

«Wie Sie offene Presseportale für Ihre Website-Promotion gewinnbringend einsetzen»



Inhaltsverzeichnis

«Offene Presseportale für Sie	3
«Einführung»	3
«Was sind offene Pressportale?»	3
«Vorteile der offenen Pressportale für Ihr Onlinemarketing»	3
«Nachteile der offenen Presseportale»	4
«Bei welchen Anlässen lässt sich eine Pressemitteilung versenden?»	5
«Teile der Pressemitteilung»	6
«Wie formuliert man eine PR?»	8
«1. Mit interessanten Inhalten Aufmerksamkeit erregen»	8
«2. Mit klaren Formulierungen punkten»	8
3. Aufbauprinzip „Das Wichtigste zuerst“	9
«4. Bilder und Zitate sprechen lassen»	9
«Weitere Tipps und Hinweise für die Praxis»	11
«Wie lässt sich der Versand automatisieren?»	13
«Vorstellung von einigen offenen Presseportalen»	14
«Impressum»	16

«Offene Presseportale für Sie

«Einführung»

Bei der klassischen Pressearbeit werden die Pressemitteilungen an die Redaktionen von Zeitungen und Zeitschriften gesendet. Als Alternative gibt es im deutschsprachigen Internet mehrere kostenlose offene Presseportale, die sich gut für die Website-Promotion eignen. Diese Portale finanzieren sich meistens über Werbung und über zusätzliche kostenpflichtige Dienstleistungen. Aber jetzt sehen wir uns nun mal an, wie Sie davon profitieren können.

«Was sind offene Pressportale?»

In offenen Presseportalen können Sie Ihre Pressemitteilungen (PR) kostenlos veröffentlichen. Sie müssen sich bei der Formulierung der Texte lediglich an den Pressecodex halten.

«Vorteile der offenen Pressportale für Ihr Onlinemarketing»

Kostengünstig

Da die offenen Presseportale kostenlos sind, investieren Sie „lediglich“ Ihre Zeit.

Backlink inbegriffen

Bei den meisten Presseportalen erhalten Sie einen oder mehrere Links zu Ihrer Website.

Google Ranking

Presseportale werden bei den grossen Suchmaschinen meistens gut gelistet. Auf diesem „kleinen Umweg“ erhalten Sie dann weitere Besucher auf Ihre Website.

Weitere Verwendung der Beiträge

Nachrichtenportale wie z. B. Google News übernehmen oftmals Informationen aus den offenen Presseportalen und führen zu noch mehr Traffic auf Ihrem Server.

<https://www.google.ch/news>

Archiv

Ältere Beiträge gehen ins Archiv und können langfristig Besucher auf die eigene Website bringen.

Zusatznutzen

Interessante Meldungen werden oftmals von anderen Websites aufgegriffen und verlinkt.

RSS-Feeds

Die RSS-Feeds der Pressportale werden in fremde Websites eingespielen und bringen weitere Besucher.

Verwertung über weitere Kanäle

Interessante Meldungen führen gelegentlich zu Beiträgen in Blogs. Andere Leser weisen via Twitter auf die Meldung oder nutzen andere Social Media Tools für die Verbreitung der PR.

«Nachteile der offenen Presseportale»

Das Texten von Pressemitteilungen sowie das Eintragen bei den Pressportalen kostet einiges an Zeit und Mühe.

«Bei welchen Anlässen lässt sich eine Pressemitteilung versenden?»

Produkte und Dienstleistungen

Vorstellung gänzlich neuer Produkte und Dienstleistungen. Anmelden von neuen Patenten und Aufbau neuer Produktionsverfahren. Komplette neue Anwendungsbeispiele für bestehende Produkte.

Personelle Veränderungen / Jobs

Z. B. der Einstellung eines neuen Geschäftsführers. Sie schaffen neue Arbeitsplätze. Mitarbeiter haben besondere Ausbildungen erfolgreich abgeschlossen.

Adressenänderungen

Namensänderungen, Umzug, neue Telefonnummern.

Runde Zahlen

Jubiläen aller Art.

Bauen / Umwelt

Umbau, wesentliche Betriebsvergrößerung. Bei Verwirklichung von grösseren Umweltschutzmassnahmen. Sie haben besondere Bewilligungen erhalten.

