

PR-Berichte

Ein ideales und kostengünstiges Mittel für mehr Präsenz



Roland M. Rupp, SKV Vizepräsident und Leiter der Geschäftsstelle

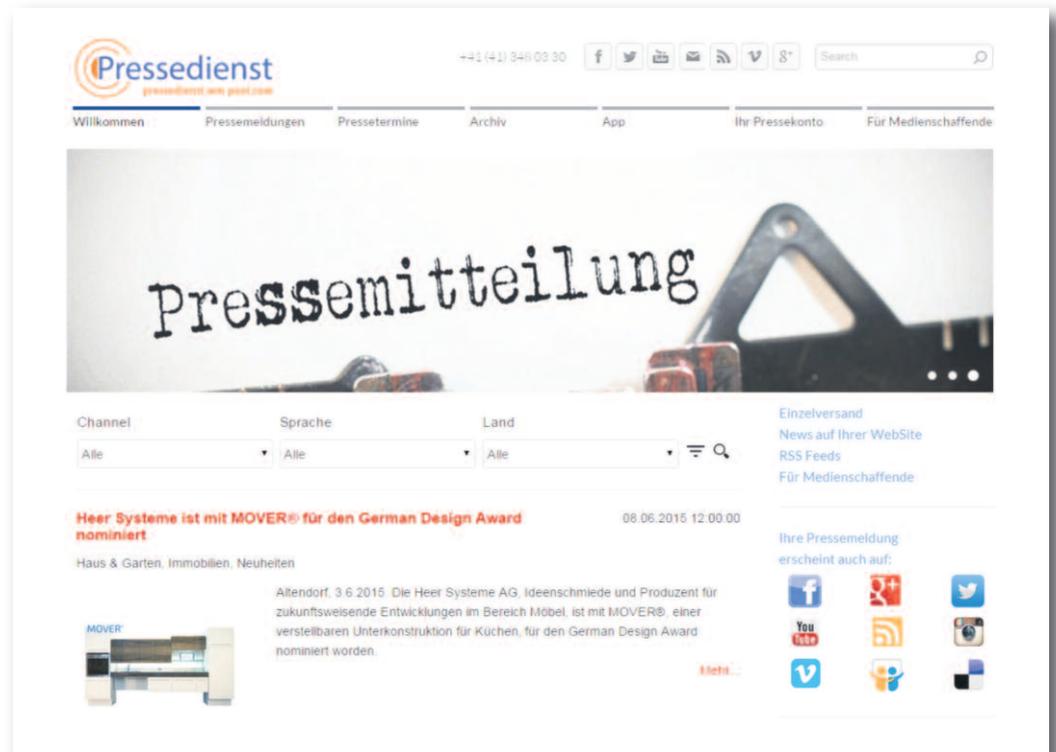
Vor allem in kleineren Unternehmen, welche nicht über eine eigene Marketingverantwortliche oder einen eigenen Marketingverantwortlichen verfügen, vergessen viele Unternehmerinnen und Unternehmer, dass es die Möglichkeit von Presstexten gibt, welche auch gerade wegen dem Internet zu mehr Präsenz denn je verhelfen. War man früher davon abhängig, dass eine Zeitung einen geschriebenen Presstext auch wirklich abdruckt, so ist dies heute bei vielen Presseportalen schon Standard, dass diese nach Erfassung und kurzer Prüfung zumindest auf den Pressediensteigenen Portalen und in den angeschlossenen Socialmediakanälen publiziert werden.

Wie unterscheidet sich PR von Werbung

Der Unterschied eines Presseberichtes zu Werbung ist schnell erklärt: Während Werbung auf eine spezielle Dienstleistung oder ein spezielles Produkt hinweist und dieses anpreist, wird ein Presstext aus der Sicht einer externen Drittperson geschrieben. Dies suggeriert dem Leser, dass der Bericht nicht von der Firma selber kommt, sondern von einem Journalisten oder einer anderen firmenfremden Person und wird dadurch automatisch höher gewertet, denn wenn eine «externe» Person etwas schreibt, so wird dies nicht als Werbung empfunden, sondern als Information oder gar Empfehlung.

