

PR-Tipp made by muebri.de – #267

Livestreaming bietet Chancen für PR (Teil 2)

Bei Livestreaming gehen Chancen und Risiken für die PR-Arbeit Hand in Hand. Immer mehr Unternehmen bieten inzwischen die Möglichkeit, die Inhalte live ins Netz zu streamen. Hier ist unser zweiter Teil zum Thema Livestreaming.

Balance aus Vorbereitung und Improvisation

Gerade weil das Medium nicht nachbearbeitet werden kann, ist die genaue Vorbereitung jedes einzelnen Videos notwendig. Dabei gilt es, die Balance zu wahren. Erst dann lässt sich das Element der Improvisation gezielt einsetzen und ein Abgleiten von der tatsächlich geplanten Intention bei der Übertragung verhindern. Auf der anderen Seite berauben minutiös durchgeplante Übertragungen den Livestream seines Charakters. Das kann dazu führen, dass Nutzer ihn nicht mehr als authentisch empfinden, weniger involviert sind oder gleich ganz fernbleiben.

Was sind die wichtigsten Livestream-Kanäle?

Inzwischen haben sich einige Dienste und Apps auf dem Livestream-Markt versammelt und buhlen um Nutzer.

- **YouTube** bietet mit „Jetzt streamen“ und „Veranstaltungen“ gleich zwei Optionen, Live-Videos auf der Plattform zu verbreiten. „Veranstaltungen“ bezeichnet dabei die ausgefeiltere Option. Hier lassen sich beispielsweise Start- und Endzeit eines Streams, ein zusätzlicher Sicherheitsstream, benutzerdefinierte Encoder und mehr Datenschutzoptionen einstellen.
- Über die App **Periscope** lassen sich sowohl auf iPhone wie Android Smartphone Liveübertragungen realisieren. Periscope gehört zu Twitter und ist funktional stark an den Kurznachrichtendienst gekoppelt. Streamt man über Periscope live, können alle Twitter-Follower den Stream verfolgen. Die Konkurrenz-App [Meerkat](#) ist inzwischen so gut wie bedeutungslos.

- Die **Facebook-App** erlaubt die direkte Verbindung zum Dienst Facebook-Live. Übertragungen werden direkt auf die Pinnwand der Follower übertragen.
- Auch über **Instagram** lassen sich Live-Videos realisieren. Seit neuestem werden sie über die Funktion „[events video channels](#)“ angeboten.
- Diese neue Funktion ist nicht zuletzt ein Angriff auf den vor allem bei jungen Nutzern beliebten Dienst **Snapchat**. Auch hier können Videos live übertragen werden.
- Mit größeren Abstrichen gehört auch der Dienst **Vine** zu den Live-Video-Diensten. **Vine** gehört zu Twitter. Er lebt jedoch von der Kürze der Videos. Die Länge ist auf wenige Sekunden begrenzt.
- Auch Google ist hier im Rennen und bietet mit **Hangout on air bei Google+** die Möglichkeit zur Liveübertragung.

Wohin mit dem Livestream?

Wie bei jeder Social Media-Aktivität ist vor der Produktion eine Analyse der Plattformen und Kanäle wichtig. Nur wer die unterschiedlichen Nutzergruppen, ihre Altersstruktur, ihre Erwartungshaltung, Vorlieben und Abneigungen kennt, wird Livestreams sinnvoll einsetzen können. Emotionale, exklusive Inhalte ziehen zwar immer, doch spätestens bei der Frage wie die Inhalte aufbereitet und produziert werden, scheiden sich die Geister. Was bei einem Dienst zu großem Zuspruch führt, kann bei einem anderen schlicht ignoriert werden.

(cp)

©2016 Medienbüro Müller-Bringmann/04. Oktober 2016