

Content Marketing: In 5 Schritten zum Corporate Newsdesk

20.02.2013, 18:03 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Schickler Unternehmensberatung*

Presseagentur: *SCHICKLER Unternehmensberatung GmbH*

Hamburg/München, 20. Februar 2013. Wenn Marken zu Medien werden, muss sich auch die Organisation anpassen. Ein Newsdesk ist die effektivste Form, Content aus unterschiedlichsten Quellen zu koordinieren und kanalübergreifend zu verteilen. Die SCHICKLER Unternehmensberatung zeigt, wie ein Unternehmen in fünf Schritten eine Newsdesk-Organisation einführen kann, von der Strategiefindung bis zum Organisationskonzept.

Corporate Media und Content Marketing stehen hoch auf der Agenda von Marketing-Entscheidern. Verführerisch scheint die Aussicht, unter anderem mit owned und earned media die Kunden in der digitalen Welt zu erreichen und gleichzeitig Budgets im klassischen Reichweitenmarketing sparen zu können. Neue Kommunikationsformate erfordern aber auch neue Organisationsformen. Vor allem digitale Kommunikationskanäle lassen sich nicht nach Unternehmensbereichen getrennt organisieren. Kommunikationsprozesse müssen koordiniert werden, um die Schlagkraft der Kommunikation zu erhöhen, die Botschaften stimmig zu gestalten und gleichzeitig die Effizienz zu steigern.

Wie das funktioniert, zeigen Medienunternehmen. Sie machen seit Jahren vor, wie Content-Erstellung und -Verbreitung effektiv organisiert werden können. Als zentrales Element hat sich hier der Newsdesk bewährt. Hierfür empfiehlt die Schickler Unternehmensberatung ein Vorgehen in fünf Schritten:

1. Kommunikationsstrategie definieren.

Eine Kommunikationsstrategie basiert auf den Werten, den Zielen und der Strategie des Unternehmens. Sie beantwortet die Fragen, wofür das Unternehmen steht, welche Botschaften an welche Zielgruppen verteilt und in welcher Form das Unternehmen mit diesen Zielgruppen kommunizieren möchte. Egal ob ein Unternehmen zunächst im Kleinen beginnt, eine Newsdesk-Organisation aufzubauen oder direkt das gesamte Unternehmen mit einbezieht: Die Strategie steht immer am Anfang.

2. Stakeholder der Kommunikation identifizieren.

Sie werden überrascht sein, wer in Ihrem Unternehmen mit den unterschiedlichsten Zielgruppen kommuniziert. Die internen Funktionen umfassen unter anderem Marketing, Vertrieb, Kundenservice, Unternehmenskommunikation und HR. Bei genauerem Hinsehen wird das Bild noch komplexer. Zum Beispiel ist Marketing häufig in Brand und Product Management unterteilt, die Unternehmenskommunikation umfasst auch Investor Relations, CR und Mitarbeiterkommunikation, und der Vertrieb kennt in den Kanälen und Regionen eigene Verantwortungen. Wenn das Unternehmen dann noch in mehreren Sparten, Ländern und Töchtern aktiv ist, wird die Stakeholder-Matrix zeigen, wie komplex die Kommunikation heute bereits ist.

3. Kosten und Prozesse der Kommunikation ermitteln.

Viele Verantwortliche wissen nicht, wieviel Geld sie heute bereits für Kommunikation ausgeben, wie abstimmungsintensiv und zeitaufwändig die Prozesse sind und wie gering die Effizienz im Vergleich zu einem Medienunternehmen ist. Wenn diese Erkenntnisse auf dem Tisch liegen, wird der Handlungsdruck, einen Corporate Newsdesk einzuführen, deutlich.

4. Soll-Prozesse der Kommunikation festlegen.

Mit einem Corporate Newsdesk lässt sich ein grundlegendes Dilemma in der Unternehmenskommunikation und im Content Marketing lösen: Content entsteht in den verschiedensten Verantwortungsbereichen, die Zielgruppen sehen das Unternehmen jedoch nur als eine Person. Ein Newsdesk verhilft dieser „Person“ zu einem Gesicht. Hier werden Kommunikationsstrategien entwickelt, Content koordiniert und kanalübergreifend aufbereitet bzw. verteilt. Große,

crossmedial aufgestellte Medienunternehmen machen vor, wie eine solche Mammutaufgabe gelöst wird.

5. Organisationskonzept festlegen.

Ein Corporate Newsdesk ist zunächst eine räumliche Organisation, in der die bereichsübergreifende Abstimmung stattfindet. Die großen Unternehmensbereiche wie Marketing, Vertrieb und HR entsenden Vertreter an den Newsdesk. Am Newsdesk sind Funktionen wie Content-Erstellung, technische Produktion und Channel Management vertreten. Große Unternehmen schaffen Funktionen wie den Chief Content Officer, der den Newsdesk leitet. In jedem Fall muss das Organisationskonzept auf die Besonderheiten des Unternehmens zugeschnitten sein.

Fazit: Der Bedarf für Koordination, Transparenz und Produktivität in der Unternehmenskommunikation ist unbestritten. Er wird noch erheblich steigen, wenn die Unternehmen beginnen, Content Marketing wirklich mit Leben zu füllen. Eine Newsdesk-Organisation nach dem Vorbild von Medienunternehmen ist ein zentraler Baustein einer effektiven integrierten Kommunikation.

Die SCHICKLER Beratungsgruppe gilt als das führende Beratungshaus für Medienunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Von Büros in München und Hamburg aus arbeiten rund 50 Mitarbeiter für die Beratungsgruppe. Kunden sind Unternehmen aller Mediengattungen im In- und Ausland, von Zeitungen und Zeitschriften, Online und Fachpresse bis hin zu TV, Radio und Corporate Media. Hinzu kommen Projekte in den Bereichen E-Business, Finanzdienstleistungen, IT und Telekommunikation. Schickler unterstützt Unternehmen bei der Strategieentwicklung, richtet Organisationen auf die Zukunft aus, gestaltet und optimiert crossmediale Kernprozesse und besetzt als Personalberatung Führungspositionen.

Portrait

Die SCHICKLER Beratungsgruppe gilt als das führende Beratungshaus für Medienunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Von Büros in München und Hamburg aus arbeiten rund 50 Mitarbeiter für die Beratungsgruppe. Kunden sind Unternehmen aller Mediengattungen im In- und Ausland, von Zeitungen und Zeitschriften, Online und Fachpresse bis hin zu TV, Radio und Corporate Media. Hinzu kommen Projekte in den Bereichen E-Business, Finanzdienstleistungen, IT und Telekommunikation. Schickler unterstützt Unternehmen bei der Strategieentwicklung, richtet Organisationen auf die Zukunft aus, gestaltet und optimiert crossmediale Kernprozesse und besetzt als Personalberatung Führungspositionen.

Mehr Informationen: <http://www.schickler.de>

Karriere als Unternehmensberater: <http://www.schickler.de/karriere>

<https://www.openpr.de/news/699904/Content-Marketing-In-5-Schritten-zum-Corporate-Newsdesk.html>