



Lernziele

**MARCEL BERNET
PUBLIC CONSULTING**

maz

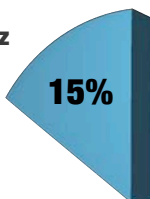
**Funktionen des
Corporate Blogging**

Blog aufbauen und betreiben

Grundlagen für Blog-Strategien

**Blogs in Monitoring +
Medienarbeit integrieren**

Netz



2006:
Stadt Zürich
SBB
Microsoft
LeShop.ch/Migros
StateStreet Bank
Corner Bank
BLKB

**Corporate Blogging -
Chancen, Erfahrungen, Trends**

**MAZ/Bernet-Seminar
11. Mai 2007**

Erwartungen?

Wer liest Weblogs?

79% | 37%

Wer kommentiert?

51% | 10%

Wer betreibt ein Weblog?

38% | 21%

Wer nutzt RSS-Feeds?

50% | 31%

2007 | 2006

400 PR-Techies, Europa, März 07 euroblog2007.org

Ein Weblog ist eine **sehr**
aktuelle, persönliche Website
mit **Dialogmöglichkeit**.

Selektiv
Enge Thematik + Zielgruppe

Subjektiv
Persönliche Autorenschaft

Schnell
Täglich mindestens 1 Eintrag

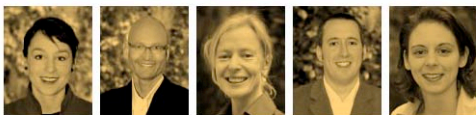


Formale Eigenschaften:

Chronologisch
Aktuellster Eintrag zu Beginn

Vernetzt
Links unter Blogs, Permalink

Interaktiv
Kommentare, Feedbacks



« 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 Schwester» 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 zufriedener zu sein, was ich hinkriege. 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 Leserseite: Heute besuchen uns rund 9000 Unique Visitors pro Monat. Und aufgrund der persönlichen Echos, Kommentare und E-Mails scheint das Lesen des bernetblogs zu gefallen. Einspruch? Als Wunschzettel die Kommentarfunktion 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 23 % Vorwachsitarabatt** buchen.

Blog abonnieren

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

Kategorien

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

PR BLOGGER. Die Welt der Corporate Communications.



DER PR BLOGGER

In diesem Online-Journal schreiben Fachautoren regelmäßig über PR- und Marketing-Themen. Hierbei werden die neuen Entwicklungen in der Kommunikation den Lesern im Mittelpunkt.

« Keine Angst vor dem Identitätsverlust

prblogger.de

08. Mai 07

Kölner Social Web Breakfast am 15. Mai: Blog Sponsoring

Am 15. Mai 2007 findet erstmals ein Social Web Breakfast in Köln (08:30 - 10:00 Uhr) statt, zu dem wir Sie hiermit herzlichst einladen. Diesmal wird Wolfgang Müller, IT-Journalist und Regional Executive Editor Germany des Blognetzwerkes **Creative Weblogging**, einen Impulsvortrag über das Thema "Sponsored Blog – eine Alternative zum Corporate Blog" halten. Falls Sie sich dafür interessieren, können Sie sich via **Xing** in unserer Teilnehmerliste eintragen und ihre **Anmeldung online** durchführen. Auf Xing erhalten Sie weitere Informationen zu den Teilnahmebedingungen.

Die Einrichtung und vor allem die dauerhafte Pflege eines Corporate Blogs erfordern einen erheblichen Zeitaufwand. Selbst große Unternehmen stoßen hier schnell an Kapazitätsgrenzen. Die Folge: Inaktuelle und wenig spannende Inhalte, unzureichende Kommunikation mit den Lesern, schlechte Verlinkung,

Presentation Zen

presentationzen.com

Garr Reynolds' blog on issues related to professional presentation design

May 01, 2007

ABOUT

Email Me

SEARCH THIS BLOG

powered by FreeFind

LINKS

My personal website
Presentation tips from my website

Who says we need our logo on every slide?

