

Gernot Kima Werbeagentur
Webdesign | Print | Fotostudio

Online-Pressearbeit

Unternehmenskommunikation hat sich durch das Internet verändert – innovative Unternehmen setzen auf Presseportale und Soziale Medien.

Unternehmenskommunikation hat sich durch das Internet verändert – innovative Unternehmen setzen auf Presseportale und Soziale Medien. Gernot Kima, geschäftsführender Inhaber der Werbeagentur duktus aus dem schwäbischen Nürtingen bringt erfolgreiche Presseartikel für Online Presseportale auf den Punkt.

Der eigentliche Unterschied zu klassischer Pressearbeit liegt in der Natur des Sache: Die Auslese oder Wertung findet nicht mehr durch den Verleger statt, sondern wird durch den mündigen Leser selbst vollzogen. Der filtert via Suchmaschine aus der unendlichen Vielfalt der Onlineinformationen heraus, was er benötigt.

1. Warum Pressearbeit?

Natürlich soll eine Pressemitteilung neue Kunden gewinnen und Umsatz generieren. Im Vorfeld sollte aber genau überlegt werden, was überhaupt kommuniziert werden soll, und - was genau an der Mitteilung für die Allgemeinheit von Interesse sein könnte.

2. Themen für eine Pressemitteilung

Geeignete Inhalte sind:

- Fachinformationen, die bereits öffentliches Interesse genießen
- Veränderungen in der Branche oder dem eigenen Unternehmen,
- Veränderungen im eigenen Portfolio
- Veränderungen in der Unternehmensstrategie, -ausrichtung, oder -kommunikation
- Informationen zur Qualität von Erzeugnissen
- Informationen zu sozialen Aktivitäten
- Zusammenfassungen von Fachbeiträgen
- Tipps, Leitfäden, aktuelle Testergebnisse oder Studien

3. Inhalt, Inhalt und nochmal Inhalt

Bedingt durch Reizüberflutung bekommen Informationen aus dem Internet zunächst nur Aufmerksamkeit für den Bruchteil einer Sekunde. Erste Pflicht ist daher, sich knapp zu fassen, nicht ums Thema herum zu schreiben und sofort zur Sache zu kommen.

4. Der mündige Leser

Der Medienbürger des 21. Jahrhunderts ist mündig und emanzipiert ist. Er denkt mit und lässt sich weder durch großartige Versprechungen noch durch fremdwortgespickte Texte

duktus.

Gernot Kima
Werbeagentur
Webdesign Print
Fotostudio

Vendelastr. 37
D 72622 Nürtingen

fon 07022 – 92 92 55
fax 07022 – 93 92 56

info@kima-werbung.de
www.werbeagentur.info



Gernot Kima Werbeagentur
Webdesign | Print | Fotostudio

beeindrucken.

5. Ein strenges „no“ für werblichen Aussagen

Bei Pressearbeit geht nur und immer darum, neutral zu informieren. Das ist zumindest der Vordergrund. Dabei können die Informationen so gewählt werden, dass der Verfasser im Hintergrund bestens ins Licht gerückt wird.

6. Richtiger Schreibstil

Neben dem Informationswert besticht eine gute Pressemeldung vor allem durch Aktualität und den richtigen Schreibstil.

- Superlative wie „am Schnellsten“, „das Beste“, „das Billigste“ etc. sind nicht journalistisch.
- Großschreibung und Ausrufezeichen sollten vermieden werden.
- Wertende Adjektive wie „hervorragend“, „sensationell“, „ganz besonders“ etc. sind, – wenn überhaupt – nur sehr sparsam einzusetzen.
- Zahlen zwischen eins und zwölf werden nicht als Ziffern geschrieben.

