

20.09.2006 - 12:30 Uhr

Deutschland ist im Internet ein Entwicklungsland

Hamburg (ots) -

Im Vergleich zu den USA, Frankreich und Großbritannien ist Deutschland im Internet ein Entwicklungsland. So lautete eine der Kernaussagen beim gestrigen media coffee der dpa-Tochter news aktuell in Hamburg. Fast 300 PR-Fachleute und Journalisten waren in die Bucerius Law School gekommen, um sich über das Thema "Web 2.0: Wie verändern sich Medien und PR?" zu informieren. Moderiert wurde die Podiumsdiskussion von Anette Hillebrand, Direktorin der Akademie für Publizistik.

Mathias Müller von Blumencron, Chefredakteur von SPIEGEL Online, rechnet nicht mit einem Bedeutungsverlust der klassischen Medien. Vielmehr sei durch das Web eine neue Welt dazu gekommen, die man unbedingt Ernst nehmen müsse. "Allerdings ist Deutschland derzeit noch ein Entwicklungsland auf diesem Gebiet", meinte von Blumencron. Allein die Wochenzeitungen hätten es bisher verstanden, das Internet optimal für sich zu nutzen. "Es ist fatal, dass die Tageszeitungen bisher so wenig Energien da rein gesteckt haben", kritisierte er seine Kollegen.

Auch Stefan Keuchel, Leiter Unternehmenskommunikation bei Google Deutschland, stimmte von Blumencron zu. "Deutschland hat den Trend verschlafen", meinte er. Es fehle den Deutschen oft an Mut, denn hierzulande sei es üblich, zunächst nur die Gefahren und nicht die Chancen neuer Technologien zu erkennen. Klaus-Peter Frahm, Head of Corporate Technology bei news aktuell, schätzte die Situation etwas gemäßiger ein: Die Menschen in Deutschland näherten sich einer Technologie, die es schon lange gebe, langsam an.

Für Lars-Christian Cords, Partner bei der Agentur fischerAppelt Kommunikation, sind Weblogs "ein Hype um das goldene Kalb". Schließlich würden nur Inhalte aus Blogs wirklich wahrgenommen, "die den Sprung in die reale Medienwelt schaffen". Nur wenige Blogger seien heute relevant. "Im Rahmen der Unternehmenskommunikation sollte man diese allerdings beachten", riet Cords. Die Einführung eines Corporate Blogs könne er seinen Kunden wegen des hohen Zeitaufwands, der damit verbunden sei, nicht empfehlen. Philip Graf Dönhoff, Geschäftsführer der Netzeitung, riet den Unternehmen, eine kontinuierliche Plattform zu schaffen, die authentisch sein müsse. "Man darf sich auf keinen Fall bei seinen Kunden anbieten", meinte Graf Dönhoff.

Der Podcast zur gestrigen Veranstaltung ist unter folgendem Link abrufbar (9,5 MB):
<http://www.presseportal.de/story.htx?firmaid=6344>

Pressekontakt:

Rückfragen bitte an:

news aktuell GmbH
Public Relations Manager
Sandra Schulz
Telefon: 040-4113 2772
Fax: 040-4113 2876
s.schulz@newsaktuell.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100516224> abgerufen werden.