



## Coca-Cola Media Newsroom

- <http://newsroom.coca-cola-gmbh.de>

Im Februar 2010 hat Coca-Cola Deutschland den bestehenden Pressebereich auf der Website durch den Coca-Cola Media Newsroom (MN) abgelöst, nach einer vorherigen Entwicklungs- und Testphase seit Oktober 2009. Der Newsroom ist die Erweiterung und Verbesserung des Presseangebots und geht auf die Bedürfnisse aller Medien-Interessierten ein. Dabei fungiert er als übergeordnete Informationsplattform, die auf Übersichtlichkeit und Multimedialität setzt. Der Coca-Cola MN ist somit die Schnittstelle zwischen statischen Inhalten, ergänzendem Multimedia-Content und zahlreichen Vernetzungen in Soziale Netzwerke sowie zu externen Quellen.

Trotz dieser Erweiterungen bedient der Media Newsroom in bewährter Weise die Informationsbedürfnisse von Journalisten. Multimediale Inhalte wie Vodcasts, Podcasts, YouTube Channels und twitter-Feeds sprechen zusätzlich zu klassischen Journalisten auch Online-Journalisten, die Web 2.0-Fachpresse, Blogger und Web 2.0 User an.

Darüber hinaus bietet der MN die Möglichkeit in unmittelbarem Kontakt und Dialog mit Coca-Cola Deutschland zu treten – über den klassischen Pressekontakt und die Präsenz in Sozialen Netzwerken wie twitter und facebook, um den Dialog im Rahmen von Kampagnen mit Gatekeepern, Multiplikatoren und Markenfans im Web 2.0 zu pflegen.

Der Coca-Cola MN hat ein geradliniges und übersichtliches Design. Die Startseite des Coca-Cola MN fungiert als Sammelbecken aller Informationen und stellt auf den ersten Blick kompakt und übersichtlich alle unterschiedlichen Funktionen und aktuelle Aktivitäten des MNs dar, wie die neuesten Pressemitteilungen. Neben dem Sammelbecken gibt es Unter-Newsrooms, die einzelnen Kampagnen und Themen Platz zur Vertiefung und Entfaltung ermöglichen. Außerdem bietet der Coca-Cola MN zahlreiche Möglichkeiten für Zusatz-Informationen und -Material wie lizenzfreie Bilder, Themendienste, Studien sowie multimedialen Content wie Videos und Podcasts mittels RSS-Feed, Download und durch Hosting auf gängigen Foto- und Videoplattformen.

Ebenso sind im Medienecho des MNs externe Quellen eingebunden, um das Informationsangebot umfassend abzubilden. Durch dieses einfache Baukastenprinzip steht der Media Newsroom als offene übersichtliche und tagesaktuelle Nachrichtenzentrale zur Verfügung.

Zusätzlich zu dem im MN eingestellten Content versendet Coca-Cola Deutschland Social Media Releases, in denen die Inhalte speziell auf die Bedürfnisse der Blogger und Multiplikatoren im Netz abgestimmt sind – sowohl multimedial als auch nach SEO Gesichtspunkten. Diese sind ebenfalls über den Bereich Pressemitteilungen zu finden und werden je nach Ansprechpartner ergänzend zu „klassischen“ Pressemitteilungen eingestellt und abonniert.