"Brand" is one of the most overused and misunderstood terms in use today. "Branding" is perhaps even more misunderstood. Many people confuse the myriad elements of brand identity with brand or branding. PowerPoint critic Edward Tufte, for example, has referred to the simple (and admittedly annoying) act of placing logos on every PowerPoint slide as



LunchoverIP

BRUNO GIUSSANI'S RUNNING NOTES ON PEOPLE, PLACES, TECHNOLOGIES AND IDEAS

About

Bruno Giussani is a writer (Business Week, IHT, WSJ, Foreign Policy, L'Hebdo, Ilsole24ore, Növa24, Infoweek, etc.)



Editorial Director of the automotive industry's most frequent member of the Internet and Tinext Knight Fellowship at the University of Switzerland.

Guest blogger: Michele Bowman, Julie Meyer

BG's other blogs: TEDblog, Huffington Post, Forum des 100

MAY 08, 2007

EuroScan: Reinventing the car and the car

lunchoverip.com

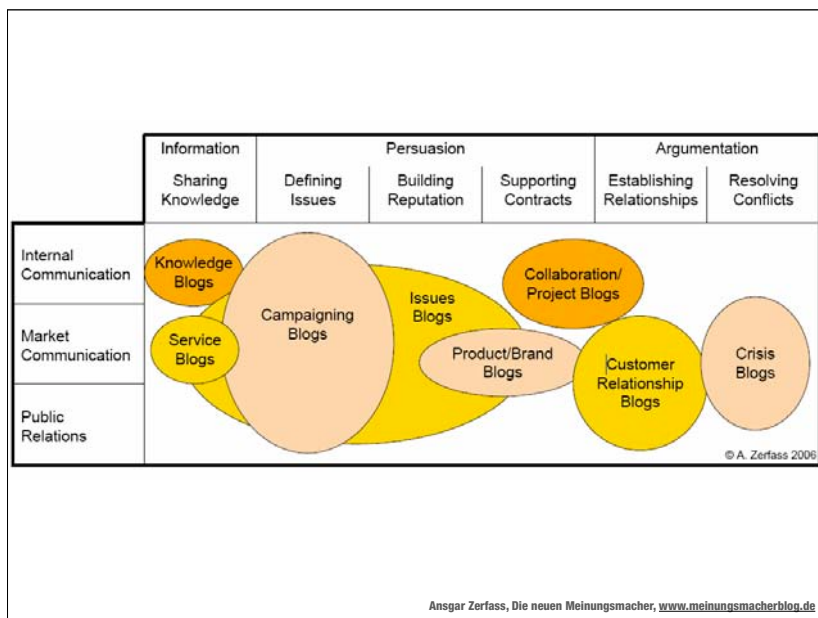
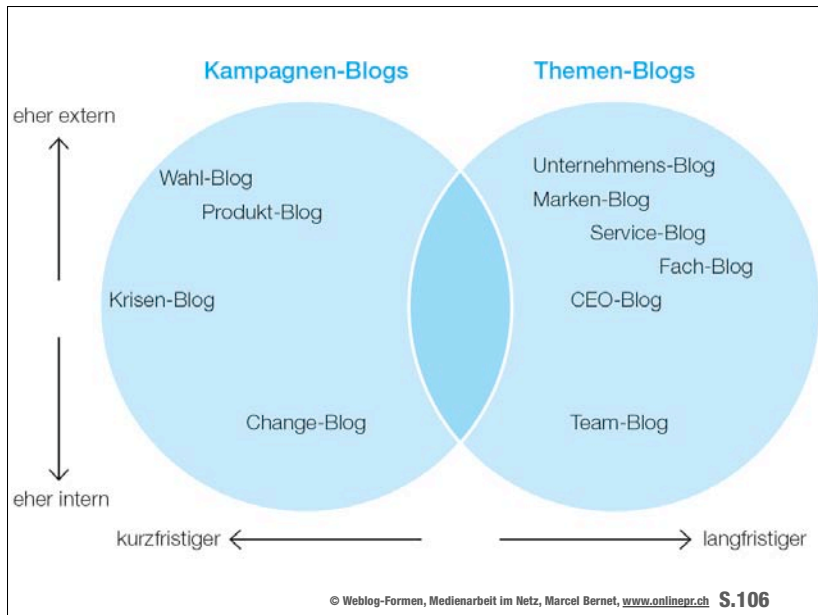
Favoriten?

of the world's most innovative column for the *Innovation* magazine, is published today here. It reports on a real-life of the future, a zero-emission fuel-cell car developed by EuroScan, which can reach 130 km/h and refuels at a solar-powered household appliance. Here the full

is tailing the successful Toyota Prius by developing models of various kinds (flex-fuel; gasoline-electric; gasoline/natural gas; propane-hydrogen), the real innovation in automotive is taking place in a nondescript industrial building on the outskirts of the Swiss town of Fribourg.

