

PR-Tipp made by muebri.de – #304

Digitale Pressekonferenzen

Es gibt immer weniger Journalisten, die zusätzlich unter immer größerem Zeitdruck stehen. Deshalb hat in diesem Berufsfeld die Schreibtischarbeit zugenommen, rausfahren zu Terminen ist immer seltener möglich. Wie sollte man in der PR mit diesem Wandel umgehen, wenn zum Beispiel eine Pressekonferenz ansteht?

Immer weniger Pressekonferenzen

Zunächst lässt sich festhalten, dass es immer weniger Pressekonferenzen gibt. Wurde vor einigen Jahren noch eine sogenannte „PK“ abgehalten, wenn ein neuer Geschäftsführer oder Chefarzt eingestellt wurde, ist das heute nicht mehr der Fall. Mittlerweile veröffentlichen Presseabteilungen oft eine kurze Pressemitteilung mit Foto, die an die relevanten Redaktionen geschickt wird.

Doch Dank der Digitalisierung gibt es neue und spannende Möglichkeiten, Pressekonferenzen neu zu gestalten und zu nutzen: Über Programme wie Adobe Connect können virtuelle Pressekonferenzen abgehalten werden. Über dieses Programm und mit einem Internetzugang können die Beteiligten sowohl miteinander sprechen, als auch über einen Chat kommunizieren, während die Pressekonferenz live übertragen wird. Die Journalisten ersparen sich so den Zeitaufwand der An- und Abreise und können trotzdem an der Pressekonferenz teilnehmen und ihre Fragen stellen. Auch Pressemappen können entsprechend online verschickt werden.

Einen Schritt weiter geht die Live-Übertragung von Pressekonferenzen über Social Media Kanäle, wie Facebook. Dies ist meistens dann sinnvoll, wenn ein großes öffentliches

Interesse an einem Thema besteht. So geschehen bei dem Amoklauf in München von 2016, bei dem die Polizei München zwei ihrer Pressekonferenzen auch auf Facebook live übertrug.

Pressekonferenzen über Facebook

Die Nutzung von Social Media Kanälen zur Durchführung und Verbreitung von Pressekonferenzen bietet Vor- und Nachteile. Zwar kann eine solche digitale PK eine höhere Reichweite und damit auch Interaktion haben, als es ohne den Einsatz des Internets der Fall gewesen wäre. Doch wer die höhere Reichweite nutzen will, sollte gut vorbereitet sein: Dürfen die Nutzer Fragen stellen, auch wenn Sie keine Journalisten sind? Ist das Thema sensibel, sodass Streits in den Kommentaren ausbrechen könnten? Wer moderiert und regelt die Kommentare unter der Live-Übertragung? Außerdem dürfen Unternehmen nicht den Fehler machen und statt einer Pressekonferenz eigentlich eine Produktpräsentation abhalten. Dies nimmt die Community schnell übel, da Authentizität in Sozialen Netzwerken wichtig ist.

Wer also eine Presskonferenz digital abhalten möchte, der sollte sich vorher genau überlegen, welchen Kanal er dazu wählt: Öffentlich oder nur für Journalisten? Sind diese und weitere Fragen geklärt, eignet sich die digitale Pressekonferenz gut, um Journalisten zu erreichen, die ansonsten aus Zeitmangel nicht daran hätten teilnehmen können. Online-Pressemappen runden das Info-Event ab. Aber Achtung: Anwesende Journalisten dürfen nicht vernachlässigt oder schlechter behandelt werden. Sie sollten die Informationen kurz vor oder gleichzeitig zu den Online-Teilnehmern erhalten.

(hinz)