

Presseinformation - 24. Januar 2006

## **Erste europaweite Weblog-Studie enthüllt Kluft zwischen Anhängern und Skeptikern**

**Zwei von fünf PR-Managern wollen Weblogs einsetzen**

Die erste europaweite Umfrage zur Nutzung von Weblogs in Public Relations und Kommunikationsmanagement zeigt eine klare Lücke zwischen überzeugten Nutzern und Skeptikern: Ein Drittel der Kommunikationsverantwortlichen betreibt ein Weblog oder verfasst regelmäßig Beiträge hierfür. Von einem Viertel aller Befragten wird das neue Medium jedoch vollständig ignoriert.

Dieses Bild eines zweigeteilten Europa ist ein Ergebnis der wegweisenden Studie EuroBlog 2006 der European Public Relations Education and Research Association (Euprera). Die wissenschaftliche Leitung lag bei Philip Young von der Universität Sunderland (Großbritannien), Dr. Ansgar Zerfaß, MFG Baden-Württemberg / Universität Erlangen-Nürnberg (Deutschland) und Swaran Sandhu, Universität Hohenheim (Deutschland), mit Unterstützung von Forschern aus 12 Ländern.

An der Umfrage, die im November / Dezember 2005 online durchgeführt wurde, beteiligten sich 587 PR-Fachleute aus 33 Ländern. Erkennbar gibt es derzeit einen klaren Unterschied zwischen Enthusiasten, die Weblogs einen weitreichenden Nutzen zuschreiben, von der Konkurrenzbeobachtung über das Monitoring von Branchentrends bis hin zur direkten Kommunikation unter Umgehung von Journalisten, und „Anti-Bloggern“, die keine Vorteile für ihr Unternehmen oder ihre Kunden erkennen können.

Während 31 Prozent der Befragten angaben, dass sie regelmäßig für ein eigenes oder ein anderes Weblog schreiben, erklärten 26 Prozent, dies nie zu tun. Nur vier Prozent gaben an, dass sie bisher noch nie von Weblogs gehört hätten. Demnach hat sich ein Viertel bewusst dafür entschieden, Weblogs nicht zu nutzen. Die Verfechter von Weblogs kommen vor allem aus Österreich, Dänemark, Großbritannien und Deutschland.

42 Prozent der Kommunikationsmanager, die derzeit noch kein Blog betreiben, beabsichtigen dies innerhalb der nächsten 12 Monate zu tun. Allerdings gehen weitere 32 Prozent davon aus, dass sie kein Blog starten werden. Von denjenigen, die nicht planen, Blogs als PR-Instrument zu nutzen, begründete jeder Dritte dies damit, dass die Vorteile nicht klar sind und weitere 22 Prozent gaben an, dass es an Personalkapazitäten mangelt.

Die Nutzung von Weblogs wird derzeit vor allem dadurch beschränkt, dass man nicht in der Lage ist, die Kommunikationsinhalte zu kontrollieren, die Blogs in die Kommunikationsstrategie zu integrieren und geeignete Inhalte zu entwickeln.

Dr. Ansgar Zerfaß sagte dazu: „Nicht die Technologie, sondern der Mangel an Ideen und Konzepten behindert derzeit die Verbreitung von Weblogs in der Unternehmenskommunikation. PR-Verantwortliche und Agenturen müssen Anwendungsszenarien mit einem klaren Beitrag zur Wertschöpfung entwickeln. Im Rahmen unserer Forschung haben wir Konzepte vorgestellt und Best Practices identifiziert, die das unterstützen.“

Philip Young ergänzte: „Viele glauben, dass das Internet und Social Software dazu führen, dass Public Relations sich von der einseitigen Informationsverbreitung zur Dialogorientierung weiterentwickelt. Unsere Studie belegt jedoch eine beunruhigende Kluft zwischen jenen, die die Herausforderungen und Chancen begeistert aufgreifen und denjenigen, die sich der Bedeutung von Social Software erst noch bewusst werden müssen. Obwohl die Bedeutung von Weblogs nicht überschätzt werden darf, sollten Wissenschaftler und PR-Verantwortliche doch darangehen, den Beitrag neuer Technologien für die Kommunikationsstrategie klar aufzuzeigen.“

Die Studie EuroBlog 2006 vermittelt außerdem neue Einsichten in Themenbereiche wie das Monitoring von Weblogs, redaktionelle Blogging Guidelines sowie das Spannungsfeld von „offiziellen“ Blogs, internen oder projektbezogenen Blogs, CEO-Blogs und Blogs, die eigenverantwortlich von Mitarbeitern betrieben werden.

Detaillierte Ergebnisse der Studie werden bei einer öffentlichen Branchenveranstaltung „Weblogs, Podcasts, Web 2.0 - Chancen für Marketing und Kommunikation“ am 16. März sowie bei einem englischsprachigen Forschungs-Symposium „Public Relations and Social Software: Meeting the Challenges of Weblogs, Podcasts, Wikis and RSS“ vom 16. bis 18. März präsentiert. Beide Veranstaltungen finden in Stuttgart statt und werden von der MFG Baden-Württemberg, dem Kompetenzzentrum des Landes für Informationstechnologie und Medien, gemeinsam mit Partnerverbänden organisiert.

**Die ersten Umfrageergebnisse sind im Internet verfügbar unter [www.euroblog2006.org](http://www.euroblog2006.org)**

Philip Young, Ansgar Zerfaß and Swaran Sandhu stehen für Interviews zur Verfügung.  
Bitte kontaktieren Sie: [mail@zerfass.de](mailto:mail@zerfass.de)

Interessenten, die sich in weitere Phasen des EuroBlog-Forschungsprojekts einbringen möchten, wenden sich bitte an ein Mitglied des Leitungsteams.

**[www.euroblog2006.org](http://www.euroblog2006.org) / [www.euprera.org](http://www.euprera.org)**