Recently, Pierre Varenne sat me behind the wheel of a small prototype called *Hy-Light* (picture right) and told me to drive. I



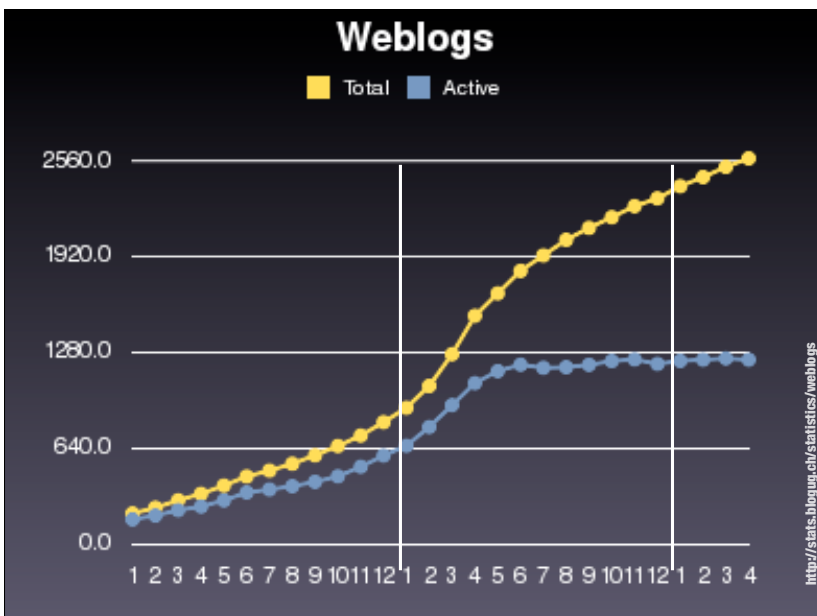
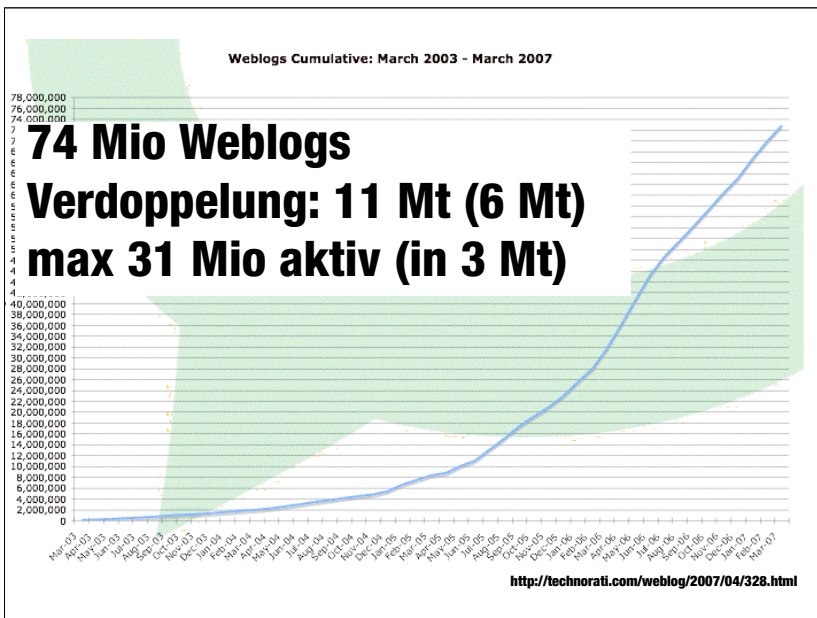


Definition: Abgrenzung zu Foren, Wikis

Foren:
 Gemeinsamer Diskussionsraum
 Alle sind Autoren, kein Einzel-/Teamlead
 Themen- statt Chronologiestruktur
 Oft Wissen im Vordergrund, nicht Meinung

Wikis:
 Wissen im Vordergrund
 Fakten statt Meinung
 Konsens wichtiger als Autor
 keine Diskussion

MARCEL BERNET
maz



Fürs Lesen:

1. Inhalt

Relevant für mich?

