



KATHOLISCHE NACHRICHTEN-AGENTUR GMBH

KNA · Heinrich-Brüning-Straße 9 · 53113 Bonn

Bonn, 19.07.2016

## Relaunch von [kna.de](http://kna.de) mit neuem Logo und eigenem Slogan

Die Katholische Nachrichten-Agentur (KNA) gibt sich ein neues Erscheinungsbild. Neben dem aufgefrischten Firmenlogo wurde als neues Element der Slogan „...aus guter Quelle informiert“ entwickelt. Nachdem jüngst bereits die komplett überarbeitete Foto-Plattform [www.kna-bild.de](http://www.kna-bild.de) freigeschaltet worden ist, folgt nun mit [www.kna.de](http://www.kna.de) der aktualisierte Internetauftritt des Unternehmens insgesamt.

„Unsere Agentur hat in den zurückliegenden Jahren einen sehr tiefgreifenden Erneuerungsprozess durchlaufen, um sich auf die erheblichen Veränderungen der Medienwelt einzustellen. Das wollen wir auch in der Außendarstellung zeigen“, erklärt Geschäftsführer Theo Mönch-Tegeder. Das Firmenlogo solle die Dynamik symbolisieren, die sich aus der Spannung von hochqualitativem Nachrichtengeschäft und der modernen medialen Verbreitung ergebe. Der Claim „...aus guter Quelle informiert“ unterstreiche einerseits die Seriosität, die gerade in der digitalen Welt eine Nachrichtenagentur gegenüber anderen Quellen auszeichne. Andererseits verweise der Begriff der „Quelle“ auf den Charakter einer katholischen Fachagentur für Religion. Mönch-Tegeder: „Jeder soll wissen, dass wir in unseren Werten, in unserem Denken aus den Quellen des Evangeliums schöpfen.“

Die Internetpräsenz zeichnet sich durch ein modernes und klares Erscheinungsbild aus – ein Beispiel für das neue Corporate Design der KNA. Der inhaltliche Schwerpunkt von [www.kna.de](http://www.kna.de) liegt auf den Produkten und Dienstleistungen sowie der Agentur selbst. Eine benutzerfreundliche Struktur sorgt dafür, dass Besucher schnell an die gewünschten Informationen kommen.



KATHOLISCHE NACHRICHTEN-AGENTUR GMBH

Schon von der Startseite aus führen optisch ansprechende „Kacheln“ oder Karten den Nutzer direkt auf die entsprechenden Produkt- bzw. Redaktionsseiten. Der Newsticker auf der opulent bebilderten Startseite zeigt den aktuellen Nachrichtenausstoß der Agentur.

„KNA ist mit einem ausdifferenzierten Angebot am Markt“, erläutert Mönch-Tegeder die Zielsetzung der neuen Internetpräsenz. „Das müssen wir den Interessenten und Kunden erklären.“ Neben dem Basis- und den Landesdiensten gebe es zahlreiche Spezialitäten, zum Beispiel einen Informationsdienst über kirchliche Interna, einen Ökumenischen Dienst über das Miteinander der verschiedenen christlichen Konfessionen oder zum vielfältigen Ordensleben in Deutschland und weltweit. Die umfangreichen Terminkalender, Gedenktage Listen und aktuellen Planungstools würden von den Medienpartnern und Institutionen sehr geschätzt. Ebenso wichtig seien die technischen Aspekte der Auslieferung, zum Beispiel über Satellit oder in den verschiedenen digitalen Formaten. Die Seite solle Lust machen auf die inhaltlichen Angebote der KNA unter [www.kna-news.de](http://www.kna-news.de) oder [www.kna-bild.de](http://www.kna-bild.de).

Das responsive Webdesign sorgt für die optimale Darstellung auf allen Endgeräten. Verantwortet wurde der Relaunch von der Corporate-Publishing-Abteilung der KNA-Tochter dreipunktdrei mediengesellschaft mbH. Die technische Umsetzung lag bei der Agentur pietzpluswild GmbH aus Köln. Das neue Corporate Design der KNA wurde im vergangenen Jahr von der Hamburger Grafikagentur twotype design entwickelt.

Zur Webseite: [www.kna.de](http://www.kna.de)

Zur Pressemitteilung: [www.kna.de/presse.html](http://www.kna.de/presse.html)