Erfolg

Gewinnung eines neuen prominenten Kunden, grosser Auftrag erhalten, eingehen einer Kooperation.

Sponsoring

Bekanntmachung von Sponsoringmassnahmen, z. B. die Ausstattung eines Sportvereins mit neuer Garderobe.

Spenden

Spenden an gemeinnützige Organisationen. (Tue Gutes und rede darüber) Soziale Aktivitäten aller Art.

Die Öffentlichkeit suchen

Durchführung von Messen, Ausstellungen, Tag der offenen Türe, Einladung zu einer Pressekonferenz.

Weiterbildung

Durchführung von Schulungs- und Seminarveranstaltungen.

Generalversammlung

Hauptversammlung, Bilanz / Geschäftsergebnis.

Internet

Neue Anwendung im Internet (sollte schon etwas Spezielles sein), neues Portal.

Stellung beziehen

Stellungnahmen zu aktuellen Entwicklungen, neuen Gesetzen, Berichte über Trends.

Diverses

Sie haben etwas zu verschenken. Es wird vor der Verwendung von XXX gewarnt.

«Teile der Pressemitteilung»

Bevor Sie zu den Presseportalen gelangen, sollten Sie alle Texte bereits zur Verfügung haben. Sie können diese dann mit Kopieren und Einfügen in das Portal einsetzen. Halten Sie also folgendes Material bereit:

Titel

Der wichtigste Teil der Pressemeldung ist der Titel. Ist der Titel langweilig, wird die Pressemitteilung nicht gelesen. Die Länge ist meistens eingeschränkt, halten Sie mehrere Titel in unterschiedlicher Länge bereit.

Untertitel

Einige der Portale benötigen einen Untertitel für die Pressemeldung. Halten Sie auch dafür Texte vom maximal 100 Zeichen bereit.

Teaser / Vorspann

Ein Teaser ist in der Regel ein bis drei Sätze lang und fasst den gesamten Inhalt kurz zusammen. Erwähnen Sie soweit möglich bereits im Teaser, wie der Leser vom folgenden Beitrag profitieren kann.

Pressemitteilung

Anschliessend folgt die eigentliche Pressemitteilung. Diese sollte mindestens 250 Wörter lang sein. Zu kurze Beiträge werden in diversen offenen Presseportalen nicht veröffentlicht!

Bild/Foto

Sofern möglich, stellen Sie ein attraktives Foto im Format .jpg als Blickfang zur Verfügung. (Einige Portale akzeptieren keine Bilder im .png oder .gif-Format) Die Anforderungen für ein Bild sind bei jedem Portal verschieden. Halten Sie am besten das Bild in verschiedenen Grössen zur Verfügung und sehen Sie zu, dass Sie ein Bildbearbeitungsprogramm zur Hand haben. Damit können Sie kurzfristig allfällige Sondergrössen von Ihrem Foto erstellen.

Logo

Bei einigen offenen Presseportal lässt sich beim Firmenportrait zusätzlich ein Logo hochladen. Halten Sie deshalb Ihr Firmenlogo in kleineren Grössen bereit.

Rechte

Kontrollieren Sie, dass die von Ihnen eingestellten Texte, Bilder und Listen frei von Urheberrechten sind.

Adresse der Firma

Für Anfragen braucht es die komplette Adresse über die beschriebene Firma inkl. aller Kontaktdaten. Zusätzlich Name, Telefonnummer und E-Mailadresse des zuständigen Mitarbeiters.

Adresse der Presseagentur

Oftmals werden die Pressemeldungen von einer Agentur erstellt und in das System eingelesen. In diesem Fall muss auch die Adresse der Agentur erfasst werden.