Qualität?

Periodizität?

2. Autor/innen

Bekannt?

Kompetent?

Für die PR:

1. Unique Visitors?

2. Vernetzung?

3. Zielgruppen-Relevanz?

<http://top100.blogug.ch/>

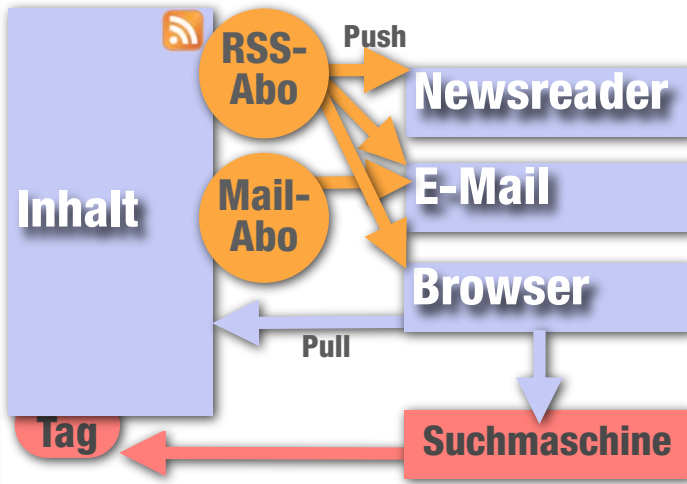
Direkt besuchen

E-Mail-Programm

RSS-Reader

Web www.bloglines.com www.netvibe.com

Software www.newsgator.com www.blogbridge.com



Ein Gymnasium im Raum Bern will

- Bekanntheit erhöhen, Schüler gewinnen
- einen aktuelleren Webauftritt
- im Netz näher bei den Jugendlichen sein

Sie erarbeiten ein Blog-Rohkonzept mit Stichworten zu:

- Zielsetzung
- Zielgruppen
- Inhaltsidee + Autor/innen
- Organisation

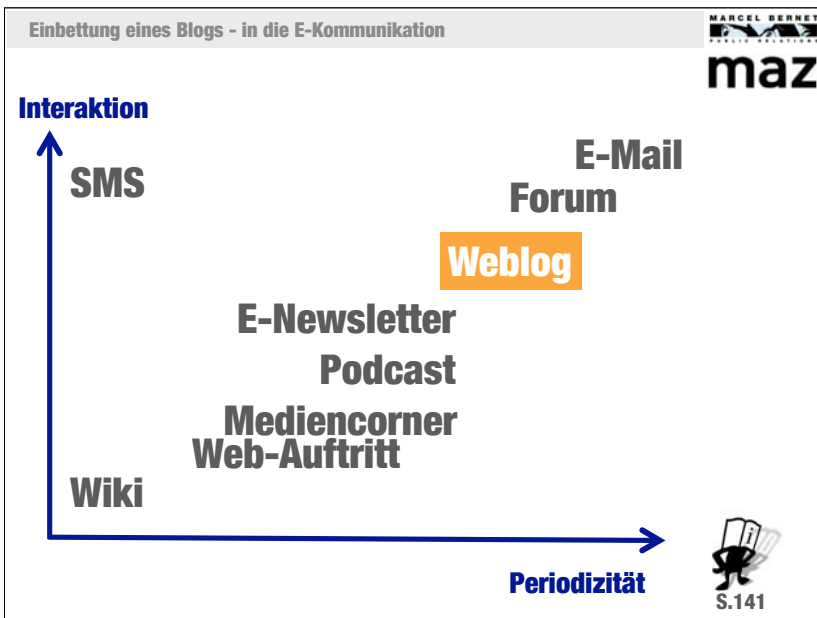
aufgrund von Annahmen

Arbeit 45 Minuten, Präsentation je 15 Minuten:

- für jedes der vier Themen Stichworte auf separatem Flip-Chart-Blatt / Folie



Definition
 Blogosphäre
 Blogkonzept
 ▶ Einbettung
 Blog-Medienarbeit
 Monitoring
 Offene Fragen



bernetblog.ch: 2006
 10'000 Unique/Monat
 Dialog

bernet.ch: 1995
 2'000 Unique/Monat
 Referenz

Newsletter: 2002
 1'000 Abonnenten
 Kompetenz



Definition
Blogosphäre
Blogkonzept
Einbettung
▶ Blog-Medienarbeit
Monitoring
Offene Fragen

Blog-Medienarbeit

MARCEL BERNET
PUBLIC RELATIONS
maz

Wer
beliefert Blogger mit
Pressemitteilungen?
lädt Blogger zu
Medienkonferenzen?
hat Erfahrungen im
Umgang?



BloggingTom
...pflichten, edenfeuer, im Cyberspace...



Tom Brühwiler
www.bloggingtom.ch
Informatiker
No. 7 CH / 298 Links intl.
50'000 Unique Visitors/Mt
Swiss News / Blogging / Technologie

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

tastaturisiert 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?
3. Was tut die Migros, um den Verkauf von Fälschungen in

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

Dabei handelt es sich um den Artikel 2ltr. UHT-Milch nicht Past-Milch. Leider war bei der Pastmilch die Nachfrage, wohl aufgrund der wesentlich kürzeren Haltbarkeit und der für Pastmilch zu grossen Verpackung immer viel tiefer, wesentlich tiefer als wir selbst erhofft hatten. Wir bieten den Kunden mit der 1ltr. Brik (nicht im M-Budget-Kleid) eine ebenfalls attraktive Alternative an.

Ablösung M-Budget 2 ltr. Hochpast Drinkmilch durch 1 ltr.

Brik hochpast Vollmilch:

Die bisherigen eher bescheidenen Verkäufe haben gezeigt, dass für viele Kunden die 2 ltr. Packung für Pastmilch zu gross ist und eine Mehrheit der Konsumenten eine 1 ltr.

Packung vorziehen würde. Aus diesem Grunde wurde entschieden, die M-Budget 2 ltr. Hochpast Drinkmilch per anfangs Mai auszulisten.

Als Alternative zu der bisherigen M-Budget 2 ltr. Hochpast Drinkmilch empfehlen wir die Vollmilch Hochpast 1ltr. Der Kunde profitiert bei der 1ltr. Verpackung von einem grösseren Convenience-Grad als bei einer 2 ltr. Packung.

Die Verpackungskosten fallen bei der 1 ltr. Verpackung etwas mehr ins. Dabei handelt es sich um den Artikel 2ltr. UHT-Milch nicht Past-Milch. Leider

Relevanz: [www.blogug.ch](#)

MARCEL BERNET

maz

blogug

list ping top100 planet stats map

Home

Last 30 days winners

Last 30 days losers

New entries

Gone entries

Search:

[netzblog.ch](#)


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(SYT)).

rang	uri	blogs		links		.ch rank		
		t rank	total	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 [sls](#).

Relevanz: www.blogug.ch  **maz**

blogug

list ping **top100** planet stats map

Home
Last 30 days winners
Last 30 days losers
New entries
Gone entries

Search:

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/ST).

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

swiss blogs data from list.blogug.ch and blog.ch. Linkcount and rank data from [Technorati](http://Technorati.com).
 Created and maintained by [Christian Stocker](#). Design by [sis](#).

Blog-Medienarbeit  **maz**

Muss:

- Monitoring
- Relevanz?
- Aufnahme in Verteiler
- Erfahrungen sammeln

Informiert

Fokussiert

No Emotion

No Promo

E-Mail

Blog-Angriffe



Anonyme Mitarbeiterblogs: Fall Nestlé Schweiz Fall Microsoft



http://www.tagesanzeiger.ch/dyn/news/wirtschaft/642401.html

Das kostenlose Telefon... Tages-Anzeiger Online ...

er.ch

News Wetter Börse Geld Digital Auto Reisen Wissen Züritipp Bl

Wirtschaft – Dienstag, 08. Mai 2007 Artikel: » drucken » mailen

Tages-Anzeiger vom 05.07.2006

Spitze Pfeile aus eigenen Reihen
Blogs nehmen zunehmend auch Schweizer Unternehmen aufs Korn.
Nach Swissmetal wird jetzt auch Nestlé angeschossen.

