

Blogs, Podcasts und RSS-Feeds sind nicht zu stoppen

Knallgrau-Geschäftsführer Dieter Rappold resümiert für HORIZONT den Kongress LesBlogs2.0

Im Jahr 2004 wählte das Oxford Dictionary „Blog“ zum Wort des Jahres, und heuer wurde „Podcast“ mit diesem Titel ausgezeichnet. Kürzlich stellte sich heraus, dass sich die Zahl an Blogs weltweit kontinuierlich alle sechs Monate verdoppelt. Momentan sind rund 20 Millionen Weblogs weltweit online. Täglich werden rund 70.000 dieser „Internet-Tagebücher“ neu angelegt. Angesichts dieser Tatsache versammelte sich vergangene Woche in Paris eine Expertenrunde im Rahmen des Kongresses „LesBlogs2.0“, um über Social Software zu diskutieren. Neben 350 internationalen Teilnehmern beteiligten sich Unternehmen wie Yahoo, Microsoft, Nokia, Skype, IBM, BBC, Hubert Burda Media oder *Herald Tribune* an LesBlogs2.0 sowohl mit Experten-Wissen als auch als Sponsoren. Ihnen ge-

mein ist das Wissen um das Ergebnis folgender Gleichung: User bedeuten Traffic, und daraus folgt Revenue. Und es zeigte sich in Paris auch, welche die Medienunternehmen von morgen sein werden, wer in Zukunft am Werbekuchen am besten verdienen wird und wo Unternehmen und Marken ihre Werbe-Euros verstärkt investieren werden. Gewinnen werden in jedem Fall jene Unternehmen, die den sich vollziehenden Paradigmenwechsel unseres Medienzeitalters rasch realisieren.

Wir sind schon mitten in einer Phase der unaufhaltsamen „mass amateurisation“, in der es um „participation“ anstelle von „publishing“ geht; wo Werte wie Authentizität und Glaubwürdigkeit mehr als hohle Worte

sind. Jedes einzelne Weblog ist Bestandteil eines sozialen Konstruktions- und Distributionsapparates genannt Blogosphäre. Unternehmen und Marken stehen in ihrem traditionellen Medienverständnis dieser Herausforderung relativ hilflos gegenüber, weil sie bisher mit Konsumenten konfrontiert wa-

Dieter Rappold, Knallgrau New Media: „Wir sind schon mitten in einer Phase der unaufhaltsamen „mass amateurisation“, wo es um „participation“ anstelle von „publishing“ geht.“ © KNALLGRAU



ren und sie es nunmehr mit Unternehmen zu tun haben. Unternehmen müssen sich rasch und intensiv mit diesem sich täglich weiterentwickelnden Phänomen auseinander setzen. Mit Google Alert, Google Blog Se-

arch, RSS Feedreadern, Technorati und vielen weiteren Tools. Sie repräsentieren eine Reihe von smarten Web-Services, die es Unternehmen ermöglichen, rasch einen Einstieg in die Materie zu finden. Bemerkenswert ist, angesichts der internationalen Entwicklung, wie sehr man diese im deutschsprachigen Raum bisher ignoriert, negiert oder vielleicht schlicht und einfach noch nicht bemerkt hat. Es gibt kaum Unternehmen in den betroffenen Bereichen wie PR, Werbung, Media-Agenturen, Medienunternehmen etc., die auf diese Themen vorbereitet wären, geschweige denn proaktiv konkrete Schritte gesetzt haben. Blogs, Podcasts und RSS-Feeds sind nicht mehr aufzuhalten.

Dieter Rappold ist Geschäftsführer von Knallgrau New Media.