

Wissen auf den Punkt gebracht.

 **30 MINUTEN**

Corporate Newsroom

Christoph Moss

GABAL

30 Minuten **Corporate Newsroom**

Christoph Moss

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek. Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN Buchausgabe: 978-3-96739-107-7

ISBN epub: 978-3-96740-192-9

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg

Umschlagkonzept: Buddelschiff, Stuttgart –

www.buddelschiff.de

Lektorat: ArsVocis – Anna Ueltgesforth, Amorbach

Autorenfoto: Jan Weckelmann für Mediamoss

Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

© 2022 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Das E-Book basiert auf dem 2022 erschienenen Buchtitel
"30 Minuten Corporate Newsroom" von Prof. Dr. Christoph
Moss © 2022 GABAL Verlag GmbH, Offenbach.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise,
nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen
alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag
können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den
im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung
übernehmen.

www.gabal-verlag.de

www.gabal-magazin.de

www.twitter.com/gabalbuecher

www.facebook.com/gabalbuecher
www.instagram.com/gabalbuecher

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- **Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.**
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.

Inhalt

Vorwort

1. Der Newsroom beginnt im Kopf

Wie Sie Ihr Unternehmen digitalisieren

Die Idee hinter dem Corporate Newsroom

Warum Ihnen ein Newsroom hilft

2. Das Corporate-Newsroom-Modell

Rollen im Corporate Newsroom

Zuerst das Thema, dann der Kanal

Konferenzen strukturieren den Tag

Prozesse im Newsroom

3. Wie Sie einen Corporate Newsroom einführen

Der Newsroom ist ein Change-Projekt

Fehler, die Sie unbedingt vermeiden sollten

Architektur im Corporate Newsroom

Warum ein Corporate Newsroom scheitern kann

4. Der Newsroom der Zukunft

International: Ein Unternehmen, eine Stimme

Data Driven Newsroom

Sieben Erfolgsregeln für einen Corporate Newsroom

Fast Reader

Der Autor

Weiterführende Literatur

Vorwort

Lange Flure, Einzelbüros, gespenstische Ruhe. Es ist noch gar nicht lange her, da konnte eine Abteilung für Marketing und Kommunikation den Charme eines kleinstädtischen Finanzamts versprühen. Das hat sich geändert. Wie wohltuend, dass im Zeitalter der Digitalisierung völlig neue Denkmodelle möglich sind.

Unternehmen müssen heute seriöse Inhalte transportieren, um vom Publikum ernst genommen zu werden. Mit wenig Geld hervorragende Ideen umzusetzen, ist klug und im digitalen Zeitalter lebensnotwendig. Marketing und Kommunikation brauchen dazu eine Organisation, die sich an Themen orientiert – und nicht mehr an Kanälen. Genau dies ist die Philosophie des Corporate Newsrooms, die ich Ihnen in diesem Buch vermitteln möchte.

Ich beschäftige mich seit mehr als zwei Jahrzehnten mit der Frage, wie sich Kommunikation effizient organisieren lässt. In dieser Zeit ist das Corporate-Newsroom-Modell entstanden, das sich schon in vielen Unternehmen durchgesetzt hat. Deshalb freue ich mich sehr, Ihnen diese Idee im Rahmen der Buchreihe *30 Minuten* nahebringen zu dürfen.

Corporate Newsroom ist eine Denkhaltung. Deshalb sagen wir auch gern, der Newsroom beginnt im Kopf. Dies gilt auch für die Produktion dieses Buchs. Viele Ideen und Diskussionsbeiträge meines Teams sind hier eingeflossen. Mein Dank gilt daher allen, die an der Entstehung dieses Bandes mitgewirkt haben. Dazu gehören insbesondere

David Bartels, Lara Behrens, Franziska Fiege, Ann-Sophie Johnigk und Christian Wobig.

Viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg mit Ihrem Corporate Newsroom wünscht Ihnen

Christoph Moss

1. Der Newsroom beginnt im Kopf

Menschen verbringen heute zunehmend Zeit mit Medienkonsum. Die Zahl der Kanäle und Plattformen steigt fast explosionsartig. Jeder Mensch kann bloggen, twittern oder kommentieren. All dies wird möglich durch einen rasanten technischen Fortschritt.

Ihr Unternehmen steht vor der wichtigen Aufgabe, den digitalen Medienwandel zu bewältigen. Der Grund dafür ist leicht nachvollziehbar. Herkömmliche Strukturen stoßen schnell an Grenzen. **Kommunikation und Marketing brauchen die perfekte Organisation.** Egal ob Sie im Mittelstand, im Konzern oder in einer Institution arbeiten. Corporate Newsroom fragt nicht nach Größe. Der Newsroom beginnt im Kopf.