

Tue Gutes und rede darüber: Dieses PR-Motto gilt mehr denn je auch und gerade für eine effiziente und wirksame Verbandskommunikation. Doch wie können die Interessenvertreter im Zeitalter von Informationsüberflutung, Zeitengpässen, Kostendruck und Personalknappheit punkten? Die neue Journalismus-Börse DieRedaktion.de unterstützt Verbände mit einem einfachen, effektiven und qualitativ hochwertigen Service.

## Wichtige News für die Kommunikation

Wie das neue Portal DieRedaktion.de Verbände bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit wirkungsvoll unterstützt

Gehen Sie mit mir auf eine kleine Zukunftsreise ins Jahr 2020. Tweets, Apps, Feeds, Social Networking, Flashrooms, Blogs, Google+, Twitter, XING oder andere Business-Social-Rooms klingen uns um die Ohren – weltweit, regional und lokal. Jede Sekunde surren die Pads, Smartphones & Co. um die Wette. Eine Flut von Informationen stürmt über uns, die Unternehmer und Geschäftsleute. Die aktuellen 2020er Endgeräte übernehmen für Sie die News-Selektion – nach Relevanz in Google-Manier. Nur die Nachrichten und Informationen erreichen den Endgeräte-Nutzer, die für ihn unmittelbar von Bedeutung sind – weniger wichtige Soft-News landen im Reporting-Postfach. Was amerikanische Trendforscher

„quick and dirty“ oder auch „live-or-die“-Funktion nennen, birgt Gefahren. Denn auch diese Funktion reduziert nicht den Informations-Overflow. Im Gegenteil. Mit der Zusatzkomponente von auto-

matisch gefilterter Relevanz, von Qualität, Mehrwert, Fastnews und medialer Versandform taucht eine entscheidende Frage auf: Erreiche ich noch meine Mitglieder? Die Antwort: Nur wer auf hohe Qualität mit spezifischer Mitglieder-Re-

die Informationsflut zu selektieren und zu kondensieren, sie zu bündeln und in kurzer Zeit an ihre Mitglieder zu senden. Verbände sind gefordert, den Wissensvorsprung aus Berlin, Brüssel & Co sowie Branchen-Interna und Trends unmittelbar weiterzuleiten und aus dem Wirrwarr strategisch nützliche und übersichtliche News zu generieren. Und die Aufgabe wird sein, die Macht von Wissen und Know-how sowie von Meinungen und Standpunkten im Pas de deux mit den Mitgliedern zu nutzen. Denn nur diejenigen, die schnell und in bester Qualität informiert sind, können unternehmerische Entscheidungen treffen, können Einfluss auf Änderungen nehmen und so ihre Zukunft gestalten.

Zurück in 2012. Schon heute nimmt

die Informationsflut ihren Lauf. Schon heute engagieren sich Verbände für ihre Mitglieder auf zahlreichen Ebenen. Und schon heute gewinnt die Mitglieder-Kommunikation entscheidend an Be-

levanz und auf Schnelligkeit sowie auf die wichtigsten Medienformen setzt, findet bei seiner Klientel Gehör. Verbände sind die Hoffnungsträger der Mitglieder. Die Aufgabe wird sein,