Von Martin Vetterli

Der Glückstreffer von «Transparence» war das Pech von Nelly Wenger. Mit seiner unverblühten Kritik an der unsinnigen Verpackung der neuen Cailler-Schokolade und am Führungsstil von «Nestly», wie er die Chefin von Nestlé Schweiz betitelt, feiert der anonyme Blogger nur zwei Wochen nach Lancierung von nestlesuissealnews.blogspot.com den grossen Coup: Mit seinen «Informations non-contrôlées» schaffte «Transparence» den Sprung in die nationalen Medien. In Artikeln über den Schoggi-Streit von Vevey werden immer wieder Zitate aus seinem Weblog eingestreut. Und er wiederum veröffentlicht diese Zeitungsberichte dankend in seinem Blog.

«Für die Schweiz ist das ein neues Phänomen», sagt Urs Bucher vom St. Galler Informatikdienstleister Namics. Aber nur der Anfang einer Welle: «Über kurz oder lang werden alle grösseren Unternehmen davon betroffen sein.» Und sie reagieren bereits. Wie ein Brancheninsider berichtet, ist das Bedürfnis nach Beratung, wie man am geschicktesten auf die meist anonymen Anschuldigungen reagiert, in den letzten Wochen sprunghaft angestiegen.

Basic Thinking

Home **Blog** Fundgrube Blogroll TV Abo Kontakt

Green Energy Fonds

Klimaschutz mit Geothermie. 9% mit sauberem Strom!

Rentable Kapitalanlage

aus den Bereichen Schifffahrt, Container und Immobilien.

Google-Anzeigen

Nestlé: Anonyme Mitarbeiterblogs

von Robert Basic, 09.07.2006 16:03

nach Microsoft (mit dem wohl bekanntesten anonymen Mitarbeiterblog namens [Mini-Microsoft Blog](#), das den Zuständigen bei MS schon lange ein [Dorn im Auge](#) ist) entwickelt sich in Europa anscheinend das französischsprachige Blog [Nestlé Suisse Real News](#) zu einem der "nervigsten" Blogs, in dem Fall für Nestlé. Siehe hierzu Tagesanzeiger.ch: [Spitze Pfeile aus eigenen Reihen](#). Dort wird über das Blog berichtet, wie immer mehr Zeitungen Infos aus diesem Blog aufgreifen, um kritische, tagesaktuelle Unternehmensstories auszuschnüffeln.

http://www.nestle.ch/de/com/pre/news_detail.aspx?nid=680

How to Sink a Newspape... Das kostenlose Telefon... Nestlé Schweiz - News ...



Unternehmen

Nestlé Schweiz **MARKEN** Produkte Ernährung **Unternehmen** Konsumentendienst

News Adressen / Besichtigung Nestlé Schweiz Engagement Karriere **Presse** **Pressemittellungen** Photo Galerie Presse Archiv Investor Relations

Unternehmen | Presse | Pressemittellungen | News Detailsicht

Pressemittellungen

Donnerstag, 28.09.2006

Abwesenheit von Frau Nelly Wenger aus Gesundheitsgründen

Vevey, 28. September 2006 - Nelly Wenger, Generaldirektorin der Nestlé Suisse SA, wird sich für eine Zeitdauer von voraussichtlich zwei bis drei Monaten aus dem operativen Geschäft zurückziehen. Sie muss sich einer medizinischen Behandlung unterziehen, um eine Brustkrebserkrankung zu heilen. Ihr Gesundheitszustand und die entsprechende Behandlung verlangen eine momentane Unterbrechung ihrer professionellen Tätigkeit.

In ihrer Abwesenheit wird Herr Hervé Cathelin, stellvertretender Direktor innerhalb der Zone Europa, die Verantwortung für das Tagesgeschäft übernehmen.

Nestlé wünscht Frau Wenger eine rasche Genesung.

Peter Bütikofer & Company
Public Relations and Perception Management



10/30/2006

Ziel erreicht: Anonymes Nestlé Blog eingestellt

Das anonym geführte Weblog [Nestlé Suisse Real News](#) wurde vergangenen Donnerstag eingestellt.

