

**Melanie Huber**

**Kommunikation im Web 2.0. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. 225 Seiten.  
ISBN 978-3-86764-034-3**

Praxisnutzen: \*\*\*

Konzeptionell: \*\*\*

Theoretische Relevanz: \*\*

Von Carsten Lange, PR-Berater (DPRG)

„Social Media“ ist das Schlagwort zum Web 2.0. Plattformen wie Flickr (Bildportal), YouTube (Videoportal), Xing (Netzwerk) und Wikipedia (Enzyklopädie) zählen ebenso dazu wie Twitter, Blogs und Podcasts. Internetnutzer sind nicht mehr länger nur die Rezipienten von Informationen, sondern gleichzeitig auch Erzeuger. Die Kommunikation im Internet ist ohne Zweifel anspruchsvoller geworden. Austausch und der direkte Kontakt miteinander sind Trumpf.

Public Relations, soweit besteht Klarheit, kommen am Internet nicht mehr vorbei. Doch was soll ein PR-Verantwortlicher tun? Welche Strategie soll er für seine Organisation im Internet verfolgen? Wie soll er die neuen Möglichkeiten kreativ nutzen? Das Web 2.0 gleicht bisweilen einem Irrgarten, in dem man sich sehr schnell verlaufen kann. Aktionismus hilft hier nicht weiter, Garantien für den Erfolg von PR-Aktivitäten im Internet gibt es nicht. Das führt dazu, dass mancher gar nichts tut, statt neue Chancen zu ergreifen. PR-Entscheider tun sich schwer mit dem Web 2.0, obwohl sie ihm eine hohe Bedeutung für die PR bescheinigen.

Orientierung bietet das Buch „Kommunikation im Web 2.0“ von Melanie Huber. Die Autorin weiß aus eigener Erfahrung, wovon sie spricht. Sie hat mehrere Jahre die Online-Redaktion der ZEIT geleitet. Schritt für Schritt beseitigt Huber die neue Unübersichtlichkeit und beantwortet alle Fragen, die für PR-Leute wichtig sind. Was sollte man tun, wenn man einen Podcast vorbereiten möchte? Wie geht man mit kritischen Bloggern um? Welche Vorteile und Risiken bieten Wikis? Wie findet man die Meinungsmacher im Internet? Auf diese und viele weitere Fragen gibt die Autorin kompetente Antworten.

Nicht nur die Medienarbeit im Allgemeinen wird sich durch die neuen Kommunikationsmittel verändern, sondern auch eines der wichtigsten Instrumente der Pressearbeit, die

Pressemitteilung. Die Autorin zeigt, was bei der Pressemitteilung 2.0 möglich ist: Zitate aus dem Presstext in einen Blog einbinden, Videos und Audiodateien zusätzlich bereitstellen, Text-Aussendung über einen RSS-Feed.

Mehrere Fallbeispiele aus der Praxis und ein Glossar runden das Buch ab. Am Ende wagt die Autorin sogar einen Ausblick auf das Web 3.0. Sie sagt voraus, dass hierbei der bewusste Umgang mit persönlichen Daten im Vordergrund stehen wird. Fazit: „Kommunikation im Web 2.0“ ist nicht nur ein nützliches Buch, sondern Pflichtlektüre für PR-Berater.