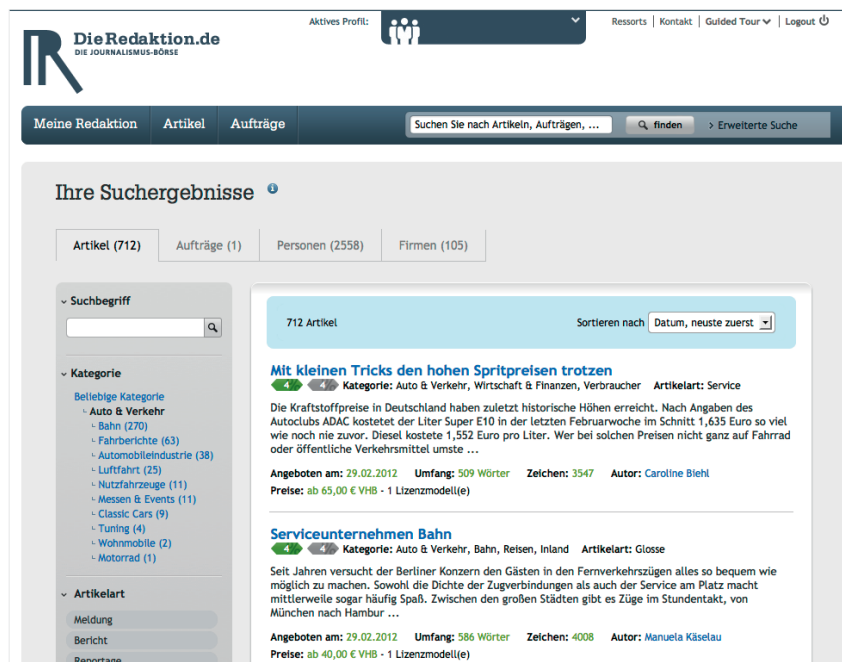


www.DieRedaktion.de – DIE JOURNALISMUS-BÖRSE

deutung. Verbände sammeln News, bündeln sie und geben sie aufbereitet an die Mitglieder weiter. Dies geschieht in vielfältigster Form. Sei es durch Blitzmails, Newsletter, Infobriefe, Mitgliederzeitschriften, Verbandswebsites oder gar eigenen Newsdesks. Nur welche mediale Form ist geeignet und wie kann eine maximale Informationsdichte erreicht werden? Und vor allem: Wer macht's?

**VERBANDSKOMMUNIKATION 2.0 HAT ZUKUNFT**

Wie also wird die Verbandskommunikation morgen aussehen? Wird Social Media die Verbandsarbeit grundlegend verändern? Wie gelingt es, Mitglieder zu binden und neue zu generieren? Und wie können Verbände ihre Mitgliederinformation in Qualität, Schnelligkeit, Flexibilität und Effektivität bei reduzierten Human Resources steigern? Wie kommen Verbandsgeschäftsführer und ihre Kommunikationsverantwortlichen an hochwertige journalistische Beiträge – zumal sie sich in einem unübersichtlichen Markt von freien Fachjournalisten bewegen und mit wachsendem Kostendruck umgehen müssen? Fragen, die die Verbands-Geschäftsführung und ihre Kommunikationsverantwortlichen aktuell beschäftigen.



Mit wenigen Klicks zu finden: Themen aus allen Branchen

Hier kommt das neue Angebot DieRedaktion.de ins Spiel. Das Portal unterstützt Verbände, Verlage und auch Unternehmen bei der täglichen Arbeit. Seit knapp einem Jahr ist DieRedaktion.de online. Mit diesem innovativen Marktplatz für Qualitätsjournalismus haben Verbände jetzt schnellen Zugang zu hochwertigen journalistischen Inhalten und erfahren auf einfache Art jederzeit Unterstützung – gerade auch im Bereich von Pressearbeit, Kommunikation und

Information. Hier finden Verbände erfahrene Journalisten, die nicht nur mit stilvoller Feder und Fachkompetenz texten, sondern die auch die Klaviatur der medialen Formen beherrschen.

Der Betreiber der Plattform ist kein Geringerer als die Deutsche Post AG. Sie versteht sich als unabhängiger Serviceanbieter. Das Ziel ist es, den Einkauf – aber auch den Verkauf – von journalistischen Inhalten zu vereinfachen und den Nutzern neue Chancen zu eröffnen.

**Verbandsmanager von morgen denken dual.**



In Kooperation mit



Das bundesweit einzigartige Duale Studium Verbandsmanagement vermittelt die Synergie von BWL und verbandspezifischen Kompetenzen.



Dies kann in zweierlei Hinsicht erfolgen: Einerseits ermöglicht die Journalismus-Börse Verbänden und Organisationen einen direkten Zugang zu Fachjournalisten. Andererseits können bereits erstellte Fachbeiträge, Reportagen oder Berichte zu günstigen Konditionen gekauft oder auch eigene Texte zum Verkauf angeboten werden.