Das Weblog wurde im Juni 2006 ins Leben gerufen, um ein Forum für all diejenigen Mitarbeiter zu bieten, die unter dem repressiven (Kommunikations) Klima litten, das seit dem Antritt von Nelly Wenger als Chefin von Nestlé Schweiz Einzug gehalten haben soll.

Mini-Microsoft <http://minimsft.blogspot.com/>

Sunday, May 06, 2007

MicroYa! and Thinking About a Big Reboot

(A refreshing post. Not because of the content, but rather just because there hasn't been a post here for a while. First, some adminstrivia: the new Blogger template here has at the bottom of the post a link to the comment stream URL. Plus some other goo. Another note: hey, tried running the blog without moderation for a while to see if it would decay into the lunacy you see sometimes in the InsideMS blog. Not so. I might try this more often.)

Given past jinxing, I hesitate to mention how MSFT is above \$30 again. The \$30+ price is too late for the set of stock options that expired a week prior, however. Leadership who wander around saying how stock doesn't matter have to take a moment to remember what it was like to be in a work-group when the stock was excelling. Folks were motivated and excited and engaged. Yes, they did put in extra effort and - at least in their minds - saw a direct connection between their contribution and their team to the Microsoft bottom line.

And now?

Packet Storm / Collision Domain <http://255255255255.blogspot.com/>

About
Let's slim down Microsoft into a lean, mean, efficient customer pleasing profit making machine! Mini-Microsoft, Mini-Microsoft, lean-and-mean!

About Me
Who da'Punk
[View my complete profile](#)

Blog Archive
▼ 2007 (15)
▼ May (1)
[MicroYa! and Thinking About a Big Reboot](#)
► April (3)
► March (4)

Anonyme Mitarbeiterblogs:

- Lesen
- Nicht kommentieren
- Prüfstein der
Kommunikationskultur

Unternehmensblogs: Fall Siemens - CEO intern

Siemens Deutschland

Willkommen auf dem Länderportal
von Siemens in Deutschland.

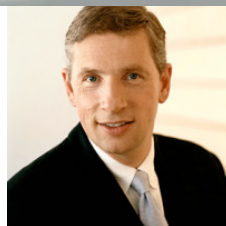
Klaus Kleinfeld

Intranet Blog

CEO

«bis über 15'000 Visits»

Siemens Blog-100 Initiative



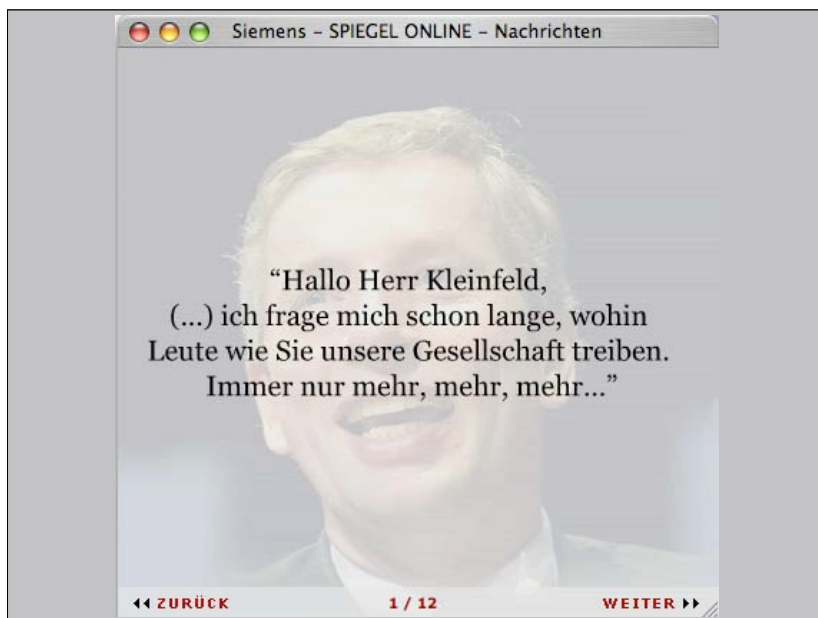
Microsoft Channel 9/10 - Kommentar auf
http://www.microsoft-watch.com/content/developer/how_the_reception_at_channel_9.html