Firmenportrait resp. Boilerplatte

Einige Portale verlangen noch eine ausführliche Vorstellung und Beschreibung des Unternehmens oder der Institution. (Hierzu eignet sich ein Text im Rahmen von drei bis vier Sätzen.) Wikipedia zu Boilerplatte: „Boilerplate oder Backgrounder ist ein Begriff aus der PR- und Medienarbeit. Es handelt sich dabei um eine Textpassage am Ende einer Medienmitteilung. Sie enthält die wichtigsten allgemeinen Angaben zur Organisation, welche hinter der Medienmitteilung steht (z. B. Anzahl der Mitarbeiter des Unternehmens, Umsatz, Standorte, Branchenschwerpunkte, Gründung). Die Boilerplatte ist somit ein über einen längeren Zeitraum gleichbleibender Textblock ohne direkten Bezug zum aktuellen Anlass, welcher inhaltlich im Zentrum der Medienmitteilung steht. Die Boilerplatte bietet Journalisten die Möglichkeit, auf einen Blick das Tätigkeitsprofil einer Organisation bzw. eines Unternehmens zu erfassen.“

«Wie formuliert man eine PR?»

«1. Mit interessanten Inhalten Aufmerksamkeit erregen»

Die Informationsflut in den Medien ist hoch. Leser überfliegen meist nur die Überschriften und vertiefen sich nur in Artikel, die ihr Interesse wecken. Dabei entscheiden bestimmte Nachrichtenkriterien, ob eine Pressemeldung die Aufmerksamkeit des Publikums erregt. Wenn das Thema aktuell und der Informationsgehalt der Mitteilung hoch ist, stehen die Chancen für ein gewecktes Leserinteresse nicht schlecht.

Hinzu kommen weitere inhaltliche Faktoren, die den Wert einer Nachricht bestimmen. Dazu zählen Aktualität, Betroffenheit, Folgeschwere, Konflikträchtigkeit, Dramatik, Prominenz oder Kuriosität einer Nachricht. Idealerweise wird zudem die aktuelle und brisante Nachricht mit einem griffigen und aussagekräftigen Titel ggf. auch Untertitel gekrönt. Je mehr dieser Kriterien in der Pressemeldung enthalten sind, desto eher wird sie beachtet.

«2. Mit klaren Formulierungen punkten»

Zunächst einmal sollten Pressemeldungen sachliche Informationen enthalten. Rein werbliche Mitteilungen sind dagegen wenig erfolgsversprechend. Darüber hinaus ist es wichtig, dass der Sprachstil einigen Richtlinien folgt.

Für die Textgestaltung ist die Zeitform Präsens, also Gegenwart ideal. Ebenso sollte die Nachricht in der 3. Person verfasst werden.

Eine entscheidende Rolle spielen auch verständliche Formulierungen. Ein Leser wird einen Satz nicht zweimal lesen, wenn er eine Textpassage aufgrund von verschachtelten Satzkonstruktionen, komplizierten Fachbegriffen oder blumigen Ausdrücken nicht versteht. Er wird vielmehr eine Nachricht vorziehen, die eine klare Ausdrucksweise hat und in den Fachausdrücken und Abkürzungen erklärt werden. Füllwörter wie „eigentlich“, „irgendwann“, „möglicherweise“, „wahrscheinlich“, oder „sicherlich“ sind nicht optimal. Es kommt also darauf an, einen Text zu verfassen den die Zielgruppe versteht.

3. Aufbauprinzip „Das Wichtigste zuerst“

Eine optimale Pressemeldung besteht aus:

- Ort und Datum
- einem aussagefähigen Titel und ggf. einem Untertitel
- einem Einführungstext (Teaser oder Lead) mit den wichtigsten Inhalten in 2-3 Sätzen
- dem eigentlichen Presstext (Body) in 3-5 Absätzen
- einem Abbinder (Boilerplate) mit den wichtigsten Unternehmensinformationen und
- den Kontaktinformationen mit Angabe eines Ansprechpartners.

Der ideale Aufbau einer Pressemeldung folgt dem Prinzip einer umgekehrten Pyramide.

Aufgrund des grossen Informationsangebotes in den Medien, ist die Aufmerksamkeitsspanne eines Lesers nicht sehr gross. Deshalb sollte der erste Absatz die wichtigsten Fakten enthalten und die W-Fragen beantworten: Wer – Was – Wann – Wo – Wie - Warum. Die folgenden Informationen werden dann in absteigender Wichtigkeit angeordnet. Grundsätzlich beginnt die Nachricht also mit der Hauptaussage, dann folgen Hintergrundinformationen und Einzelheiten.

Für eine Veröffentlichung der Pressemeldung auf Presseportalen sorgen Schlagwörter (Keywords) im Header und Teaser für eine bessere Auffindbarkeit der Pressemitteilung in den Suchmaschinen.