### MEHR ALS 12.000 ARTIKEL UND ÜBER 1.800 JOURNALISTEN STEHEN BEREIT

Verbände und Unternehmer können sich jetzt über das Portal hochwertige und kostengünstige Inhalte – beispielsweise für den eigenen Interne-

tauftritt, für eine Firmenbroschüre, eine Kunden- oder Mitgliederzeitschrift, aber auch bundesweite, regionale und lokale Presseaktivitäten – direkt und schnell beschaffen. Auch für Recherchearbeiten – etwa für Branchen- und Marktübersichten – oder für kleinere Texte – wie Online-Beiträge – finden Nutzer auf DieRedaktion.de kompetente Journalisten und Auftragnehmer mit dem richtigen Wissenshintergrund. Einzige Voraussetzung: die Registrierung auf der Plattform. Sie ist für Verbände und Unternehmer kostenlos. Es werden auch für das Ausschreiben und den Einkauf von Inhal-

ten – außer dem verabredeten Honorar für den jeweiligen Journalisten – keine Transaktionsgebühren fällig.

Zur Qualitätssicherung ist die Plattform professionellen Nutzern vorbehalten. So müssen sich Journalisten mit gültigem Presseausweis legitimieren und über das PostIdent-Verfahren identifizieren. Aktuell haben Verbände, Verlage oder Unternehmen Zugriff auf rund 1.800 qualifizierte Journalisten, die sich mit einem eigenen Profil registriert haben. Interessenten erkennen auf einem Blick die Qualifikation des Journalisten, mit denen sie möglicherweise zusammenarbeiten wollen.

**MITMACHEN UND GEWINNEN:  
6.000 EURO FÜR SPANNENDE UND  
INTERESSANTE IDEEN**

## WAS SIE IMMER SCHON MAL MACHEN WOLLTEN



**DieRedaktion.de**  
DIE JOURNALISMUS-BÖRSE

Sie haben eine Kommunikationsidee – aber nicht die Zeit oder das Geld für die Umsetzung? DieRedaktion.de unterstützt insgesamt drei Ideen für Ihre neue Kommunikation.

Seit längerer Zeit bewegt Sie eine neue Kommunikationsidee für Ihren Verband. Eine Idee, die Sie schon immer mal umsetzen wollten, für die Sie bislang aber nicht die Ressourcen für die Einführung zur Verfügung hatten. Wollten Sie schon längst einen Newsletter lancieren und Ihren Mitgliedern anbieten? Oder wollen Sie einen Infobrief starten, eine Idee im Print- oder Onlinebereich entwickeln oder eine ganz andere Idee auf den Weg bringen? Aber bislang fehlten Ihnen die Macher, das Geld und die Zeit, diese Idee in die Realität umzusetzen? DieRedaktion.de unterstützt Sie dabei und lobt insgesamt 6.000 Euro für spannende und interessante Ideen aus, die mithilfe des neuen Portals DieRedaktion.de umgesetzt werden.

### SO MACHEN SIE MIT:

Teilnehmen kann jeder Verband, jede Organisation und natürlich auch die jeweiligen Verantwortlichen der Verbandskommunikation. Schildern Sie formlos Ihre Idee (Produkt, Zielgruppe, Erscheinungsweise und -form), die Sie mit Unterstützung des neuen Marktplatzes umsetzen wollen, und **schicken Sie Ihre skizzierte Idee bis zum 15. Mai 2012 an:**

Deutsche Post AG  
DieRedaktion.de  
Uli Kievernagel  
Fritz-Erler-Str. 4  
53113 Bonn  
→ u.kievernagel@dieredaktion.de

**Was können Sie gewinnen? DieRedaktion.de prämiert die drei besten Vorschläge mit jeweils 2.000 Euro.**

**Teilnahmebedingungen:** Sie sollten Ihre Idee bis zum 1. Oktober 2012 mithilfe der Journalisten aus DieRedaktion.de umgesetzt haben und bereit sein, diese Idee mithilfe des Portals DieRedaktion.de zu testen. Zusätzlich sollten Sie Ihre Erkenntnisse und Erfahrungen mit dem neuen Produkt und dem Portal DieRedaktion.de für eine spätere Veröffentlichung schildern.

