Messing (AD), Daniel Schwarz (Web); verantwortlich bei JvM: Alexander Jaggy (CD), Michael Kathe (Text), Lukas Frei, Piero Bevilacqua (AD), Yves Gerteis (Grafik), Roland Thomann (Strategie), Angela Francioli, David Schäfer (PR), Rolf Helfenstein, Fabian Röthlisberger, Claudio Gentili, Jonas Brändli (Beratung), Oliver Fennel, Marc Pfyl (Web), Ilonka Galliard (Art Buying), Bryce Pincham (Fotografie), Felix Schreggenberger (Bildbearbeitung). (per)

www.persoendlich.com

Warnung: Weblogs können Ihre Reputation gefährden

Neulich habe ich auf bernetblog.ch über die «Tagesschau»-Kampagne der Swisscom berichtet. Mir war es nicht gelungen, die 100-Sekunden-Ausgabe als Test aufs Handy zu laden. Vier Stunden später hatte die Swisscom den Eintrag bereits gelesen und kommentiert: «Wie Ihnen vermutlich entgangen ist, handelt es sich um ein Angebot für Kunden von Swisscom Mobile. Sunrise – offenbar Ihr Anbieter – verkauft unter der Nummer 888 jedoch kostenpflichtige Klingeltöne. Es würde uns freuen, auch Sie bald zu den zufriedenen «Tagesschau»-in-100-Sekunden-Zuschauern zählen zu können.» Bravo: Swisscom liest Weblogs. Dieses Unternehmen hat ein Monitoring, das den Inhalt der digitalen Welt in Echtzeit überwacht und schnelle Reaktionen sichert.

Was haben Weblogs mit der Reputation Ihres Unternehmens zu tun? Wieso sollten Sie ausgerechnet den bernetblog oder ein anderes dieser gehypten Online-Tagebücher lesen? Weil heute eine Kommunikationsstrategie ohne Netzstrategie keinen Erfolg hat. Weil Unternehmen und Organisationen digitale Räume genau so besetzen müssen, wie sie es mit den klassischen Mitteln tun.

Wer sich durch die Blogosphäre der Schweiz klickt, staunt. Hier steht überraschend hohe Qualität neben Blabla. Schritt für Schritt haben sich in diesem

Raum einige Lagerfeuer etabliert, an denen sich ein interessiertes Publikum austauscht. Und hier liegen Risiko und Chance für die Unternehmenskommunikation: Weblogs sind die Brandbeschleuniger für kritische Themen und der Platz, wo man sich die Tipps für den Produktkauf holt.

Für die Pflege der Reputation im Netz sind drei Schritte entscheidend: Erstens Monitoring, zwei-



MARCEL BERNET

«Weblogs lassen sich auch in die Medien-Beobachtung der gängigen Dienste aufnehmen.»

tens Relevanz, drittens Dialog. Zum Monitoring: Es existieren relativ teure Anwendungen; für die Sofortbeobachtung ist auf Handarbeit zu setzen, indem man auf technorati.com, icrocket.com oder googlealert.com Suchbegriffe und Abonnements einrichtet. Weblogs lassen sich übrigens auch in die Medienbe-

obachtung der gängigen Dienstleister aufnehmen.

Zur Relevanz: Auf blogug.ch ist eine Rangliste der 100 wichtigsten Schweizer Blogs abrufbar. Um abrufbar zu sein, muss man sich als Blogger in das Verzeichnis eintragen. Sie können auch einzelne Blogs im Suchfeld eingeben und testen. Je mehr Links auf ein Weblog führen, desto weiter oben steht es. Das bernetblog war im Dezember auf Rang 75, und unsere Statistik zeigt monatlich 10 000 Unique Visitors.

Zum Dialog: Kommentare bieten interessante Kontaktmöglichkeiten. Geben Sie immer Ihre Organisation als Absender zu erkennen. Schade, dass die Swisscom den Austausch nach einem einzigen Eintrag wieder verlassen hat. So blieben Fragen in anderen Kommentaren unbeantwortet. Gehen Sie ein auf Reaktionen, die folgen. Gute Weblogs bieten immer die Möglichkeit, sich per E-Mail benachrichtigen zu lassen, falls jemand einen weiteren Kommentar eingibt.

Monitoring und Dialog müssen sein. Und es ist anstrengend. Im Bereich Monitoring werden neue Lösungen auf den Markt kommen. Tipps und Tricks für den richtigen Dialog bietet das Buch «Medienarbeit im Netz» mit Links und Textauszügen auf www.onlinepr.ch.

Marcel Bernet, Inhaber, Bernet PR, Zürich.

KATAPULT

So überstehen Sie Ärgerphasen

Fluchen Sie – ist zwar grob, besänftigt aber das erregte Gemüt.

Spazieren Sie – nicht bloss um den Schreibtisch, zumindest um den Block.

Reflektieren Sie – Ist es wirklich so schlimm? Und geht nie vorbei?

Warten Sie ab – Zählen Sie langsam auf 10. Sonst auf 100. Oder tun Sie was Vernünftiges in der Zwischenzeit.

Rächen Sie sich – Sie werden ja wohl einen Unschuldigen finden. Sonst müssen Sie den Ärger halt nach Hause nehmen.

Lachen Sie – am besten über sich. Das ärgert den Ärger und er verzieht sich.

Falls alles nichts nützt: Konzentriertes Weiterarbeiten lenkt perfekt ab.