Was beinhaltet eine Pressemitteilung

Eine Pressemitteilung zu schreiben ist eigentlich recht simpel und bedarf nicht allzu viel literarischer Begabung. Da Pressemitteilungen meist recht kurz gehalten werden (je nach Medium zwischen 3000 und 4000 Zeichen), sind es also nur gerade etwa 15 Sätze oder anders ausgedrückt etwa 1 A4 Seite, welche man zu schreiben hat und die Pressemitteilung ist



fertig. Natürlich ist es immer besser, wenn vielleicht noch ein erfahrener Journalist die Pressemitteilung im Anschluss durchsieht oder diese redigiert. Hat man danach noch ein passendes Bild zur Hand und kann allenfalls eine Verlinkung auf die eigene Webseite bereithalten, steht einer erfolgreichen Veröffentlichung nichts mehr im Wege.

Und wie erziele ich nun die grösstmögliche Präsenz und erreiche einen Grossteil meiner Zielgruppe?

Ist die Pressemitteilung erst einmal geschrieben

und bereit zur Veröffentlichung, ist der Grossteil der Arbeit bereits erledigt. Nun gilt es nur noch, die Meldung auf einem (oder mehreren) der bekannten Pressedienste zu erfassen und schon steht einer erfolgreichen Veröffentlichung nichts mehr im Wege. Je nach Presseportal kostet die Veröffentlichung eines Presseberichtes zwischen EUR/CHF 199.– (LifePR.de) und EUR/CHF 350.– (presstext.com).

Dass es aber auch günstiger, ja sogar **GRATIS** geht, zeigt die Plattform <http://pressedienst.wm-pool.com>.

Ihre Pressemitteilung würde auch gut passen zu:

Titel	Print	Online	Verlag	Details
<input type="checkbox"/> Bau & Architektur	Ja		Kömedia AG	Website
<input type="checkbox"/> Fassade	Ja		Kömedia AG	Website
<input type="checkbox"/> Interieur	Ja	Ja	Kömedia AG	Website
<input type="checkbox"/> Schweizer Energiefachbuch	Ja		Kömedia AG	Website
<input type="checkbox"/> Swiss Bauszene	Ja		Kömedia AG	Website

Markieren Sie einfach die gewünschten Titel und wir benachrichtigen die Verlage und Medienhäuser, damit diese direkt mit Ihnen Kontakt aufnehmen können.

Die Pressemitteilung kann direkt online erfasst werden ohne dass man vorher einen Account anlegen muss und noch während der Erfassung erhält man aufgrund der Kategorie (Sport, Wirtschaft, Haus & Garten etc.) dem Land und der Sprache Empfehlungen, wo sich eine Publikation der Meldung auch noch eignen würde. Dies ist absolut einzigartig!



Ist die Pressemeldung erfasst, kann danach angewählt werden, wo die Meldung überall zusätzlich zu den aktuell rund 150 Internetplattformen publiziert werden soll. Dabei stehen alle wichtigen und bekannten Socialmediakanäle wie Facebook, Twitter, Google+, Instagram und Slidershare zur Auswahl.

Darüber hinaus wird die Nachricht aber auch als RSS Feed aufbereitet, so dass auch externe WebSites die Meldung automatisch auf Ihren Portalen publizieren können und zusätzlich geht die Meldung auch an alle Verlage, Redaktionen, Medienhäuser und Journalisten, welche sich auf dem Pressedienst akkreditiert und dort ein Medienkonto haben. Ebenso werden alle Pressemeldungen automatisch archiviert und können zu jedem späteren Zeitpunkt abgerufen werden.

So wird eine sehr breite Basis geschaffen und ein erfasster Pressebericht schafft es garantiert auf 150 Plattformen, in alle wichtigen Socialmediakanäle und je nach Land, Sprache, Thema und Aktualität mit Sicherheit in zahlreiche andere Printmedien und auf die verschiedensten weiteren Onlineplattformen.