**SCHNELL, EFFEKTIV, KOSTENGÜNSTIG UND UNKOMPLIZIERT**

Ein Beispiel: Nehmen wir an, ein Muster-Verband möchte in der nächsten Verbandszeitschrift seine Mitglieder über die neuesten Trends und Entwicklungen der Muster-Branche informieren. Der Verband setzt die Ausschreibung mit Thema, Zeichenanzahl, Abgabetermin, Honorarvorstellung (vom Verband selbst bestimmt) und einem inhaltlichen Briefing in das Portal. Automatisch gleicht das System die infrage kommenden Journalisten ab und sendet ihnen direkt eine Mail mit dem Ausschreibungshinweis und einem direkten Link zu dem potenziellen Auftrag. Unter all den sich bewerbenden Journalisten kann nun der Verband den für ihn besten Autor auswählen und den Auftrag erteilen. Schneller und unkomplizierter kann es nicht gehen.

**ERSTER TEST BEI VERBÄNDEN GUT GELAUFEN**

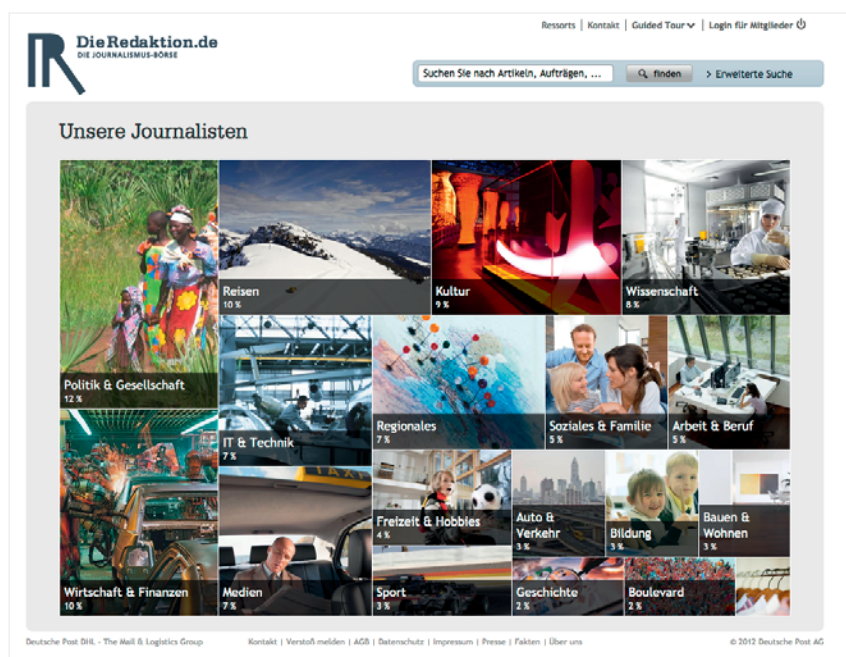
Das gilt auch für fertige Texte, die Verbände aus der Datenbank in dem Online-Marktplatz DieRedaktion.de kostengünstig einkaufen können. Derzeit bietet die Journalismus-Börse mehr als 12.000 fertige Artikel. Dieses Angebot konnte schon eine Vielzahl von Verbänden, Verlagen und Unternehmen nutzen. Auch Martin Bürstenbinder testete vor Kurzem DieRedaktion.de. Der Geschäftsführer des VAF Bundesverbandes Telekommunikation e.V. und sein Redaktionsteam griffen spontan auf die Datenbank zu, als der Inhouse-Redaktion durch eine kurzfristige Erweiterung des Mitgliedermagazins VAF-Report zwei Seiten Redaktion fehlten. „Nach einigem Stöbern haben wir einen passenden Artikel gefunden“, erklärt Bürstenbinder und ergänzt: „Die Datenbank kann somit zu mehr Flexibilität in einer Heftplanung beitragen.“

Der VAF-Report ist spezialisiert auf die Klientel der mittelständischen Systemhäuser in der Telekommunikation. Dementsprechend sind die redaktionel-

