

Attraktive Berichtsanlässe im eigenen Unternehmen entdecken

08.02.2010, 13:42 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *ofischer communication - Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen*
Presseagentur: *ofischer communication*

Vielfältige Checkliste zur einfachen Identifizierung von PR-Themen

Für viele PR-Manager eine gleichermaßen quälende wie dauerhaft aktuelle Frage sind die Berichtsanlässe für eine kontinuierliche Fachpressearbeit und Wirtschaftspressearbeit. Viele Entscheider im Industriegütermarketing können sich nicht vorstellen, dass in ihrem Unternehmen genug passiert, um eine vollwertige Öffentlichkeitsarbeit mit hochwertigen und interessanten Themen zu versorgen. Schließlich ist das Ziel ihrer Public Relations der attraktive Berichtsanlass für eine prominente Platzierung im richtigen Fachpressemagazin oder in der passenden Wirtschaftspresse.

Um unseren Kollegen in den Unternehmen die Arbeit ein wenig zu erleichtern und die Scheu vor einer durchgängigen Pressearbeit zu nehmen, hat ofischer communication, die Agentur für emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen aus Bonn, das richtige Vorgehen in der Themenfindung analysiert und die wichtigsten Berichtsanlässe in der Unternehmens-PR zusammengestellt.

Gemeinsames Brainstorming genügt

Um exakt passende Themen zu definieren, ist generell ein gemeinsames Brainstorming von Kunde und Agentur hilfreich. Denn nur so lassen sich die aufgeführten per se abstrakten Berichtsanlässe mit Leben füllen.

Dadurch ergibt sich dann auch eine Vernetzung der verschiedenen Berichtsanlässe, durch die die der Newswert für die Fachpresse und Wirtschaftspresse zum Teil erst entsteht. Durch die Themensuche im eigenen Haus kann bereits in der Frühphase der Recherche nach Berichtsanlässen mit dem Aufbau eines unternehmensinternen Korrespondentennetzes begonnen werden, sogar international. Dieses hilft dann bei der weiteren Fachpressearbeit, etwa wenn Fachjournalisten kurzfristig eine Antwort benötigen oder um die sachliche Richtigkeit von Beiträgen abzustimmen.

Des weiteren empfiehlt sich die Beobachtung des Themensettings der Fach- und Wirtschaftsmedien, um bestehende Thementrends und große News aktuell aufgreifen zu können und die Erfolgswelle solcher Trendthemen zur Platzierung der eigenen Unternehmensmeldungen zu nutzen.

Anlässe für Unternehmensthemen im Business to Business und für die Fachpresse:

PERSONALTHEMEN

Einstellung von Azubis
Azubis - eine Zwischenbilanz
Azubis - Verabschiedung, Festanstellung
Mitarbeiterzahlen
Mitarbeiterführung
Neueinstellungen/Entlassungen
Jubiläen/Feiern/Ehrungen
Ungewöhnliche Incentives
Arbeitsplatzbedingungen
Schulungs- und Seminarveranstaltungen
Der Vorstand/die Geschäftsführung

(WIRTSCHAFTS-)POLITISCHES UND VERBANDSARBEIT

Zusammenarbeit mit der Lokalpolitik
Politische Auftritte
Zusammenarbeit mit der IHK
Aktive Mitarbeit des Unternehmens in IHK-Gremien
Statements (regelmäßig) zur aktuellen wirtschaftlichen Entwicklung
Neue Verbandsmitgliedschaften
Strategische Einordnung bestehender Verbandsmitgliedschaften

FOTOMOTIVE, DAS UNTERNEHMEN ZUM ANFASSEN

Generell sollte jeder PR-Verantwortliche versuchen, seinen Journalisten auch eine Illustration zu dem Berichtsanlass zu bieten. In aller Regel wird das ein Foto sein, bei komplexen Themen und auch für die Darstellung von Zahlen eignen sich auch Infografiken ganz hervorragend.

