



Das monatliche ihk-magazin stellt Unternehmen aus der Region vor und bietet Raum für interessante Wirtschaftsgeschichten. Dazu gehören auch Berichte über Firmenjubiläen. Unsere Spielregeln für Jubiläumsveröffentlichungen auf einen Blick:

- Jubiläen für Jubiläumsberichte sind für das ihk-magazin solche, die durch 25 teilbar sind.
- Voraussetzung für einen Text ist, dass Sie uns eine Pressemeldung zusenden. Der Umfang: 1000 Zeichen inkl. Leerzeichen.
- Senden Sie uns außerdem ein Foto zum Jubiläum inklusive einer Bildunterschrift.
- Inhaltlich gelten die Tipps aus diesem Flyer.
- Das ihk-magazin erscheint monatlich. Redaktionsschluss ist der 10. des Monats. In der Regel berichten wir im Monat des Jubiläums bzw. im Monat danach. Beachten Sie auch bei anderen Publikationen den Redaktionsschluss.

Investieren Sie zum Jubiläum in gute Fotos. Lassen Sie vorab Fotos der Geschäftsführung/von Mitarbeitern für die Vorberichte machen Die Motive können Sie immer auch für die Online-Medien nutzen.

Literaturhinweise

- Praxisleitfaden für zeitgemäße Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), DIHK-Publikationen-Service, 104 S., 16,50 Euro, www.dihk.de/publikationen
- Die professionelle Pressemitteilung. Ein Leitfaden für Unternehmen, Institutionen, Verbände und Vereine: Katrin Bischl, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 148 S., 22,90 Euro, ISBN 978-3531176239

IHK-Veröffentlichungen zum Thema

- Nutzen Sie unsere Flyer zum Thema Pressearbeit und insbesondere die IHK-Flyer „Die Pressemitteilung“ und „Das Firmenjubiläum“. Die Flyer sind kostenfrei abrufbar unter www.osnabrueck.ihk24.de/presse
- Ein öffentlichkeitswirksamer Anlass: www.ulm.ihk24.de (Dok.-Nr. 6649)
- Das Jubiläum ins Gespräch bringen: www.wiesbaden.ihk24.de (Dok.-Nr. 424)



Pressearbeit zum Firmenjubiläum

Tipps für die Pressemeldungen

IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
Neuer Graben 38
49074 Osnabrück

Beate Bößl

Tel.: 0541 353-145
Fax: 0541 353-99145
boessl@osnabrueck.ihk.de
www.osnabrueck.ihk24.de





„Achtung, Sie stehen im Mittelpunkt! Bitte machen Sie etwas daraus!“ - Bei Ihrem Firmenjubiläum sollten Sie die Pressearbeit besonders sorgfältig angehen.

Oft überlegen Unternehmen, welche Themen sie mit der Öffentlichkeit teilen möchten. Bei einem Jubiläum fällt die Antwort leicht: Es muss kein Internum bleiben, dass sich Ihre Firma über viele Jahre erfolgreich am Markt etabliert hat. Es geht um Positives und um Entwicklungen. Wenn Sie die Inhalte gut aufbereiten, können Sie über regionale Wirtschaftsgeschichte berichten – und andere damit begeistern.

Diese Punkte sollten Sie gleich am Anfang klären:

Fragen Sie bei den Redaktionen, ob und wann ein Jubiläumsbericht möglich ist. Im *ihk-magazin* etwa gibt es (wegen der Vielzahl der Mitgliedsunternehmen) die Regel, dass Jubiläen solche sind, die durch 25 teilbar sind. Viele Redaktionen handhaben es ähnlich.

Nutzen Sie den kostenfreien IHK-Presserverteiler und erstellen Sie sich eine Liste der Medien, die Sie für Ihr Jubiläum ansprechen möchten:
www.osnabrueck.ihk.de (Dok.-Nr. 3428)

So gründlich wie Sie den Veranstaltungsort und die Gästeliste planen, sollten Sie die Pressearbeit planen.

Klären Sie im Vorfeld:

- Wer aus Ihrem Haus ist zuständig und Ansprechpartner für die Pressearbeit zum Jubiläum?
- Ist ein Jubiläumsbericht in der Zeitung an eine Anzeigenschaltung gekoppelt?
- Schreibt ein Redakteur den Text? Oder liefern Sie den Text an die Redaktion zu?
- Kommt ein Presse-Fotograf? Oder müssen Sie selbst vorab und nachher Bilder zuliefern?

Vorberichte, Texte und Fotos aus Redaktionen dürfen Sie später schon aus rechtlichen Gründen nicht beliebig nutzen. Wir raten, in jedem Fall einen eigenen Presstext zu schreiben und selbst Fotos zu machen, die Sie den Medien kostenfrei anbieten können.

So wird Ihr Jubiläumsbericht interessant:

- Stellen Sie im Text Entwicklungen Ihres Betriebes dar (stellen sie diese in Zusammenhang mit Branchenentwicklungen).
- Nennen Sie Vergleichszahlen (z. B. „...begonnen mit drei Mitarbeitern, sind es heute 35...“ Oder: „Wichtigste Investition war...“ - „...die Firmenfläche hat sich seit 1999 von 200 qm auf 800 qm vergrößert“).

Das wird oft übersehen:

- Jubiläumsberichte werden als Werbefläche betrachtet, auf die es einen Anspruch gibt. Das ist falsch, denn die Redaktionen entscheiden über Text und Inhalt.
- Der Presstext bezieht sich nur auf aktuelle Angebote und aktuelle Fakten. Das Interessante am Jubiläum (und Grund für den Bericht!) sind die Entwicklungsschritte.

Eine Pressemeldung muss von Ihnen kommen! Es geht nicht, dass Sie Redaktionen die Chronik oder den Vorbericht aus einer anderen Zeitung mit dem Hinweis senden: „Da können Sie doch etwas draus machen, oder?“



Ideen für den Inhalt Ihrer Pressemeldung:

- Ein Jubiläumsbericht ist kein Protokoll („1950 begann der Betrieb, 1957 kam eine Werkstatt dazu, 1958 eine zweite, 1960 eine dritte...“) Setzen Sie etwas Markantes, Firmen prägendes, an den Beginn.
- Machen Sie die Leser neugierig. Schildern Sie Ihre Geschichte lebendig und spannend.
- Ein Presstext ist keine Chronik. Sie müssen nicht die Namen aller beteiligten Familienmitglieder nennen. Nennen Sie z. B. nur die Namen derer, die mit einem besonderen Ereignis, einer besonderen Entscheidung, verknüpft waren/sind.
- Nennen Sie alle Namen vollständig (Vor- und Nachname) und am besten zusätzlich die Funktion im Betrieb - also nicht: „Herr Müller“, „Frau Meier“.
- Wenn die Firmenentwicklung ruhig und ohne markante Veränderungen verlief: Überlegen Sie, was für Leser interessant sein könnte: Was sind Ihre Erfolgsfaktoren für die Kontinuität? Wie haben Sie sich Ihren Kundenkreis ausgebaut und erhalten?

Formale und inhaltliche Tipps für Ihre Pressemeldung enthält unser IHK-Flyer „Die Pressemitteilung“, der kostenfrei abrufbar ist unter: www.osnabrueck.ihk.de (Dok.-Nr. 9976)