

CISION®



TIP SHEET

# 5 SCHRITTE, DAMIT IHRE PRESSEMEDLUNG AUS DER MASSE HERAUSSTICHT

# GUTE GRÜNDE FÜR DIE PRESSEMITTEILUNG

Mit der Zunahme von sozialen Medien, datengesteuertem Storytelling und dem 24/7-Nachrichtenzyklus hat sich die Pressemitteilung weiterentwickelt und ist gleichzeitig ein relevanter Teil der Marketingstrategie geblieben.

Die Art und Weise, wie Menschen auf der ganzen Welt kommunizieren, hat sich in den letzten zehn Jahren drastisch verändert. Soziale Medien, Blogging, Influencer und Fernsehen haben eine Welt des 24/7-Nachrichtenkonsums geschaffen. Es wäre also leicht, die Pressemitteilung als archaische Marketingstrategie abzuschreiben, aber das wäre ein Fehler.

Wie alles im Leben, so hat sich auch die Pressemitteilung in der Online-Welt des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit weiterentwickelt. Laut Cision's globalem **State of the Media Report 2019** glauben 65% der Journalisten, dass die Publikumsmetriken die Art und Weise, wie sie Geschichten bewerten, verändert haben. Die Journalisten suchen weiterhin bei den PR-Fachleuten nach zielgruppenspezifischen

Inhalten, und diese Beziehung ist nur noch wertvoller geworden. Neben den Journalisten haben auch die Verbraucher über Online-Verteiler direkten Zugang zu Pressemitteilungen. Der Schlüssel, um sowohl bei Journalisten als auch bei Verbrauchern aufzufallen, ist die Verteilung einer gut geschriebenen Pressemitteilung, die eindeutig über etwas Bedeutendes und Spezifisches berichtet.

Täglich jonglieren Journalisten mit der multimedialen Informationsflut.

Gut gemachte Pressemeldungen können diese Arbeit erleichtern.



# 5 GRÜNDE FÜR DIE PRESSEMELDUNG

Diese 5 Gründe zeigen, dass die Pressemitteilung sehr lebendig und vorteilhaft für jede Art von Marketingstrategie ist.

## 1.

## STELLEN SIE EINE BEZIEHUNG ZU DEN MEDIEN HER.

Journalisten haben weniger Ressourcen als je zuvor, und ihre Partnerschaft mit PR-Fachleuten ist eine wertvolle Ressource. Wenn sie nach Inhalten von Marken suchen, betrachten 71% der Journalisten Pressemitteilungen und Nachrichtenankündigungen als ihre Hauptquelle.

Eine gut geschriebene, relevante Pressemitteilung zeigt, dass Sie proaktiv sind und Ihre Recherche durchgeführt haben. Medienschaffende haben keine Zeit, Hunderte von irrelevanten Pitches und Pressemitteilungen zu durchforsten, die nichts mit ihrer Nische zu tun haben. Und, ja, ein Pitch und eine Pressemitteilung sind unterschiedlich.

Stellen Sie sich einen Pitch als einen Teaser vor, um das Interesse eines Journalisten zu wecken. Geben Sie gerade genug Informationen darüber, was mit Ihrer Marke geschieht, um ihre Aufmerksamkeit zu erregen. Pitches eignen sich gut für Produktaktualisierungen oder zur Vorstellung eines Mitarbeiters als Medienexperten, der für Zitate verwendet wird. Halten Sie sich kurz, vorzugsweise in einer Aufzählung, und senden Sie sie per E-Mail.

### EINE GUTE PRESSEMELDUNG SCHREIBEN – WIE GEHT DAS?



Die Pressemitteilung beginnt mit den relevantesten Informationen, weniger relevante Details runden diese ab.

### CHECK: RELEVANZ

- ✓ Ist die Information neu? Das kann auch ein neuer Blickwinkel auf ein Thema sein.
- ✓ Ist die Information gut aufbereitet? Statt »Technologiesprung bei Stabmixern« lieber »Der neue Stabmixer schafft jetzt auch Granit«.