Zusammenfassung

Zusammenfassend kann man also sagen, dass die Verbreitung von Presseartikeln gerade für kleinere Firmen oftmals wesentlich mehr bringen, als die beste Webseite und die noch so ausgeklügelte Suchmaschinenoptimierung, denn mit der richtigen Meldung kann man eine sehr hohe Präsenz erzielen und hat nachweislich im Verhältnis höhere Responseraten und gezieltere Reaktionen. Und dies erst noch alles mit nur ein wenig Aufwand und ohne Geld ausgeben zu müssen.

Tipp:

Erstellen Sie doch jeden Monat eine Pressemeldung. Der Aufwand von rund 1 Stunde für das Schreiben und publizieren der Meldung macht im Verhältnis zu Ihrer Arbeitszeit (bei 40 Stunden pro Woche) gerade mal 0.6% aus und Sie erhalten dafür eine wirklich kostengünstige Möglichkeit um mehr Präsenz für Ihre Firma, Produkte und Dienstleistungen zu erhalten. Egal ob im Print- oder Onlinebereich, ob regional, national oder international. Mit einem selber verfassten Presstext sind Sie ganz nah bei Ihrer Zielgruppe.

Roland M. Rupp, roland.rupp@kmuverband.ch

Acht Regeln, damit Ihre Pressemeldung garantiert nicht abgedruckt wird:

1. Senden Sie das Manuskript handgeschrieben auf Papier. Journalisten lieben es, Manuskripte selber abzutippen
2. Senden Sie Ihre Pressemeldung einfach an die Infoadresse der gewünschten Zeitung. Die werden ja sicher schauen, für wen in der Redaktion der Artikel interessant sein kann.
3. Schreiben Sie ja nicht Ihre Kontaktdaten zum Artikel. Womöglich würde ja dann noch die Redaktion Rückfrage halten bezüglich Abdruck.
4. Halten Sie sich keinesfalls an den Redaktionsschluss und schon gar nicht etwas kurz vor Redaktionsschluss senden. Sonst wird es ja womöglich noch als Füller verwendet und abgedruckt. Die Zeitung soll ja froh sein, etwas von Ihnen zu bekommen und die soll den Artikel einfach bis zur nächsten Ausgabe bei sich behalten.
5. Senden Sie Ihren Artikel per Mail, dann einfach an alle Verlage und Zeitungen, welche Sie kennen und die Adressen für alle Verlage sichtbar im Feld «An:» platzieren, so dass jeder Empfänger gleich sieht, dass er nicht die exklusive Publizierung des Artikels hat.
6. Schreiben Sie möglichst lange Presseartikel ohne Zusammenfassung und Nennung der Anzahl Zeichen. Die Redaktionen lesen gerne Manuskripte von mehreren Seiten und kürzen diese dann gerne selber.
7. Greifen Sie in Ihrem Artikel direkt andere Leute und Umstände an oder schreiben Sie, wieviel besser Sie sind als Ihre Konkurrenz und nennen Sie diese beim Namen. Redaktionen lieben Konfrontation und lassen sich gerne für solche Dinge einspannen.
8. Schreiben Sie Ihren Artikel möglichst mit ausgefeiltem Layout, halten Sie sich nicht an mögliche Vorgaben der Redaktion und verwenden Sie allenfalls gar HTML Tags. Nur keinen einfachen Fliesstext mit nur einer Schriftart und Grösse und allenfalls noch fett und kursiv. Sonst könnte der Artikel ja womöglich unkompliziert übernommen und publiziert werden.

Wenn Sie all diese Dinge berücksichtigen, so können Sie fast sicher sein, Ihr Artikel wird nicht abgedruckt. Je mehr dieser Regeln Sie nicht beachten, umso wahrscheinlicher wird eine Publikation Ihrer Pressemeldung.

Medien

- Bitte nehmen Sie meine Pressemeldung in den News-Ticker (RSS) auf
- Bitte versenden Sie die Pressemeldung an interessierte Journalisten und Verlage
- Bitte publizieren Sie die Pressemeldung auf Facebook
- Bitte verbreiten Sie die Pressemeldung via Twitter Newsdienst
- Bitte verbreiten Sie die Pressemeldung via Slidershare
- Bitte verbreiten Sie die Pressemeldung via Delicious
- Bitte nehmen Sie meine Pressemeldung in das Pressearchiv auf