

"Computerwelt" Nr. 4 / 2007 vom 21.02.2007  
Ressort: Business

Michaela Holy

Webkonferenz, Medien

### **Wie kann man als Unternehmen besser und effizienter kommunizieren?**

Im Rahmen der iOTS-Webkonferenz zum Thema "Pressearbeit im IT-Umfeld: Wie komme ich in die Medien?" diskutierten Günther Krumpak, Hans Lackner, Bernhard Schmid, Paul Hammerl und Edmund Lindau, wie es vor allem KMU schaffen können, ihre Produkte oder Dienstleistungen zum Thema in den Medien zu machen.

Moderiert wurde die Webkonferenz von Martin Leyrer als freier Journalist und IT-Fachmann.

Paul Hammerl betonte die Wichtigkeit, ein realistisches Konzept zu erstellen. Das Unternehmen müsse sich klar sein, welche Medien es ansprechen möchte. Ein elektronischer und regelmäßig gewarteter Verteiler sei wichtig, denn: »Die richtige Adresse gewartet ist Goldes wert!« Das Unternehmen solle außerdem wissen, wer die richtige Ansprechperson sei und welche Deadlines die Medien hätten. Ein anderer konkreter Punkt sei die Kontinuität: »Belegen Sie eigene Themen, kommunizieren Sie regelmäßig, aber produzieren Sie keinen Overflow!«, riet Hammerl.

Auch das Thema Glaubwürdigkeit müsse groß geschrieben werden: »Es ist das Schlimmste für Unternehmen, wenn sie so genannte Null-Informationen aufbauen, denn dann verbrennen sie ihre Kompetenzen und ihre Stellung im Markt«, warnte Lindau. Außerdem werde der eigene »Stellenwert beim Redakteur steigen, wenn man als Unternehmen ehrlich bleibt«, ergänzte Hammerl.

Günter Krumpak und Hans Lackner betonten, dass es bei KMU oftmals an Kapazitäten scheitere, um Pressearbeit zu leisten, auch wüssten sie oft nicht, wie man erfolgreiche Medienarbeit umsetze. Hier sind Netzwerke und Cluster, die KMU fachlich unterstützen, von sehr großen Vorteil. »Die Gemeinschaft ist einfach stärker, die nötige Infrastruktur ist da, um innovative Medien zu nutzen«, erklärte Lackner.

»VITE bietet beispielsweise Workshops zu diesem Thema, auch VITE-Group-Treffen haben konkrete Angebote zu Medienwirksamkeit«, beschrieb Schmid. Edmund Lindau betonte abschließend noch, wie wichtig es sei, eine gut gewartete Homepage zu haben: »Redakteure sind auf schnelle Informationen angewiesen. Die Webseiten der Unternehmen müssen eine frei zugängliche Pressecke bereitstellen, auf der alle wesentlichen Informationen schnell zu finden sind. Das ist die Basis, bei der man in Folge konkrete Kommunikationsstrategien umsetzen kann.