

03.11.2010 - 17:47 Uhr

## media coffee von news aktuell: Social Media - Blühende Zukunft oder düstere Zeiten für PR-Schaffende?



Zürich (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit  
unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100000003> -

"Social Media hat uns alle erreicht", so lauteten die Begrüßungsworte von Kai Gerwig, Geschäftsführer der SDA-Tochter news aktuell (Schweiz) AG, beim gestrigen media coffee in Zürich. Rund 200 PR- und Marketingfachleute sowie Medienschaffende diskutierten im Lake Side über den Medienwandel, Social Media und die Auswirkungen auf das Berufsbild des PR-Schaffenden.

"Der Medienwandel begann lange vor Social Media, als grosse Verlagshäuser entstanden, TV und Radio privatisiert wurden und Mittler wie news aktuell zunehmend Bedeutung erhielten", so Markus Berger, Direktor SPRI. Die Veränderung der Medienlandschaft erzwingt eine neue Einstellung in den Agenturen und in der Ausbildung. Social Media habe diese Entwicklung verschärft und exponentiell beschleunigt.

Für Hansi Voigt, Chefredaktor 20 Minuten Online, spiegelt sich der Medienwandel im Problem der Fragmentierung. Dennoch lautete seine Kernbotschaft: Social Media fördert mittels Feedback-Kultur die Qualität im Journalismus. Der Anspruch an Inhalte steige durch Social Media und sei somit eine Motivation und ein Ansporn für Journalisten. Man solle die Leute nicht tot-twittern, sondern nur dann informieren, wenn man was zu sagen habe.

"Das Mediensterben geht weiter, die Zukunft ist digital", meinte Roman Geiser, Chief Operating Officer von Burson-Marsteller EMEA. Für ihn übernimmt Social Media die Funktion eines Filters. "Irgendwann konsumieren wir nur noch die Informationen, die unsere Bekannten

lesen", sagte Geiser. Weiter führte er aus, dass PR-Agenturen im Gegensatz zu Verlagshäusern sich schon sehr früh mit dem Wandel auseinandersetzt haben. Heute sei die Herausforderung, Social Media nicht nur als Pushkanal zu betrachten, sondern in alle Geschäftsfelder zu integrieren.

Social Media beginnt mit Hinhören - Stichwort Monitoring - man müsse wissen, was über einen geschrieben wird, da waren sich alle Podiumsteilnehmer einig. Zudem müsse Social Media aus der Kultur der Firma wachsen. Moderatorin Marina Villa fragte daraufhin nach Best-Practice-Beispielen. Von den Podiumsteilnehmern wurden SBB, Swiss oder DELL genannt. Dennoch finde in Schweizer Firmen praktisch kein Dialog über Social Media statt; noch immer werde auch über Social Media primär Einwegkommunikation betrieben. Grundsätzlich seien Schweizer Firmen eher konservativ in der Nutzung.

Ganz dem Thema entsprechend, konnten Besucher während der Diskussion ihre Fragen und Anmerkungen über Twitterwall stellen, die auf Grossleinwand projiziert wurde. "Social Media ist keine Frage der IT-Kapazität, sondern des Verständnis und der Strategie.

#mediacoffee", twitterte Thomas Hutter von Hutter Consult GmbH aus dem Publikum. Su Franke, Corporate Communication Manager bei Namics, twitterte "PR kommuniziert mit Menschen und nicht mit deren Rollen und Funktionen. PR hört, moderiert, beteiligt sich, entdeckt oder setzt Themen. Reines Senden via Medien ist vorbei."

Auf die Frage, wie sich das Berufsbild des PR-Schaffenden durch Social Media verändert, meinte Roman Geiser, dass die Fähigkeit, sozialrelevante Daten der Zielgruppen zu analysieren und deren Relevanz für sich herauszufinden, steigen werde.

"Die Bedeutung der PR wird gegenüber dem Marketing durch Social Media deutlich zunehmen", so Markus Berger. PR-Schaffende seien lange Marketingkontrolleure und Massenbotschaften-Sender gewesen. Der Direktor des SPRI schliesst daraus, dass die PR-Schaffenden nun das Problem ernten und immer noch darauf reduziert werden. Abschliessend kann man sagen, dass der PR-Schaffende seinen CEO davon überzeugen muss, mitzumachen. Das Motto soll lauten: Weg von der Mess- und hin zur Mitmachkultur.

Kontakt:

Kai Gerwig  
Geschäftsführer news aktuell (Schweiz) AG  
Tel.: +41/43/960'68'01

Medieninhalte



media coffee der SDA-Tochter news aktuell in Zuerich: v.l.n.r.: Hansi Voigt, Chefredaktor von 20 Minuten Online, Roman Geiser, Chief Operating Officer von Burson-Marsteller für Europa, Markus Berger, Direktor SPRI, Marina Villa, Moderatorin, beim media coffee der SDA-Tochter news aktuell in Zürich. Titel: "Social Media: Blaue Zukunft oder düstere Zeiten für PR-Schaffende?" Weiterer Text ueber ots und unter <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung unter Quellenangabe: "obs/news aktuell (Schweiz) AG"