

Die Pressemappe

Gehört in jede Schublade

Jeder, der mit der Presse in Kontakt treten möchte, sollte sie haben: die Pressemappe. Sie kann physisch aufbereitet oder digital angelegt sein. Beide Varianten haben ihre Berechtigung. Digital scheint der Zeit angemessen und print veraltet zu sein. Grundsätzlich mag das stimmen, bei der Pressearbeit grundsätzlich nicht. Beide Varianten haben ihre Vor- und Nachteile:

Print-Pressemappe

Hochwertig gemacht vermittelt sie einen ersten guten Eindruck, weckt Interesse und lädt ein, sich mit ihr und damit mit den Themen, die multipliziert werden sollen zu beschäftigen. Im persönlichen Gespräch ist sie gemeinsame Gesprächsgrundlage, regt zum darin Stöbern an und bietet Platz für Notizen.

Bei der gedruckten Form spielen die Produktionskosten eine Rolle. Gerade kleine Auflagen bedeuten hohe Druckkosten für Pressepapier und entsprechender Mappe. Zudem hinterlässt die Produktion einen CO₂-Fußabdruck. Zu empfehlen ist ein klimaneutraler Druck.

Digitale Pressemappe

Die digitale Pressemappe punktet, da sie auf Knopfdruck versendet, ihre Inhalte direkt und unkompliziert im Redaktionssystem gespeichert, zu jeder Zeit abgerufen und verwendet werden können. Auf einem Stick gespeichert kann sie platzsparend und leicht transportierbar übergeben werden.

Da man, gibt man die digitale Version physisch heraus, keinen ersten Blick auf die Inhalte werfen kann, empfiehlt sich die Übergabe in Verbindung mit einem Inhaltsverzeichnis. Hier sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt: Beipackzettel zum Stick, CD auf einer gestalteten Karte etc.

Print oder digital? – Beides?!

Ist nun die haptische oder die digitale Pressemappe vorzuziehen? Die einen sagen so, die anderen so. Manchmal ist auch am besten: beides.

Beispielsweise sind die Pressefächer im Pressezentrum großer Messen beliebter Anlaufpunkt. Hier bieten Pressemappen die Möglichkeit, sich schnell und auf einen Blick zu informieren. Wenn sie ausgedruckt vorliegen. Eine Kombination wäre hier auch sinnvoll: die gedruckte Version zum Stöbern, der Stick zum Mitnehmen. Es kommt also auf den Anlass an.

Situationsbezogene Anlässe

Die Anlässe, zu denen eine Pressemappe zum Einsatz kommen kann, sind vielfältig:

- Messe
- Pressekonferenz
- Redaktionsbesuch
- (Jubiläums-)Veranstaltung
- Symposium
- Produktneueinführung

2

Basis-Pressemappe

Im Gegensatz zum situationsbezogenen Einsatz sollte die Basis-Pressemappe immer verfügbar sein, sie gehört zum Grundwerkzeug jeder Kommunikation. Wie der Name schon sagt: Sie liefert Basis-Informationen: zum Unternehmen, zu Produkten, zu Personen, zu Standorten und so weiter. Die Basis-Pressemappe ist das Standard-Instrument, das in Teilen oder komplett jederzeit gestreut werden kann und sollte stets auf dem aktuellen Stand sein.

Die Aufmachung

Eine Pressemappe beinhaltet Material, das dem Anlass entsprechend aufbereitet ist und dem Journalisten echten Mehrwert bei seiner Recherche und für seine Information bietet. Ob Print oder digital: Die Pressemappe ist optisch ansprechend gestaltet und inhaltlich strukturiert wie informativ.

Der Inhalt:

- Inhaltsverzeichnis
Ganz wesentlich zur Strukturierung und für den ersten schnellen, informativen Überblick.
- Presseinformationen
Es können drei bis fünf an der Zahl sein, abhängig vom Anlass. Sie sollten eine, maximal zwei Seiten lang sein. Die Basis-Presseinformation, in der Regel die Unternehmensdarstellung, kann länger ausfallen.
- Bilder
Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Zu jeder Presseinformation gehört eine Visualisierung in Form von Bildern, Grafiken, Schaubildern o.ä.
- Datenblatt
Daten und Fakten, beispielsweise in tabellarischer Form, zum Unternehmen wie Gründungsjahr, Mitarbeiterzahlen, Produktportfolio etc.
- Ergänzungen
Einer Pressemappe können auch Texte in Interviewform beigelegt werden oder Studien/zusammengefasste Studienergebnisse und Reportagen. Das ist abhängig von Anlass und Thema.

IMPRESSUM

Redaktion & Konzept & Herausgeber: schreibwert | schreib-wert.de | post@schreib-wert.de
Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Dessen Bearbeitung, Verbreitung und Vervielfältigung sind unzulässig.

© by schreibwert 2021 | KommunikationsKomplize eine Marke von schreibwert