



Voraus

In unterschiedlicher Belegung beispielbar, wurde das APA-Pressezentrum auch für künftige Anforderungen an eine Pressekonferenz gebaut – etwa für das Thema Augmented Reality.

waren die Multiplikatoren. Jetzt ist es so, dass Sie automatisch auf Google landen, wenn Sie über APA-OTS eine Pressemitteilung verbreiten.“ Für Kunden sei es wichtig, dass im Internet zuerst ihr Statement gefunden wird. Deshalb investiere man kräftig in die Suchmaschinenoptimierung. Dem anonymen Charakter von Sozialen Netzwerken hat APA-OTS *Transparenz* entgegensetzen – schließlich wisse man auf dem OTS-Portal sofort, von wem eine Aussendung stammt.

Auch in den Redaktionen sei man weiterhin auf Pressemitteilungen angewiesen, nur die Erwartungshaltung verändere sich eben. Während Aussendungen früher nur aus Text bestanden, erwarten sich die Redaktionen heute oft zusätzliches Videomaterial. Im Bewegtbildbereich verzeichne man jedenfalls starke Zuwächse.

Nicht nur Pressekonferenzen

Pressekonferenzen stünden im „Raum für Themen“ natürlich im Vordergrund, der Raum könne aber für jede Art von Veranstaltungen genutzt werden, bei denen es eine eingeladene Zielgruppe und technische Forderungen gibt. Ein Einsatzzweck wären etwa größere Workshops – man arbeite bereits an einer Infrastruktur für Webinare, die wiederum über den APA-Campus zur Verfügung gestellt werden könnten. Auch Podiumsdiskussionen können im APA-Pressezentrum durchgeführt werden.

Das Interesse am APA-Pressezentrum sei laut Wiesenbauer-Vrublovsky groß. Anfragen kommen von NGOs, PR-Agenturen und Wirtschaftsunternehmen. Man sei „grundsätzlich in der Lage, Dinge innerhalb von 24 Stunden auf die Beine zu stellen. Voraussetzung ist allerdings, dass das Presszentrum nicht ausgebucht ist.“ Damit sei das Presszentrum auch für Krisenkommunikation interessant. (fej)



Vrublovsky. Jetzt gelte es, dieses Wissen zu nützen.

An den oft beschworenen Tod der Pressemitteilung glaubt die OTS-Geschäftsführerin übrigens nicht. Sie erinnert sich an den Anfang ihrer Karriere zurück, als man Fachmessen vom Aussterben bedroht sah. Heute würden Messen nach wie vor florieren – weil persönlicher Austausch eben wertgeschätzt werde. Genauso sei es mit Pressekonferenzen und -aussendungen. Allenfalls die Funktion von Aussendungen verändere sich: „Früher war es so, dass man mit einer OTS-Aussendung die Journalisten erreichen wollte – die Medien