Auf der anderen Seite ist eine Pressemitteilung eine sachliche Darstellung von etwas Neuem. Ihre Pressemitteilung muss die vollständige Geschichte enthalten, einschließlich des Wer, was, wo, wann und warum. Denken Sie immer daran, warum Ihre Nachricht wichtig ist, wenn Sie die Aufmerksamkeit der Journalisten auf sich ziehen wollen. Pressemitteilungen eignen sich gut für Personalankündigungen, Neueröffnungen und Produkteinführungen. Eine klare, prägnante Pressemitteilung zu schreiben, ist ein langer Weg und wird Ihnen helfen, eine vertrauensvolle Beziehung zu den Journalisten aufzubauen.

Denken Sie daran, dass die Medien zeitnahe, relevante Beiträge brauchen. Sie brauchen Informationen vor den Nachrichten – nicht nach oder während der Nachrichten – also stellen Sie sicher, dass die Informationen für eine schnelle Wende bereit stehen.

Im Laufe der Zeit werden sich Journalisten mit Ihnen in Verbindung setzen, um eine Idee für eine Geschichte oder ein Expertenzitat zu besprechen.



## 2.

## GESCHÄFTLICHE GLAUBWÜRDIGKEIT.

Medien und Verbraucher betrachten Pressemitteilungen als eine vertrauenswürdige Daten- und Informationsquelle. Der Edelman-Trust-Barometer-**Sonderbericht 2019: In Brands We Trust**, eine Studie aus acht Ländern, zeigt, dass die Mehrheit der Verbraucher aus verschiedenen demografischen Bereichen sagt, dass das Vertrauen in die Marke für den Kauf entscheidend ist.

Durch die konsequente Verteilung von korrekten Pressemitteilungen können Sie im Laufe der Zeit Glaubwürdigkeit bei Journalisten sowie bei bestehenden und potenziellen Kunden aufbauen. Besonders für Start-ups und wachsende Kleinunternehmen ist es nützlich, positive Aussagen über sich selbst zu machen.

Mit einem hauseigenen Autor kontrollieren Sie die Stimme, Botschaft und Wahrnehmung Ihrer Marke. Neben der Veröffentlichung wichtiger Unternehmensinformationen kann die Pressemitteilung auch dazu verwendet werden, eine interne Krise oder eine negative externe Presse zu entschärfen. Indem Sie glaubwürdige Fakten ohne Effekthascherei liefern, können Sie interne Konflikte klären und so Ihr Markenimage auch in der öffentlichen Wahrnehmung positiv stärken.

## 3.

## SEO-VERKEHR AUFBAUEN.

Eine gut geschriebene Pressemitteilung, die die besten SEO-Praktiken für Suchalgorithmen verwendet, ermöglicht es den Suchmaschinen, Ihre Pressemitteilung zu finden, abzugleichen, zu indizieren und zu bewerten. Bei 63.000 Suchanfragen pro Sekunde bietet eine hochrangige Pressemitteilung bei Google und anderen Suchmaschinen eine bessere Sichtbarkeit für aktuelle und zukünftige Kunden.

Pressemitteilungen, die auf PRNewswire.com veröffentlicht werden, werden in der doppelten Anzahl der Seitenaufrufe als der nächste Konkurrent angezeigt. Die Suchalgorithmen suchen nach gut geschriebenen Inhalten, die natürlich Schlüsselwörter und Links enthalten. Achten Sie also darauf, dass Sie sich auf die Verwendung natürlicher Sprache und die Bereitstellung qualitativ hochwertiger Links in Ihren Pressemitteilungen konzentrieren. Die richtige Verwendung von Schlüsselwörtern,



qualitativ hochwertigen Links und eine konsistente Verteilung ermöglichen es Ihnen, sich von der Konkurrenz in Ihrer Branche abzusetzen.

Google und andere Suchmaschinen suchen und bewerten Inhalte aus maßgeblichen Quellen. Veröffentlichen Sie also eine Vielzahl von Inhalten, einschließlich Pressemitteilungen, um die Kompetenz Ihrer Marke zu etablieren.

## 4.

## KUNDENBINDUNG.

Einst nur für Journalisten zugänglich, haben die Verbraucher jetzt durch Online-Nachrichtenverteiler und den Anstieg der sozialen Medien direkten Zugang zu Ihrer Pressemitteilung.

