

Motiviert durch einen Wettbewerb von DieRedaktion.de entdecken Verbände einen neuen Weg für ihre wirkungsvolle und erfolgreiche Kommunikation.

56 Fachjournalisten in wenigen Stunden

Drei Verbände haben den Wettbewerb der neuen Journalismus-Börse gewonnen und das Portal DieRedaktion.de erstmals getestet. Das Ergebnis hat ihre Erwartungen übertroffen.

Bonn – hier residiert der Verband der Hersteller kulinarischer Lebensmittel. Die Organisation vertritt die Interessen von rund 130 überwiegend mittelständischen Unternehmen der Lebensmittelindustrie und betreibt neben zahlreichen Verbandsaktivitäten diverse Internetportale, so auch das Portal des Deutschen Suppeninstituts. „Es ist fast unmöglich, neben der normalen Arbeit und einer engagierten Verbandskommunikation parallel auch noch mehrere Portale gleichzeitig aktuell und informativ zu pflegen“, weiß Hauptgeschäftsführer Dirk Radermacher um die Alltagsproblematik vieler Verbände. „Schon lange wollten wir unseren Webauftritt erneuern. Da kam uns der Wettbewerb von DieRedaktion.de wie gelegen“, erklären Radermacher und sein Geschäftsführer Markus Weck. Kurzerhand reichten sie ein „Modernisierungs- und Neugliederungskonzept“ ihres Portals Suppeninstitut beim Wettbewerb der neuen Journalismus-Börse ein. Unter zahlreichen Einsendungen und Bewerbungen entschied sich die Jury für das Suppeninstitut und zwei weitere Sieger, der AVK – Industrievereinigung Verstärkte Kunststoffe und den Bayerischen Hausärzterverband.

NEUE CHANCEN FÜR DIE VERBANDSKOMMUNIKATION

Um insbesondere Verbände auf das Portal DieRedaktion.de aufmerksam zu machen, hatte die neue Journalismus-Börse einen Wettbewerb für neue und weiterführende

Kommunikationsideen ausgeschrieben. „Manchmal muss man Zielgruppen anstupsen, um sie auf neue, wirkungsvolle Chancen aufmerksam zu machen“, weiß Ulrich Kievernagel von der Deutschen Post AG, dem unabhängigen Betreiber des Portals. DieRedaktion.de ist nunmehr seit gut eineinhalb Jahren online. Es unterstützt Verbände, Verlage und auch Unternehmen bei der täglichen Arbeit. 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 stilsicherer Feder und Fachkompetenz texten, sondern die auch die Klaviatur der medialen Formen beherrschen.

Das Portal versteht sich als Service-dienstleister. Das Ziel ist es, den Einkauf – aber auch den Verkauf – von journalistischen Inhalten zu vereinfachen und den Nutzern neue Chancen zu eröffnen. Dies erfolgt in zweierlei Hinsicht: Einerseits können bereits erstellte Fachbeiträge, Reportagen oder Berichte zu günstigen Konditionen gekauft oder auch eigene Texte zum Verkauf angeboten werden. Andererseits ermöglicht die Journalismus-Börse Verbänden und Organisationen einen direkten Zugang zu Fachjournalisten. Und um genau diesen Aspekt ging es bei dem Wettbewerb, der den Gewinnern insgesamt 6.000 Euro versprach.



Hauptgeschäftsführer Dirk Radermacher
Suppeninstitut

ZUGANG ZU GUT 2.000 FACHJOURNALISTEN

Beim Stichwort Fachjournalisten bekommt Hauptgeschäftsführer Radermacher wache Augen: „Ja, einen kompetenten und in allen Medienbereichen erfahrenen Fachjournalisten zu finden, ist oft ein Problem.“ Erstmals testete er das Portal DieRedaktion.de. Die Aufgabe war nicht leicht. Denn er suchte über das Portal einen fachkompetenten Journalisten mit Online-Erfahrung, um die Webseite vom Suppeninstitut zielgruppengerecht neu zu gliedern und mit inhaltsstarken Texten aufzufrischen. Ergebnis: Innerhalb kürzester Zeit bewarben sich 56 Journalisten auf dieses Angebot. „Phänomenal“, kommentiert Radermacher die gigantische Auswahlmöglichkeit. Radermacher und Weck wurden schnell fündig. „Die Fachjournalistin Gabriele Müller hat

sich einfach viel mehr Mühe bei der Bewerbung gegeben.“

Nach dem Kennlern- und Briefing-Gespräch in den Bonner Verbandsräumen waren sich beide Parteien schnell einig. Journalistin Müller entwickelte ein Konzept für eine Neugliederung und für zielgruppennahe Texte der Webseite des Suppeninstituts. „Die ersten Ergebnisse sind ausgezeichnet. Wir sind sehr zufrieden“, berichtet Hauptgeschäftsführer Radermacher und ist zugleich froh, über die Journalismus-Börse DieRedaktion.de die kompetente Journalistin gefunden zu haben. „Die Suche über das Portal hat mir viel Zeit erspart und eine Journalistin beschert, die ihr Handwerk versteht.“



