

Wunschzettel zu Presse-Internetseiten

(formuliert vom Verein der Versicherungsjournalisten e.V.)



Folgende Kriterien zeichnen aus unserer Sicht eine sinnvolle Presse-Internetseite aus:

1. Navigation

Die Internetseite der Presseabteilung sollte auf der Startseite des Internetauftritts leicht über einen Link wie „Presse“ oder ähnliches zu finden sein. In vielen Fällen befindet sich der entsprechende Link oben auf der Startseite.

Innerhalb der Presseseite sollten die unterschiedlichen Inhalte übersichtlich aufgelistet und schnell zu erreichen sein. Die jeweiligen Adressen der einzelnen Seiten sollten sich nicht ändern, da sich viele Journalisten diese als Bookmark gespeichert haben. Als Standard für die Adresse der Presse-Internetseite bietet sich die folgende Systematik an:

<http://www.firmennamexyz.de/presse>

Die Presse-Internetseite sollte zudem ohne Passwort zugänglich sein.

2. Inhalte

Die Presse-Seiten sollten es Journalisten ermöglichen, sich einen umfassenden Überblick über das jeweilige Unternehmen zu verschaffen. Dafür sind uns folgende Dinge wichtig:

- Ein Überblick über das Unternehmen mit Informationen zu aktueller Eigentümer- und Beteiligungsstruktur, zur Unternehmensgeschichte und zu den wichtigsten Geschäftsbereichen sowie zu Vorstand und Aufsichtsrat. Informationen zu einzelnen Vorständen und Aufsichtsräten sollten Bilder sowie deren Lebenslauf und Geburtsdatum enthalten.
- Ein Archiv mit sämtlichen Pressemitteilungen, möglichst chronologisch und übersichtlich geordnet, zum Beispiel nach einzelnen Jahren und falls sinnvoll nach Themen. Eine Suchfunktion mit Suchparametern wie Schlagworten und Daten hilft ebenfalls. Falls es Präsentationen gibt, die zur jeweiligen Pressemitteilung gehören, sollten diese mit einem Link in der Pressemitteilung erwähnt werden. Wir raten dringend davon ab, Pressemitteilungen nachträglich im Archiv zu korrigieren. Sollte es einmal nötig sein, eine Pressemitteilung nachträglich zu korrigieren, kennzeichnen Sie dies bitte entsprechend (wann wurde korrigiert, was wurde korrigiert).
- Ein Archiv mit sämtlichen Geschäftsberichten in vollständiger Form als pdf-Dateien.
- Ein komplettes Archiv mit Präsentationen und Reden, möglichst in Form von pdf-Dateien.
- Wenn die Pressemitteilungen, Geschäftsberichte und Präsentationen in mehreren Sprachen zur Verfügung gestellt werden, sollte der Wechsel innerhalb der Sprachen mit einem Klick möglich sein. Das heißt man kann direkt aus der deutschen Version einer Pressemitteilung in die englische Version wechseln, ohne dass man wieder von der Startseite beginnen muss.
- Eine Terminübersicht, möglichst mit Angabe von Zeit und Ort.
- Die Kontaktdaten aller Ansprechpartner der Presseabteilung mit Telefonnummern und E-Mail-Adressen, möglichst unter Angabe der individuellen Themengebiete. Pressesprecher von Tochtergesellschaften sollten ebenfalls aufgelistet sein oder es sollten Links zu den jeweiligen Presse-Internetseiten der Tochtergesellschaften vorhanden sein.
- Bilder sollten allgemein in Druckqualität und unter Angabe der Urheberrechte zur Verfügung gestellt werden.
- Die Adresse des Unternehmenssitzes mit Anfahrtsbeschreibung.