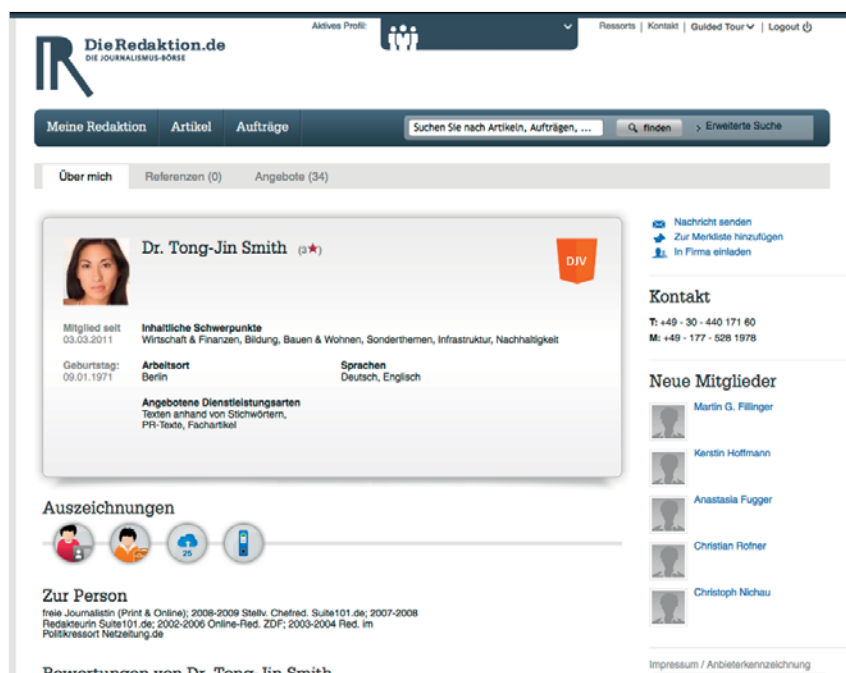
len Anforderungen extrem hoch. Nicht zuletzt deshalb wird das Heft redaktionell im Haus und nicht extern realisiert. „Wir sind sehr spezifisch und gehen im Heft originär auf die Interessen, die aktuellen Fragen, aber auch auf die Mentalität unserer Leserschaft ein“, weiß Bürstenbinder.

In jedem Fall will der Verbandsgeschäftsführer weitere Tests durchführen. Denn eine erste Bilanz und Nutzung von DieRedaktion.de ist positiv: „Schon der

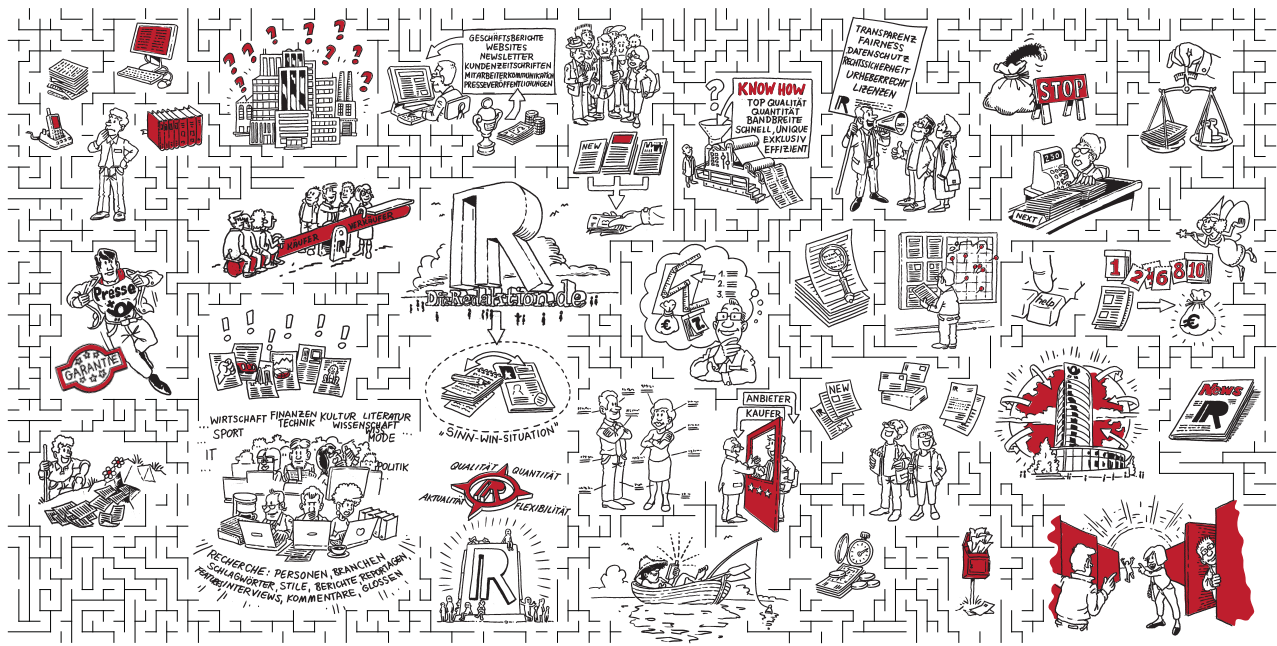
erste Eindruck der Gestaltung ist sehr gut, weil benutzerfreundlich und transparent. Man findet sich ohne externe Anleitung schnell zurecht. Jeder Nutzer kann sich leicht einen Überblick verschaffen und zu den Texten gibt es direkt entscheidungsrelevante Informationen wie Preis, Zeichenzahl, Datum der Erstveröffentlichung. Zudem kann man zur redaktionellen Beurteilung eine Leseprobe der Texte einsehen und mit ei-



