

## **Plan für die Öffentlichkeitsarbeit im Internet**

### **Ziele festlegen**

- Nehmen Sie sich Zeit für ein Screening aller relevanten Publikationen in Ihrem spezifischen Medioumfeld und versuchen Sie, Abteilungen und Ressorts zu identifizieren
- Entscheiden Sie, auf welche Zeitschriften, Mitteilungsblätter, Zeitungen und TV- oder Rundfunkstationen Sie mit Ihrer Arbeit abzielen wollen
- Zielen Sie nicht nur auf die großen Publikationen (z.B. Manager Magazin oder Spiegel) ab, beginnen Sie mit kleineren, vielleicht sogar regionalen Medien
- Nehmen Sie diese als Grundlage für einen Presseverteiler

### **Wettbewerbsanalyse**

- Lesen Sie Fachzeitschriften, Fachzeitungen und Online-Publikationen aus Ihrer Branche und suchen Sie auch gezielt nach Nachrichten über Ihre Mitbewerber
- Analysieren Sie, wie diese in den Medien dargestellt werden
- Notieren sie einige Schlüsselbotschaften, die durch deren Öffentlichkeitsarbeit vermittelt wurden
- Nutzen Sie dieses so erworbene Gespür für Ihre Positionierung: Es gibt immer etwas zu verbessern

### **Schlüsselbotschaften**

- Verwenden Sie Ihre Unternehmensdarstellung oder Identitätsaussagen für jede Erklärung, die Sie nach außen senden
- Denken Sie darüber nach, mit welcher Kernbotschaft Sie Ihr Unternehmen in den Medien dargestellt sehen möchten
- Achten Sie auf individuelle Eigenschaften und Vorteile, die Sie kommunizieren möchten

### **Pressematerial**

- Erstellen Sie eine Liste des Materials, das Sie an Angehörige der Presse verteilen wollen
- dazu gehören für die Bereitstellung im Internet Bilder (Mitarbeiter, Firmengelände), Logos (Markennamen, Produkt-Logos) oder Selbstdarstellungen
- Stellen Sie eine Pressemappe zusammen, die Sie online und offline zur Verfügung stellen können (bisherige Pressemitteilungen, bisherige Veröffentlichungen über Sie, Interviews, Vergleichstabelle über die Vorteile Ihrer Produkte und Dienstleistungen gegenüber den Wettbewerbern)

### **Berichtsideen**

- Entwerfen Sie für Ihre Produkte und Dienstleistungen Berichtsideen, die für die Journalisten interessant und neu sind
- planen Sie eine kontinuierliche Aussendung von Pressemitteilungen mit Neuigkeitswert (Launch von Webseiten oder Produkten, Relaunch, neue Führungsmitarbeiter, Marktneuheiten)

### **Medienkalender**

- bitten Sie um Zusendung der Redaktionspläne der für Sie wichtigen Publikationen
- richten Sie Ihre Terminplanung darauf aus und achten Sie auf die notwendigen Vorlaufzeiten
- Sie sollten durch diesen Kalender wissen, wann genau Sie Pressematerial übermitteln müssen, um eine Veröffentlichung im passenden Umfeld zu erreichen (Sonderbeilagen von Zeitungen und Zeitschriften, Dossiers und Themenchannels)