Aktuelle Fotos von Produkten und Anwendungen erstellen lassen
Foto(reportagen) beim Kunden als Case Study bzw. Kundenstory
Schaffung von Motiven, z. B. Vorstand fährt Rennrad durch die Alpen
Hände schütteln
Überreichung Spendenscheck
Pressekonferenzen
auf Messen
zum Erscheinen des Geschäftsberichts
bei Innovationen
Firmenjubiläen
Tag der offenen Tür
Blick in die Produktion
Einladung der Lokalpresse zum Sommerfest. Auch gute Gelegenheit zur Kontaktpflege mit der Fachpresse, sofern die Anreise nicht länger als eine Stunde dauert.
Veranstaltung von Events

PRODUKTNEWS

F & E-Berichte und neue Produkte
Produktentwicklung
Neue Produkte
Weiterentwicklungen/Optimierung
Neue Produktionsstätten (Einweihungen)
Neue Produktionsweisen
Neue Patente
Prozessoptimierungen
Produktionsstrukturen
Ehrungen/Auszeichnungen/Preise

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Wirtschaftliche Entwicklung
Umsatz
Bilanz (gesamt, nach Bereichen etc.)
Neue Niederlassungen/Neueröffnungen/Expansion
Zuwachsraten
Investitionspläne
Absatzmärkte/Marktanalysen/Wettbewerber
Geschäftskontakte und Kooperationen

Stellungnahmen zur Branchenentwicklung
Vertriebsstrategie
Vertriebserfolge
Akquisitionen
Verkündung von Kooperationen
zur Forschung
für mehr Größe
als Vertriebsplattform

CORPORATE IDENTITY

Unternehmensphilosophie
Unternehmensziele
Image
Geschichte/Tradition
Social-/Cultural Sponsoring/Spenden
Statements zu wirtschaftlichen/gesellschaftlichen Entwicklungen
Neue Werbestrategie

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Engagement in Sachen Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung bzw. Corporate Social Responsibility (CSR)
Beiträge zur Erhaltung einer gesunden Umwelt, Ökothemen
Soziales Engagement
Aktionen zur Mitarbeitergesundheit
Zusammen 450 Kilo abgespeckt
Gemeinsame Teilnahme am Marathon
Freiwillige Leistungen des Unternehmens

MESSEN

Messeankündigungen und -nachberichte
Größe des Messestandes
Anzahl Standpersonal
Erfolge
Anzahl Besucher/geführte Gespräche
Hochrangige Besucher
Vertragsabschlüsse

AWARDS

Prämierungen ausgezeichneter Leistung, Gewinn von Awards
Ausschreibung eines Preises
Jugend und Kunst
Jugend und Forschung
Jugend und bestimmte Materialien (wie sie das Unternehmen typischerweise verwendet oder produziert)
Kunst und Unternehmensprodukte
Für die beste Berichterstattung in der Fachpresse

Portrait

Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen™

ofischer communication®, die Agentur für Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen™ aus Bonn, macht schwierige Themen attraktiv und leicht verständlich. Das gilt insbesondere für B2B-Kommunikation, etwa in der Chemiebranche oder der Metallbranche, dem Werkzeugbau sowie dem Maschinenbau und dem Anlagenbau. Also überall dort, wo komplizierte Inhalte oft nur von Insidern verstanden werden. Spezialisiert haben wir uns auf Fachpressearbeit sowie strategische Kommunikationsoptimierung und Imageaufbau im Industriegütermarketing beziehungsweise im Investitionsgütermarketing.

Gegründet wurde die PR-Agentur und Marketingberatung ofischer communication 2001 in Köln.

Wissenstransfer in der ofischer academy

Unsere Consultants geben ihr Marketingwissen in unserem Tochterunternehmen, der ofischer academy, weiter. In Seminaren und Coachings mit Return on Education™.

News-ID: 395456 • Views: 167 (Stand: 26.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/395456/Attraktive-Berichtsanaesse-im-eigenen-Unternehmen-entdecken.html>