So bunt wie die Welt an sich – das Themenspektrum auf DieRedaktion.de



Wissen, wer schreibt: Ein Blick ins Profil des Journalisten verrät mehr



Den Weg durchs Labyrinth erklärt auch ein unterhaltsames Video auf [www.DieRedaktion.de](http://www.DieRedaktion.de)

nem Klick die Vollversion anfordern. Wir haben vier Artikel angefordert, einer war in einer Stunde da, die anderen am nächsten Tag.“ Kurzum: „Der erststichpunktartige Test war gut und hat zum gewünschten Ergebnis geführt“, so Verbandsgeschäftsführer Bürstenbinder.

**ZUKUNFTSCHANCEN À LA CARTE**

Die Nutzungsmöglichkeiten des neuen B2B-Marktplatzes für Verbände – mit oder ohne Inhouse-Redaktionen – sind vielfältig. Sei es wie im Fall VAF-Report, dass ein Artikel schnell aus der Schublade gezogen werden muss und man sich der riesigen Artikel-Datenbank bedient, sei es, den Mangel an hoch qualifizierten Fachjournalis-

ten zu beheben und Ausschreibungen in das Portal einzustellen, um neue Journalisten mit anderem Schreibstil, anderer Recherchequalität und Fachkompetenz zu generieren. Oder aber – und das ist ein häufiger Grund – die Verbände in ihren vielfältigen Kommunikationsaufgaben und in unterschiedlichen medialen Formen zu unterstützen.

Denn wer in einem Verband die Mitgliederzeitschrift, den Newsletter oder auch die Website verantwortlich betreut, erfüllt gerade bei kleineren und mittleren Verbänden oftmals zahlreiche verschiedene Aufgaben und Rollen: Er ist Chefredakteur, Blattmacher, Themenscout, Articleinkäufer, Textchef sowie Texter und manchmal auch noch

Anzeigenverkäufer. Ein intensives Unterfangen, bei dem DieRedaktion.de wirksam und geräuschlos unterstützen kann.

Dies gilt gerade bei den zahlreichen Aufgaben, die in den nächsten Jahren auf die Kommunikationsverantwortlichen von Verbänden zukommt.

Übrigens: Ein Beitrag zum Thema „Qualitätssicherung in der Weiterbildung“ zum Schwerpunkt der nächsten Ausgabe des Verbändereport stammt aus der Datenbank von DieRedaktion.de. ■

**WEITERE INFOS**

- [www.dieredaktion.de](http://www.dieredaktion.de)
- [www.verbaende.com/fachartikel](http://www.verbaende.com/fachartikel)

**AUTOR**



**LUTZ GLANDT** ist Mitglied des Bereichsvorstandes BRIEF Deutschland im Konzern Deutsche Post DHL. In dieser Funktion ist er für den Geschäftsbereich Presse Services zuständig, der rund zehn Prozent des Umsatzes im Unternehmensbereich BRIEF erwirtschaftet. Als ausgewiesener Medienfachmann verfügt Glandt über 25 Jahre Berufserfahrung in verschiedenen Führungspositionen der Zeitungs- und Zeitschriftenbranche – unter anderem bei Gruner + Jahr und der Verlagsgruppe Holtzbrinck. Bevor er zur Deutschen Post wechselte, war Glandt langjähriges Mitglied der Geschäftsführung der WAZ-Mediengruppe in Essen.