«4. Bilder und Zitate sprechen lassen»

Bilder sind eine schöne Möglichkeit, um eine Nachricht visuell abzurunden. Wichtig dabei sind eine gute Bildqualität und aussagekräftige Bildunterschriften. Zitate sind ebenso ein wichtiger Bestandteil einer Pressemitteilung. Sie sind Ausdruck von persönlichen Meinungen und hauchen so einer Nachricht Leben ein. Sie sollten ausdrucksstark sein und Neuigkeitswert besitzen. Leere Floskeln des Geschäftsführers, die den Inhalt der Pressemeldung nur noch einmal wiedergeben, sind dagegen weniger interessant.

Ist die Pressemeldung erstellt, wird sie über den klassischen Presseverteiler an die Redaktionen verschickt. Um jedoch weitere Zielgruppen zu erreichen, bieten Verteilerdienste, aber auch viele kostenlose Presseportale im Internet eine ideale Ergänzung. Es lohnt sich also, die Pressemeldung auf möglichst vielen Portalen zu veröffentlichen. Die Reichweite der klassischen Pressearbeit lässt sich so um ein Vielfaches steigern.

Copyright <http://www.pr-gateway.de>

«Weitere Tipps und Hinweise für die Praxis»

Registrierung erforderlich

Bei den meisten Portalen ist eine kostenlose Registrierung erforderlich. Die Registrierung mit den Adressenparametern hilft auch, dass man nicht bei jeder Pressemitteilung die Basisdaten immer wieder erfassen muss.

Prüfung der Inhalte

Bei einigen wenigen offenen Pressportalen sind die PR sofort nach dem Eintrag online. Die meisten Pressportale prüfen, ob der Pressecodex und ggf. weitere, eigene Parameter eingehalten werden. Je besser Sie sich an die Tipps in diesem PDF-Report halten, desto weniger riskieren Sie eine Ablehnung Ihrer PR.

Auf Portalen umsehen

Sind solche Pressemitteilungen für Sie neu, so schauen Sie sich zuerst einige Zeit auf den erwähnten offenen Presseportalen um. Sie werden dann sehr schnell sehen, wie Sie für Ihre PR idealer vorgehen müssen.

Dritte Form

Verwenden Sie für Ihre Mitteilungen stets die dritte Form. Schreiben Sie also nicht „Wir stellen vor“, sondern „Die XYZ GmbH stellt vor“.

Werbliche Aussagen

Vermeiden Sie jede Form von werblichen Aussagen und verwenden Sie nur relevanten Inhalt, der für die Leser einen wirklichen Nutzen bietet.

Kontrolle

Fast alle Portale kontrollieren, ob die Inhalte ihren Regeln entsprechen. Wenn Sie sich an den Pressekodex und an diese Tipps hier halten, werden Sie keine Probleme haben. Den Pressecodex finden Sie hier:

<http://presserat.de/presserat/>

Doppelte Inhalte vermeiden

Sie sollten die gleichen Pressemitteilungen nicht eins zu eins in mehrere Portale stellen. Wenn Sie mehrere Portale bedienen wollen, so sollten Sie die Mitteilungen zumindest leicht abändern.

Da die Suchmaschine Google doppelten Inhalt nicht mag, wird eine PR nur einmal in den Suchindex aufgenommen und nur einmal in dem Google News aufgenommen. Arbeiten Sie mit verschiedenen Textbausteinen, so können Sie mit dem gleichen Text verschiedene Fassungen einer PR erstellen.

Relevante Keywords und Links

Verwenden Sie in den Mitteilungen Ihre relevanten Keywords. Überfluten Sie die Mitteilungen jedoch nicht mit sinnlosen Schlüsselwort-Phrasen. Verwenden Sie in den Mitteilungen nur eins bis zwei Links zu Ihrer Website. Verwenden Sie zu viele Links, so kann Ihre Mitteilung als Spam angesehen und gelöscht werden.

Einige Presseportale geben genau an, wie viele Links in einer Pressemitteilung vorhanden sein dürfen.

«Wie lässt sich der Versand automatisieren?»

