

Mehr Erfolg durch professionelle Online-Pressearbeit

Eine Umfrage der Agentur Maisberger Whiteoaks (Ende 2006) bestätigt: 50 Prozent der befragten Redakteure aus der IT- und Industriepresse sind mit den Online Pressebereichen „eher unzufrieden bis sehr unzufrieden“. Die Kritik richtet sich hauptsächlich an schlecht aufbereitete Dokumente, nicht druckbares Bildmaterial, veraltete Pressemitteilungen und fehlende Ansprechpartner. Außerdem besitzen viele Unternehmen überhaupt keinen Pressebereich. Nur wer es schafft Journalisten gut und effektiv zu informieren kann erfolgreiche Beziehungen zu den Medien aufbauen und eine gute Aufmerksamkeit in den Medien erreichen. Dafür braucht es einen Online-Pressebereich mit wirklichem Informations-Mehrwert.

Das Ergebnis der Studie macht deutlich, dass gravierende Schwächen und viel Nachholbedarf vorhanden sind. Journalisten müssen sich leicht orientieren können und die gesuchten Inhalte so vorfinden, dass sie diese am Besten eins zu eins übernehmen können. Die Art der Kommunikation muss klar, offen und professionell sein. Alles beginnt mit einem übersichtlichen Aufbau und einem leicht zu findenden Pressebereich. Schon auf der Startseite des Unternehmens sollte ein Link auf den Bereich Presse verweisen. Auf der Presseseite selbst sollten Punkte wie Pressemitteilungen, Pressekontakt, Pressespiegel und Pressefotos zum Standard gehören. Der Pressebereich sollte kein geschützter Bereich sein, der nur durch Anmeldung genutzt werden kann. Anfragen von Journalisten nach weiteren Informationen oder Materialien sollten schnell beantwortet werden. Folgende Tipps sorgen für einen die Journalisten zufriedenstellenden Pressebereich:

Pressemitteilungen:

Pressemitteilungen sind chronologisch nach Datum geordnet. Sie besitzen aussagekräftige Überschriften und einen Leadtext mit den wichtigsten Informationen. Alle Mitteilungen lassen sich in voller Länge online lesen sowie ausdrucken und sind auch als pdf-Dokument zum Download hinterlegt.

Pressearchiv:

Hier finden Journalisten alle bisherigen Pressemitteilungen mit Titel und Erscheinungsdatum; chronologisch und / oder thematisch geordnet

Pressespiegel:

Im Pressespiegel finden sich alle Veröffentlichungen anderer Medien über das Unternehmen.

Termine:

Journalisten erhalten hier eine Übersicht über alle relevanten Medientermine wie Pressekonferenzen, Messeauftritte, Jubiläen, Events etc.

Über das Unternehmen:

In diesem Bereich helfen Informationen wie Firmenporträt, Führungsstruktur, Zahlen und Fakten, Produktblätter, Reden, Vorträge und Präsentationen den Journalisten, sich schnell und umfassend einen Überblick über das Unternehmen zu machen.

Ansprechpartner:

Hier finden Journalisten den richtigen Ansprechpartner für ihre Fragen rund um das Unternehmen.

Bildmaterial / Grafiken:	Bildmaterial und Grafiken, wie Firmenlogos gehören zu jedem professionellen Pressebereich. Bilder und Logos sollten sowohl in Web- (72dpi) als auch in Printqualität (300dpi) vorliegen. Der Bild-Bereich sollte durch Produkt-Abbildungen und Firmen-Impressionen angereichert werden.
Presseverteiler:	Ein besonderer Service für Journalisten ist die Möglichkeit, sich in den Presseverteiler des Unternehmens einzutragen oder sich austragen zu lassen. Am Besten muss der Journalist nur wenige Daten eintragen und kann wählen wie er die Pressemitteilungen erhalten möchte (Fax, Mail oder RSS).

Checkliste für einen zufriedenstellenden Pressebereich

Navigation:	Ist der Pressebereich von der Startseite aus erreichbar?
Aktualität:	Sind die Informationen auf dem neuesten Stand?
Pressemappe:	Sind alle wichtigen Dokumente online verfügbar?
Kontakt:	Findet der Journalist zu Themen, Bereichen oder Pressemitteilungen einen Ansprechpartner?
Presseverteiler:	Ist eine Aufnahme in den Presseverteiler online möglich? Ist die Registrierung einfach? Gibt es Auswahlmöglichkeiten?

Dies ist ein Service der Huber Verlag für Neue Medien GmbH, u.a. Herausgeber der Fax- und E-Mail-Publikationen it-ZEITUNG und Brennpunkt Mittelstand.

Mit freundlichen Grüßen

it-ZEITUNG Redaktion