

Effizienz und Transparenz für die Pressearbeit

MEDIA RELATIONS Pressearbeit ist eine strategische Aufgabe. Doch was die Softwareunterstützung angeht, müssen sich die Pressestellen in der Regel mit Lösungen begnügen, die ihren spezifischen Anforderungen kaum gerecht werden. Dabei gibt es Softwaresysteme, welche auch in KMU für mehr Effizienz und vor allem auch für mehr Transparenz sorgen können.

VON UWE PAGEL*

■ Ein Grundproblem jeder Pressestelle ist sicherlich, dass ihre Grösse umgekehrt proportional zu ihrer strategischen Bedeutung ist. Gerade in kleinen und mittleren Unternehmen sind es nur ein bis zwei Mitarbeitende, die mit der Pressearbeit betraut sind. Deswegen besteht vielfach die Neigung, die Abläufe mit den zur Verfügung stehenden IT-Mitteln abzudecken. Dazu werden ohnehin im Einsatz befindliche CRM-Systeme oder gar Werkzeuge wie Microsoft Excel oder Outlook genutzt. Die Folge: Ein integriertes Management von Presseverteiltern und -kontakten lässt sich kaum aufsetzen, ganz zu schweigen von einem umfassenden Reporting über den gesamten Prozess der Pressearbeit.

Verteiler- und Versandmanagement

Erschwerend kommt hinzu, dass die Ansprechpartner der Presseabteilung in den Redaktionen nicht so recht in die bestehenden Adresstöpfe passen. Sie sind weder Kunden noch Lieferanten, und auch die Beziehungen zu den Redaktionskontakten unterscheiden sich grundlegend. Ein erster

sinnvoller Schritt ist es deshalb, diese Ansprechpartner aus den bestehenden Softwaresystemen herauszulösen. Danach gilt es, die wesentlichen Abläufe in der Pressearbeit abzubilden. Da ist auf der einen Seite das Verteiler- und Versandmanagement: Je nach Pressethema werden unterschiedliche Zielgruppen angesprochen, die sich jedoch nicht selten überschneiden, und dies mal mehr und mal weniger.

Der Versand der Presseinformationen erfolgt heute in der Regel per E-Mail. Nicht nur der Anstand, sondern auch die im Einsatz befindlichen Spam-Filter gebieten es hier, dass jedes Mail als personalisiertes Einzel-Mail und über eine erkennbare Absenderadresse – im Idealfall die des Pressesprechers – versandt wird. Jede Aussendung muss zudem automatisch in der Kontakthistorie erfasst werden, damit nachvollzogen werden kann, welche Informationen der einzelne Journalist wann und von wem erhalten hat. Aber auch die direkten Redaktionskontakte sollten in dieser Kontakthistorie protokolliert werden können, sodass das

Projekt auch für andere Teammitglieder im Urlaubs- oder Krankheitsfall nachvollziehbar ist.

Erfolgskontrolle

Neben Standardfunktionen wie der Erzeugung von Einzel-Mails, Serienbriefen oder Wiedervorlagen ist auch die Erfolgskontrolle ein wesentlicher Faktor der Pressearbeit. Erfolge sind hier in der Regel Veröffentlichungen, die als gedruckter Artikel, als TV- oder Hörfunkbeitrag oder elektronisch in Form von Webseiten vorliegen.

All diese Informationen müssen von einer PR-Software ebenfalls verwaltet werden, sodass sie bei Bedarf für Auswertungen und Clipping-Reports herangezogen werden können. Zudem sollte das Clipping selbst in Form einer PDF-Datei hinterlegt sein, damit der gesamte Vorgang vollständig archiviert ist. Ideal ist hier die Integration in ein Media Asset Management, in dem neben den Veröffentlichungen auch die zahlreichen weiteren Mediendateien, wie etwa Pressefotos, Audio- oder Videodateien, Präsentationen oder Ähnliches verwaltet und verteilt werden können. Auch hier gibt es heute webbasierte Lösungen, die in kleinen und mittleren Unternehmen kostengünstig eingeführt werden können.

Webbasierte Standardprodukte

Trotz der strategischen Bedeutung der Pressearbeit müssen die entsprechenden Softwarelösungen auch wirtschaftlich sein. Denn, wie eingangs festgestellt, Presseabteilungen sind in der Regel nicht gross. Dafür ein eigenes IT-Projekt aufzusetzen, wäre kaum vertretbar. Deswegen sind webbasierte Standardprodukte wie etwa PressFile, die sich problemlos und ohne Aufwand für die IT-Abteilung einsetzen lassen, sicherlich eine Alternative, insbesondere für KMU. Denn der Benutzer benötigt

lediglich einen Webbrowser, um mit dieser Anwendung arbeiten zu können. Dadurch ist es auch problemlos möglich, Home-Office-Arbeitsplätze zu integrieren oder auch mobil zu arbeiten, etwa um Informationen auf einer Presseveranstaltung zu erfassen.

Diskussionswürdig ist sicherlich die Tatsache, dass die Daten selbst nicht im eigenen Hause oder in einem Rechenzentrum abgespeichert werden, sondern in der sogenannten «Cloud», auf einem dedizierten Server des Anbieters. Da die Redaktions- und Journalistenadressen aber ohnehin einen völlig anderen Stellenwert haben als die von Lieferanten oder gar Kunden, kann dies durchaus in Kauf genommen werden. Zumal es keine Schnittstellen zwischen diesen Kommunikationsprozessen gibt.

Für eine webbasierte Anwendung sprechen zudem die Flexibilität und ein geringer Einführungs- und Schulungsaufwand. Zusätzlich lassen sich über ein integriertes webbasiertes Media Asset Management auch Mehrwertangebote umsetzen: So ist beispielsweise ein Medienportal denkbar, über das nicht nur Pressefotos für Journalisten via Internet zur Verfügung gestellt werden, sondern Kunden auch Informations- und Imagefilme, Audiodateien oder sonstige multimedialen Informationen abrufen können. Webbasierte Lösungen bieten auch Spielräume für die Erschliessung ganz neuer Synergiepotenziale etwa bei Schwesterunternehmen oder Partnern, die eine solche Lösung gemeinsam nutzen und so eine entsprechend grössere Informationsbasis aufbauen können. ■

■ Innovative Kommunikationstechnologien an der Suisse Emex'13

Auch im 2013 präsentiert sich die Suisse Emex als 360° vernetzte Marketingwelt. Namhafte und innovative Aussteller sowie über 80 Referenten stellen Erfolg versprechende Rezepte für den Geschäftserfolg vor. Als führende Schweizer B2B-Netzwerkplattform mit über 12000 Besuchern setzt die Suisse Emex auf aktuelle Inhalte, fokussierte Themen und eine qualitativ hochstehende Auswahl von Ausstellern und Partnern.

Meet the Expert

Haben Sie als Besucher eine spezifische Frage an einen bestimmten Aussteller zu einem bestimmten Thema? Egal ob im Bereich Marketing, Kommunikation, Event oder Promotion? Dann vereinbaren Sie ganz einfach Ihren individuellen Termin mit dem Experten Ihrer Wahl im kostenlosen «Meet & Match»-Programm. Alles, was Sie dazu benötigen, ist ein Eintrittsticket der Suisse Emex'13. Nach dem Kauf Ihres Tickets erhalten Sie automatisch Zutritt ins «Meet & Match»-Programm.

Tickets auf www.suisse-emex.ch oder an der Tageskasse.



* Uwe Pagel ist Geschäftsführer von PressFile Europe und Press'n'Relations, Aussteller an der SuisseEMEX'13.