

Wie hebt sich die Website einer Kommunikations-Agentur am besten von ähnlichen Websites ab? Mit einem Pressebereich, der neue Maßstäbe setzt.

Ausgangslage

Die Kommunikationsagentur Babnik Communications & Partner wurde im Juli 2003 gegründet und bietet Full-Service-Leistungen an, wobei zu den Kernkompetenzen insbesondere Public Relations, Lobbying und Media-Relations zählen.



Die Agentur hat klein begonnen und sich rasch weiterentwickelt. Dementsprechend hatte sich auch der Anspruch an einen Webauftritt verändert. Die Gestaltung wurde an das neue, optimierte CD angeglichen, die Struktur an die gesteigerten Bedürfnisse von Kunden und Journalisten

angepasst, die Inhalte wurden umfangreicher und klarer.

Ziel war die Schaffung einer Informations- und Serviceplattform. Interessierte finden nun alles Wichtige über die Agentur, für Journalisten gibt es den Pressecorner mit zahlreichen Features.

Herausforderungen

Die Website einer Agentur ist keine Website wie jede andere - denn für sie gilt ein Motto ganz besonders: "Walk the talk."

Wer in der Kommunikations-Branche glaubhaft erscheinen und potentielle Kunden von seiner Kompetenz überzeugen will, muss auch auf der eigenen Website beweisen, dass er von dem Medium etwas versteht. Eine bloße Visitenkarte, ohne Strategie, ohne Ideen, ohne durchdachte Funktionen, genügt nicht. Da muss man sich schon etwas mehr überlegen, will man mit gutem Beispiel vorangehen.

Strategie

Die strategische Grundüberlegung war einfach: Woran wird eine PR-Agentur in erster Linie gemessen, wo kann sie ihre Kompetenz am besten unter Beweis stellen? Richtig, im Presse-Bereich.

Daher wurde diesem Bereich der Website ganz besondere Aufmerksamkeit geschenkt - Denn erklärtes Ziel war es, einen Presse-Bereich zu schaffen, der selbst für andere Unternehmen der gleichen Branche beispielgebend

wirken sollte: Klar strukturiert, mit durchdachten Funktionen, effizient und effektiv.

Doch auch optisch sollte sich die Website wohltuend von anderen Agentur-Sites abheben. Da ausschließlich Frauen bei Babnik Communications als Partner tätig sind, wurde bewusst ein "weibliches" Design gewählt: weiche Formen, warme Farben, sympathische Formgebung.

Damit sollte sichergestellt sein, dass sich die Website von Babnik Communications wohltuend von der Vielzahl an Konkurrenz-Websites abheben kann.

Lösung und Umsetzung

Menschen schaffen Vertrauen



Das Web-Design baut auf den Corporate-Design von Babnik Communications auf, stellt dabei aber die beiden Partnerinnen in den Mittelpunkt. Bereits auf der Homepage werden die beiden PR-Profis mit Fotos dargestellt, um Sympathie zu wecken und Vertrauen zu schaffen - denn gerade in der Kommunikations-Branche ist Vertrauen eine der wesentlichsten Voraussetzungen für Erfolg.

Ein "weibliches" Design unterscheidet die Website von anderen

Beim Web-Design wurden bewusst weiche Konturen und harmonische Farben gewählt, um auch das Design selbst "weiblich" erscheinen zu lassen und so die Unterscheidung zu anderen Websites zu unterstützen. Dabei strukturieren Trennlinien und Farbflächen die Inhalte und helfen dem Besucher bei der Orientierung.

PR-Tipps machen neugierig auf "mehr"

Als besondere Idee wird auf der Homepage bei jedem Aufruf ein PR-Tipp dargestellt. Dieser Tipp wird zufalls-gesteuert aus einem Pool von über 40 verschiedenen Tipps generiert und macht die Startseite auf diese Weise abwechslungsreich und weckt das Interesse der Besucher. Die gesamte Sammlung an PR-Tipps kann man sich über ein Formular zuschicken lassen, auf das jeder Tipp verlinkt. Durch dieses Service kann Babnik Communications nicht nur ihre Kompetenz unter Beweis stellen, sondern bekommt auch kostenlos die Kontaktdaten von potentiellen Interessenten!

Der Pressebereich setzt neue Maßstäbe



Der Pressebereich der Website wurde von Grund auf neu entwickelt, mit einem klaren Schwerpunkt auf eine hohe Benutzerfreundlichkeit und einer ganzen Reihe von Funktionen und Services: Sämtliche Pressemeldungen werden dynamisch von einem Redaktionssystem verwaltet

und auf der Website präsentiert. Dabei wird sowohl eine Druck- als auch eine Text-Version der Presseinformation vollautomatisch generiert. Für jeden Kunden kann ein Fact-Sheet angelegt werden, wo - für Journalisten besonders praktisch - alle wichtigen Informationen über den Kunden auf einen Blick verfügbar sind. Die Absender-Informationen werden dabei automatisch durch das Redaktionssystem in jeden Presse-Artikel integriert, ohne dass diese Informationen jedes Mal von Babnik Communications neu eingegeben werden müssen.

Filterung und Suchfunktionen schaffen Überblick



Sowohl Pressemeldungen als auch -Downloads und Pressternine können vom Site-Besucher nach Kunden gefiltert und nach beliebigen Stichworten durchsucht werden. Alle vergangenen Artikel werden zudem vom System automatisch in ein nach Jahren geordnetes

Archiv gestellt, das auf einen Klick verfügbar ist und ebenfalls durchsucht werden kann. So werden die Presselisten des aktuellen Jahres übersichtlich gehalten und weniger aktuelle Informationen auf Unterseiten verschoben.