Im deutschsprachigen Raum gibt es weit über 50 solcher Presseportale. Wenn Sie pro Beitrag rund 15 Minuten für das Onlinestellen rechnen, so müssen Sie viel Zeit investieren. Doch es geht auch anders: Erreichen Sie Ihre Zielgruppen direkt ohne Umwege im Internet. Veröffentlichen Sie Ihre Pressemitteilungen, Unternehmensnachrichten und News mit einem Klick auf kostenlosen Presseportalen, in Newsdiensten und auf Social Media Portalen Ihrer Wahl. Dafür steht Ihnen die Dienstleistung PR-Gateway zur Verfügung.

Für den Einmalversand verrechnet Ihnen PR-Gateway lediglich Euro 19.95. Wer mehrere PRs pro Monat versenden möchte, dem stehen verschiedene preiswerte Abos zur Verfügung. Details unter

<http://www.pr-gateway.de/>

«Vorstellung von einigen offenen Presseportalen»

Alle hier vorgestellten Portale ermöglichen es die PR mit einem Link zu versehen.

<https://www.fair-news.de>

Foto am besten 640 x 480 Pixel

<http://www.news-eintrag.de>

Titel mind. 50 Zeichen, Untertitel mind. 100 Zeichen, Teaser mind. 150 Zeichen

Beiträge erscheinen bei Google News

<https://www.firmenpresse.de>

Foto max. 200 x 200 Pixel und 50 KB gross

Beiträge erscheinen bei Google News

<https://www.go-with-us.de>

Fotos zu Hochladen max. 256 KB schwer

Erlaubte Grafikformate: jpg jpeg png gif

Fotos über 1000 x 800 Pixels werden automatisch skaliert

Der Beitrag ist sofort online

<http://www.newsmax.de>

Beiträge erscheinen bei Google News

<http://www.offenes-presseportal.de>

Beiträge erscheinen bei Google News

PR muss mindestens 250 Wörter lang sein

<https://www.openpr.de>

Die Meldungen können von Besuchern kommentiert werden.

Foto zum Hochladen: Dateiformat: jpg, gif /

Grösse: max. 300 KB

Abmessungen: max. 1000 x 1000 Pixel

Beiträge erscheinen bei Google News

Freischaltung des Beitrags wird per E-Mail bestätigt

<http://www.prcenter.de>

Beiträge erscheinen bei Google News

<http://www.pressemitteilung.ws>

Der Beitrag ist sofort online

<http://www.top-nachrichten-24.com>

Beste Foto-Qualität bei 200 * 150 Pixel

Schweiz

<https://www.presseportal-schweiz.ch>

Freischaltung des Beitrags wird per E-Mail bestätigt

<http://www.news4press.com>

Der Beitrag ist sofort online mit Abrufstatistik

Österreich

<http://www.live-pr.com>

Der Text muss über 150 Worte lang sein

Beiträge erscheinen bei Google News

Freischaltung des Beitrags wird per E-Mail bestätigt

<http://www.pressemeldungen.at>

Der Beitrag ist sofort online

«Impressum»

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

kundennutzen.ch

Walser Organisation

CH - 9424 Rheineck

Tel. ++41 / 71 / 890 01 90

info@kundennutzen.ch

<https://kundennutzen.ch>

Version 1.5

Kundennutzen ist der zentrale Erfolgsfaktor für Websites. In diesem praxisnahen Online-Marketing-Magazin erfahren Leser Tipps und Tricks für KMU rund um Online-marketing mit dem Schwerpunkt Website-Promotion. Interessierte Leser erhalten viele Checklisten, Fachartikel und Downloads zu den Themen EDV und Internet, Tipps und Tricks für E-Mailer, Informationen rund um den Webserver sowie für Websitebetreiber.

Diese Checkliste ist Freeware. Sie können die Datei unentgeltlich Ihren Freunden und Bekannten weitergeben und es als Bonus zu Ihren Produkten anbieten.

Voraussetzung für die Weitergabe ist, dass immer nur die unveränderte Originaldatei weitergegeben wird und der Inhalt in keiner Weise verändert wird. Die Weitergabe gegen Entgelt ist ausdrücklich untersagt. Reproduktion, auch auszugsweise, nur unter Verwendung der Quellenangabe <https://kundennutzen.ch>