7. Struktur

Wir sind es gewohnt diagonal zu lesen. Eine klare Struktur hilft dabei:

Eine Überschrift mit deutlicher Aussage

Einen Untertitel oder eine kurze Einführung

Der Meldungstext in 3 bis 5 Absätzen, 1.500 bis 3.000 Zeichen lang

Kontaktangaben und Ansprechpartner

Abschluss mit den wichtigsten Unternehmensangaben

8. Zeitform

Artikel in der historischen Form der Vergangenheit vermitteln von vorne herein keine spürbare Aktualität. Nur Gegenwart (Präsens) oder Zukunft vermitteln den Puls der Zeit.

9. Die Dritte Person

Pressemeldung berichten stets in der Dritten Person. Auch als Verfasser schreibt man nicht „wir eröffnen eine Werbeagentur in Kirchheim-Teck“ sondern „der Nürtinger Werbeprofi Max Mayer eröffnet eine Werbeagentur in Kirchheim-Teck“

10. Niveau

Einfach und Verständlich schreiben heißt, sich nicht über den Leser zu erheben.

Fachbegriffe und Abkürzungen sollten nicht vorausgesetzt, sondern erklärt werden.

Fremdwörter sollten übersetzt werden.

Lange zusammenhängende Wörter und verschachtelte Sätze verwirren.

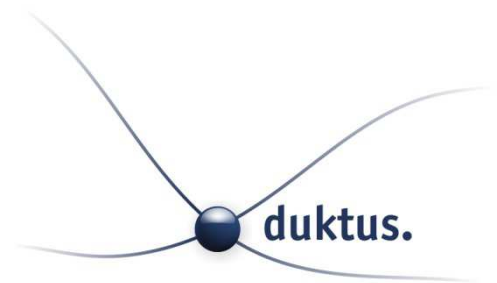
duktus.

Gernot Kima
Werbeagentur
Webdesign Print
Fotostudio

Vendelastr. 37
D 72622 Nürtingen

fon 07022 – 92 92 55
fax 07022 – 93 92 56

info@kima-werbung.de
www.werbeagentur.info



Gernot Kima Werbeagentur
Webdesign | Print | Fotostudio

11. Rechtschreibung und Grammatik

Für „saubere“ Pressearbeit ist es wichtig, die Regeln der Rechtschreibung und Grammatik zu beachten. Pressemitteilungen mit Fehlern vermitteln nicht nur einen unseriösen Eindruck, auch wird der Mangel vom Leser auf der Urheber projiziert.

12. Mehrwert für den Urheber

Die Verwendung von Suchbegriffen unterstützt das Auffinden des Urhebers im Internet. Das zeitgleiche Einbringen der Meldung auf der firmeneigenen Homepage verbessert die Position des des Angebots in den Suchmaschinen

13. Fachleute ran lassen

Journalismus ist nicht jedermann Sache.

Das Angebot einer professionellen PR-Agentur beinhaltet

- das generieren relevanter Themen
- Schreiben von Presseartikeln
- die simultane Veröffentlichung in einer Vielzahl von Online Presseportalen
- Veröffentlichungen im Social Web, Twitter, Facebook und Co.
- Monitoring und Erfolgsauswertung der Pressearbeit,
- Belege über entstehende Verlinkungen
- Integration in die Firmenhomepage
- Auswertung der erzielten Fortschritte in den organischen Ergebnisse der Suchmaschinen.

14. Publizieren

Um den manuellen Aufwand für die Mehrfacherfassung in den einzelnen Portalen gering zu halten, unterstützt die Agentur duktus aus Nürtingen bei Stuttgart Unternehmen und Agenturen bei der Distribution von Pressemitteilungen im Internet. Duktus verfügt neben den o.a. Angeboten über einen zentralen Zugang zu Presseportalen, Newsdiensten wie RSS-Verzeichnissen und Social Media wie Twitter, Facebook und anderen.

duktus.

Gernot Kima
Werbeagentur
Webdesign Print
Fotostudio

Vendelastr. 37
D 72622 Nürtingen

fon 07022 – 92 92 55
fax 07022 – 93 92 56

info@kima-werbung.de
www.werbeagentur.info