

Online-Bewegtbild als zentraler Bestandteil von Corporate Communication

Knallgrau bringt Online-Branchen-TV

Täglich werden 9.232 Stunden Videomaterial auf YouTube hochgeladen. 25 Millionen Deutsche schauen Videos online. Allein auf YouTube gab es mit Stand April 2008 ganze 83 Millionen Videos.

Aus diesem Meer von Inhalten wird Knallgrau wöchentlich zwei bis vier relevante und interessante Videos herausfiltern, darüber schreiben und diese in einen Kontext setzen. Dadurch wird knallgrau.tv zu einem Channel, der dabei helfen soll, auf einfachste Art und Weise in den Themen Web 2.0, Enterprise 2.0 und Internet im Allgemeinen up to date zu bleiben. Das Angebot richtet sich konkret an Interessenten, Kunden und Partner der Firma Knallgrau beziehungsweise an Fachleute aus den

Bereichen Kommunikation und Marketing. Bereits jetzt stehen einige ausgewählte Videos zu speziellen Themen bereit: Etwa ein Beitrag über das Open-Street-Map-Projekt und seine Bedeutung im Bereich „Location based Services“, ein konkreter Anwendungsfall, was Krisen-PR mithilfe von Web-2.0-Tools heißt, oder spannende Gedanken zur Frage: „Wem gehört Online-PR eigentlich?“

Bewegtbild gezielt einsetzen

Das Angebot wird über eine Tagcloud strukturiert, also eine Liste aus Schlagworten, die alphabetisch sortiert flächig angezeigt wird, wobei einzelne unterschiedlich gewichtete Wörter größer oder auf an-



knallgrau.tv: ein Channel, der dabei helfen soll, auf einfache Art und Weise über die Themen Web 2.0, Enterprise 2.0 und Internet im Allgemeinen informiert zu bleiben.

dere Weise hervorgehoben dargestellt werden. Die Video-Liste ist über einen RSS-Feed abonnierbar und jeder Beitrag kann kommentiert werden. „knallgrau.tv soll als Prototyp eines Corporate-TV-Angebots als ein konkreter sowie erschwinglicher Schritt für mittelständische Unternehmen stehen, die gezielt ihre Stakeholder über Bewegtbild-Information erreichen wollen“, so Geschäftsführer Dieter Rappold über das Ziel des Projektes. **avq**