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.**

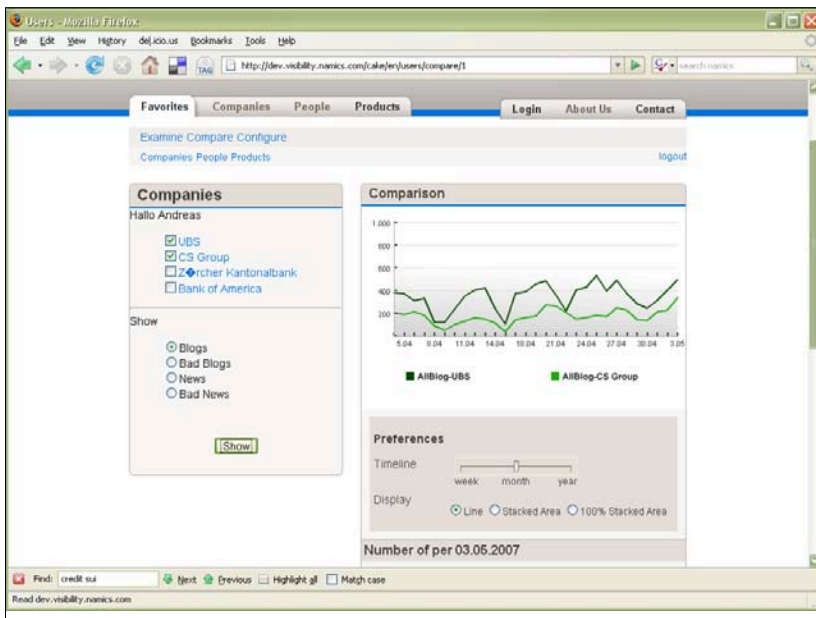
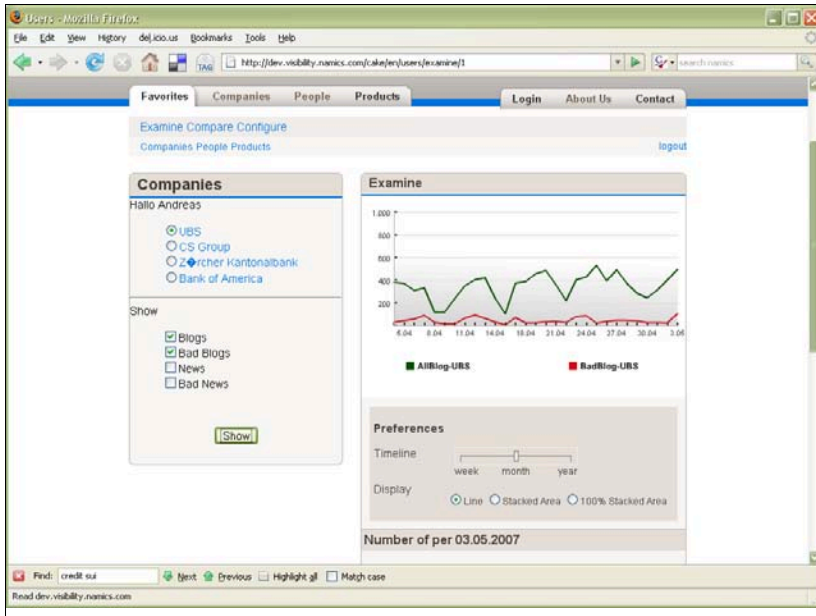


Wer hat ein Netz-Monitoring eingerrichtet? Wie? Erfahrungen?

Online-Medien
Relevante Webseiten
Foren
Wikis
Blogs
Podcasts

Blogs:

- Argus / ZMS
- Feeds / Programm
- www.googlealert.com 12-50/M
- www.bclab.de 150/M 10/Treffer
- www.ethority.de bohr 5000/Set 1500/M
- namics / Bernet ab Aug07



**Definition
 Blogosphäre
 Blogkonzept
 Einbettung
 Blog-Medienarbeit
 Monitoring
 Offene Fragen**

**Jürg Stuker - namics
 Albert Kuhn - Swisscom
 Nicolas Galladé - SP Schweiz**

