

PR der Zukunft kommt aus dem Newsroom

Utl.: Neue Strategie überwindet Dilemma der klassischen
Öffentlichkeitsarbeit =

Wien (OTS) - Die PR der Zukunft kommt aus dem Newsroom. Davon sind Martin Sturmer und Thomas Holzinger überzeugt. Die von ihnen entwickelte "Newsroom-Strategie" definiert Öffentlichkeitsarbeit neu. Weg von der Überzeugungsarbeit durch klassische Medienbetreuung. Hin zu einem hauseigenen Medienzentrum, das alle Kanäle schlagkräftig beschickt. Von der Wochenzeitung bis zur Facebook-Seite. Die Logik des Newsrooms stellt sicher, dass alle Kanäle die wichtigen und richtigen Nachrichten erhalten. "Kommunikation ist auch im Social Web kein Zufall", erklärt Martin Sturmer, langjähriger PR-Berater und einer der beiden Erfinder der Newsroom-Strategie.

Die Kommandobrücke für moderne PR

"Jeder Kunde, jeder Interessent, ist heute auch Kommunikator. Facebook und Co sorgen für die Verbreitung von Nachrichten abseits der bekannten Kanäle", ergänzt Sturmer. Was kann die neue Strategie? Der Newsroom ist die integrierte Kommandobrücke für alle Kommunikationsagenden. Dort laufen die Fäden zusammen. Dort werden Geschichten aus dem Unternehmen geniert. Und dort werden auch die Geschichten von außen aufgenommen und in die unternehmenseigene Öffentlichkeitsarbeit integriert. "Damit ist der Newsroom die ideale Schnittstelle zu allen Medien - innen wie außen", so Sturmer.

Newsroom als Medienzentrum

"Der Newsroom ist das hauseigene Kompetenzzentrum für Nachrichten aus dem Unternehmen. Und gleichermaßen über das Unternehmen", sagt Thomas Holzinger. Neue PR versteht den Dialog als gleichwertigen Kommunikationskanal. Wer den Draht zum Publikum nicht findet, hat heute ein Problem. "Die meisten PR-Pleiten passieren im Social Web", so Holzinger. "Wer nicht weiß, wie Nachrichten für die verschiedenen Zielgruppen zu übersetzen sind, steht mit einem Fuß im Fettnapf." Jüngstes Beispiel: Apple-Steve Jobs und die missglückte I-Phone-Antenne. Der Mac-Gründer hatte Usern geraten, das Telefon einfach anders anzufassen, um ein Empfangsproblem zu lösen.

Technisch einfach, personell überschaubar

Technisch ist der Newsroom über neuartige Computerprogramme problemlos zu beherrschen. Erste Firmen beginnen, ihre gesamten Kommunikationsagenden - von Facebook bis zur Videobotschaft - in Newsroom-Portalen anzubieten. Der Vorteil: Die Kommunikation der Kunden wird Teil der Unternehmenskommunikation. Und: jeder Eintrag ist auswählbar, aber nicht manipulierbar. Social Media Newsrooms sind das vollständigste Informationsangebot, das Firmen ihren Kunden und professionellen Medienmachern unterbreiten können. Durch geschickte Bündelung erfordert Newsroom-PR als die Öffentlichkeitsarbeit von gestern.

Die Erfinder der Newsroom-Strategie

Martin Sturmer und Thomas Holzinger haben in den Jahren 2000 bis 2010 die Webworks Content GmbH zum größten Anbieter digitaler Content-Produktion in Österreich gemacht. Seit Februar 2010 sind sie als Consultants im Bereich Internet und Neue Medien tätig. Als Fachbuchautoren haben sie das Standardwerk "Die Online-Redaktion" (Springer, Berlin) Ende 2009 auf den Markt gebracht. Mehr Informationen unter www.webworks.at.

Rückfragehinweis:

~

Thomas Holzinger
Tel. 0664 4202223
E-Mail: thomas.holzinger@webworks.at

Dr. Martin Sturmer
Tel. 0699 11353399
E-Mail: martin.sturmer@webworks.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/230/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0059 2010-08-31/09:26

310926 Aug 10

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20100831_OTS0059