Die meisten Unternehmen nutzen dieselben bewährten sozialen Websites und Markenkanäle, um mit Kunden zu kommunizieren. Die Verteilung einer gut gestalteten Pressemitteilung bietet die Möglichkeit, bei der Suche einen hohen Rang einzunehmen, die Aufmerksamkeit aktueller und potenzieller Kunden zu erregen und führt zu direktem Engagement und zur Weitergabe auf sozialen Kanälen. Sie haben die Möglichkeit, ein unerschlossenes Publikum zu erreichen, das Sie vielleicht noch nie in Betracht gezogen haben.



Wenn Sie schon dabei sind, bewerben Sie Ihre Pressemitteilung direkt in Ihren sozialen Medienkanälen mit multimedialen Inhalten. Kunden und Medien teilen diese multimedialen Inhalte über soziale Plattformen häufiger, als nur einfache Texte.

Laut Hootsuite erhalten Tweets mit Video 10x mehr Engagement, was Vorlieben, Retweets und Kommentare einschließt. Stellen Sie also sicher, dass Sie multimediale Inhalte wie Fotos, Videos und Infografiken einbeziehen, die Ihrer Pressemitteilung einen Mehrwert verleihen und die Bindung zu Verbrauchern und Medien erhöhen.

5.

## ERSTELLEN SIE EIN CONTENT-PORTFOLIO.

Inhalt ist König, und Sie müssen kontinuierlich relevante, aktuelle Inhalte erstellen, mit denen Journalisten und Kunden in Kontakt bleiben. Je konsistenter Sie Inhalte einstellen, desto wahrscheinlicher ist es, dass Ihre Marke bei der Suche höher eingestuft wird.

Eine Pressemitteilung muss nicht allein stehen. Pressemitteilungen sind faktenbasiert und enthalten Daten, so dass jede Tatsache zu einem neuen Inhalt werden kann. Erweitern Sie ihren Lebenszyklus, indem Sie sie als

Blog-Beitrag, als Infografik, als sozialen Beitrag oder als eBook oder Whitepaper neu verwerten.

Die Umwandlung einer Pressemitteilung in einen Blog-Artikel beispielsweise erfordert viel weniger Zeit als die Recherche und das Schreiben eines völlig neuen Artikels. Sie stellen die gleichen Informationen zur Verfügung, aber indem Sie sie anders kommunizieren, machen Sie sie einem neuen Publikum zugänglicher.

# FAZIT

Während sich die Medienindustrie in den letzten zehn Jahren drastisch entwickelt hat, ist die Pressemitteilung nicht veraltet. Sie hat sich lediglich zusammen mit den Marketing- und Kommunikationsinstrumenten weiterentwickelt. Der Inhalt ist König, und die Relevanz ist entscheidend. Also geben Sie den Menschen, was sie wollen – maßgeschneiderte Pressemitteilungen, die auf den Endverbraucher zugeschnitten sind.

Weitere Hintergrundinformationen rund um das Thema Pressemeldung erhalten Sie in unserem Whitepaper »Ist die Pressemeldung noch zeitgemäß?«.



**MAUREEN  
BEARD**

Maureen Beard ist Senior Content Specialist bei Cision PR Newswire. Sie arbeitet mit PR-Fachleuten zusammen, um relevante und ansprechende multimediale Pressemitteilungen zu erstellen. Mit mehr als einem Jahrzehnt Erfahrung im Bereich Content-Marketing berät sie zu SEO und Best Practices beim Verfassen von Inhalten.

Immer auf der Suche nach Möglichkeiten, zu reisen und neue Kulturen und Reiseziele zu erkunden, hat Maureen Artikel für Thrive Global und World Nomads verfasst.

**Text** von Maureen Beard, Senior Content Specialist, Cision PR Newswire | Zum **Originaltext**  
**Übersetzung** von Juliane Herzog, Manager Field Marketing, Content und Events DACH, Cision Germany  
**Design** von Julia Baur, Grafikdesigner, Cision Germany

## COMMUNICATE LIKE NEVER BEFORE

MIT DER CISION COMMUNICATIONS CLOUD®

**CISION®**

+49 (0) 69 244 32 88-300 | Cision Germany GmbH | Westhafenplatz 1  
60327 Frankfurt am Main | Copyright © 2020 Cision. Alle Rechte vorbehalten.