Automatische Ablaufkontrolle - so bleibt die Site stets aktuell

Babnik Communications kann für jeden Artikel optional sowohl ein Start- als auch ein Endedatum vorsehen; Das Redaktionssystem sorgt dann dafür, dass die Artikel nur in der gewünschten Zeitspanne dargestellt und danach automatisch offline gestellt werden. So ist sichergestellt, dass die Informationen auf der Website stets aktuell und relevant sind.

Presse-Downloads mit Miniatur-Ansichten



Wichtiger Bestandteil jedes professionelles Pressebereiches sind die Downloads: Bilder, Dokumente, Dateien. Der Downloads-Bereich auf babnik.at glänzt mit einigen durchdachten Features: So werden beispielsweise bei allen Bilder verkleinerte

Voransicht-Bilder angezeigt, die automatisch vom Redaktionssystem erzeugt werden. Ebenso werden automatisch die Abmessungen (Bildergröße) sowie die Dateigröße und das Dateiformat ermittelt und angezeigt. Auch die Downloads können gefiltert, sortiert und nach Stichworten durchsucht werden.

Komfortable Verwaltung leicht gemacht

ID	Titel	Datum	Status	Abm.	Info	Down.
1	Oracle Europe, Middle East & Africa Exceeds 350-4 Bill...	28.08.2005	✓	🔍	📄	📄
2	ING-Ciba Austria: 2,5% Sparzinsen bleiben unverändert	28.08.2005	✓	🔍	📄	📄
3	Frauenthal Holding AG: Unternehmensstruktur erfolgreich	27.08.2005	✓	🔍	📄	📄
4	Oracle Identity Management: Die integrierte Lösung in ...	24.08.2005	✓	🔍	📄	📄
5	ERT SAP: Oracle mit neuem Angebot für weltweite S...	23.08.2005	✓	🔍	📄	📄
6	Frauenthal Holding AG: Ertragsüberschuss einer Intern...	22.08.2005	✓	🔍	📄	📄
7	Oracle Advanced Procurement wurde als erste und einzig...	22.08.2005	✓	🔍	📄	📄
8	DKC Prolog Software offen für neue Produktkategorien	21.08.2005	✓	🔍	📄	📄
9	DKC Prolog Software schließt weitere strategische...	20.08.2005	✓	🔍	📄	📄
10	Teamsoft.at: Über 20.000 Teamsoft's gehen in die verka...	27.08.2005	✓	🔍	📄	📄
11	Oracle startet Business Based Services Initiative für F...	25.08.2005	✓	🔍	📄	📄
12	Oracle startet Registrierung für die Oracle OpenWorld ...	24.08.2005	✓	🔍	📄	📄
13	ING Ciba Austria erweitert mit Top-Sparzinsen	23.08.2005	✓	🔍	📄	📄
14	Oracle Fusion Middleware warnt Backlog für Unternehmen...	22.08.2005	✓	🔍	📄	📄

Der gesamte Pressebereich kann über ein umfassendes Redaktionssystem durch Babnik Communications selber gepflegt und gewartet werden. Es können beliebig viele Kunden angelegt und bearbeitet werden, dabei können für jeden Kunden neben dem Fact Sheet auch Pressemeldungen, Downloads

und Termine erfasst werden. Sämtliche Artikel können zeitgesteuert publiziert, bearbeitet oder auch wieder gelöscht werden. Über eine zentrale Medien-Datenbank können sämtliche Downloads komfortabel verwaltet werden. Mit anderen Worten: Das Redaktionssystem sorgt dafür, dass Babnik Communications sämtliche Inhalte mit minimalem Aufwand eingeben und aktuell halten kann.

Resultate

Die Erfolge des Relaunches übertrafen sämtliche Erwartungen: Bereits wenige Wochen nach der Online-Stellungen konnten die Besucherzahlen mehr als verdreifacht werden - und die durchschnittliche Verweildauer pro Besuch stieg um 160%.

Credits

Mag. Michael Kornfeld war für das Projekt gesamtverantwortlich und hat Strategie und Konzept entwickelt, das Projekt-Management durchgeführt und den Kunden beraten.

erkaart war für das Web-Design verantwortlich.

Programmierung des Redaktionssystems: Robert Kornfeld

--- *** ---

©2005 by str-act!

Diesen Artikel, andere Einsichten und eine Reihe von anderen interessanten Inhalten finden Sie auf www.str-act.com.

Sie können diesen Artikel gerne beliebig kopieren oder weiterleiten - unter der Voraussetzung, dass der gesamte Artikel und der Copyright-Hinweis nicht verändert werden. Details zu Benutzung und Weiterleitung finden Sie auf unserer Website.

Über str-act!

Wir entwickeln neue Strategien, Konzepte und Lösungen für interaktive Medien (insb. Internet), medien-übergreifendes Marketing und e-Business -- und lassen sie Wirklichkeit werden.

Wir unterscheiden uns einerseits durch unseren stark strategisch orientierten Ansatz; andererseits durch unseren Schwerpunkt auf interaktive Medien und die *Kombination* von "klassischen" und "neuen" Medien (z.B. TV oder Radio bzw. Internet oder CD-ROM):
„*When Strategies Become Reality.*“
Mehr über uns erfahren Sie auf www.str-act.com

Datum: 26.07.2005 / Michael Kornfeld / v1.0