Dr. Elmar Witten, Geschäftsführer der AVK – Industrievereinigung Verstärkte Kunststoffe

SCHWIERIGE AUFGABE GUT GELÖST

Ebenfalls hochzufrieden äußert sich Dr. Elmar Witten. Der Geschäftsführer der AVK – Industrievereinigung Verstärkte Kunststoffe und ebenfalls Gewinner des Wettbewerbs suchte einen ganz besonderen journalistischen Dienstleister. Die AVK will mit einer Kampagne die Bekanntheit von Faserverbundstoffen, sogenannten Composites, als hochwertigen Werkstoff erhöhen. Denn viele Entscheider, Produktdesigner oder Ingenieure kennen diesen Werkstoff kaum oder noch gar nicht. „Wir wollen über bewegte Bilder, also einen informativen Image-Film, die

Vorurteile zu Composites aus dem Weg räumen und in realen Anwendungen zeigen, was alles möglich ist“, erklärt Dr. Elmar Witten.

Trotz der ungewöhnlichen wie schwierigen Aufgabe „haben wir mit 15 Bewerbern eine sehr gute Resonanz erhalten“, freut sich der Verbandsgeschäftsführer. Und zeigt sich überrascht: „Dieses Ergebnis habe ich nicht für möglich gehalten.“ Nach Sichtung der Bewerber wurde schließlich der Dienstleister domstadt.tv GmbH gefunden und nach einem Briefinggespräch beauftragt. Noch arbeiten die Spezialisten an der Umsetzung. Aber „das erste Zwischenergebnis ist klasse“, weiß Dr. Witten. Als Grundidee wird eine Kampagne entwickelt, die auf einem Informationsfilm und einem Webinary aufbaut. Während der Filmbeitrag sachlich informiert, sorgt das Webinary für emotionale Aufmerksamkeit und soll auch neue Zielgruppen erschließen. „Das wird richtig gut“, berichtet Dr. Elmar Witten und ergänzt: „Ohne das Portal DieRedaktion.de wären wir vermutlich nicht auf diesen professionellen Dienstleister gestoßen.“

DIE NADEL IM HEUHAUFEN GEFUNDEN

Die gleiche, äußerst positive Erfahrung machte inzwischen auch der Bayerische Hausärzterverband. „Wir haben die Nadel im Heuhaufen gesucht. Und wir haben sie gefunden“, freut sich Torsten Fricke vom Bayerischen Hausärzterverband. Der Verband, der dritte Gewinner des Wettbewerbs der Journalismus-Börse, will mit einer ungewöhnlichen Aktion die Auswirkungen der Gesundheitspolitik für jeden Menschen erlebbar machen. „Die Einkommenssituation und mangelnde Nachfolge der Landärzte, die eine komplette Versorgung übernehmen, sind die größten Herausforderungen“, erklärt Verbandssprecher Torsten Fricke. „Wir wol-

len mit zahlreichen Fallbeispielen und visuellen O-Tönen ein wenig Druck auf unserer Webseite www.hausaerzte-vor-dem-aus.de ausüben und auf diesen Missstand hinweisen“, ergänzt Fricke.



Verbandssprecher Torsten Fricke, Bayerischer Hausärzterverband

EXZELLENTER QUALITÄT

Die Suche nach einem Journalisten, der die medialen Gattungen Text, Foto und Film beherrscht, war nicht leicht. „Erst nach unserer Ausschreibung auf DieRedaktion.de haben wir den Journalisten Pavel Novotny gefunden, der diese Mediengattungen beherrscht“, erklärt Fricke. Seit einigen Tagen – so das Zwischenergebnis – fährt Novotny aufs Land raus. Dort filmt, fotografiert und holt er Stimmen von Landärzten ein, die keinen Nachfolger finden. „Bislang ist das Ergebnis tadellos. Wir haben schon die ersten 30 Fallbeispiele auf unserer Webseite platziert“, so Verbandssprecher Fricke. Für Fricke gestaltete sich der Ablauf über die Journalismus-Börse reibungslos und vor allem „mit geringem Aufwand“. Sein Fazit mit dem Portal DieRedaktion.de: „Super. Professionell. Klasse.“ ■

WEITERE INFOS

→ www.dieredaktion.de
 → www.verbaende.com/fachartikel
 (geschützter Bereich für Abonnenten und DGVM-Mitglieder)