

DIE RICHTIGE EIGENVERMARKTUNG



Veröffentlicht am 17. Juni 2010 von Thomas

Wie gelangt man als kleines Unternehmen in die Presse? Und worin liegen die Vorteile? Auf diese und viele weitere Fragen geben wir Ihnen in unserer Reihe „Die richtige Eigenvermarktung“ Antworten [...]

DIE RICHTIGE EIGENVERMARKTUNG: VORAUSSETZUNGEN UND VORTEILE

Viele Fachmedien haben eines gemeinsam. Die Berichte drehen sich vorwiegend um namhafte Unternehmen und beinhalten Beiträge von Mitarbeitern aus eben solchen Unternehmen. Fakt ist jedoch, dass auch kleine Unternehmen viel zu berichten haben. Seien es Auszeichnungen, gewonnene Wettbewerbe, Firmenjubiläen oder innovative Projekte.

Doch wie gelangt man als kleines Unternehmen in die Presse? Und worin liegen die Vorteile? Auf diese und viele weitere Fragen geben wir Ihnen in unserer Reihe „Die richtige Eigenvermarktung“ Antworten. Der erste Teil beschreibt die Voraussetzungen und zeigt die Vorteile zielgerichteter Pressearbeit auf. Weitere Themen dieser Reihe sind:

1. [Voraussetzungen und Vorteile der Öffentlichkeitsarbeit](#)
2. [Pressemitteilungen richtig verfassen](#)
3. [In wenigen Schritten zum Fachartikel](#)
4. [Die besten Presseportale](#)

Voraussetzungen und Vorteile der Öffentlichkeitsarbeit

Pressearbeit ist [Wikipedia](#) zu Folge ein Instrument der Öffentlichkeitsarbeit (auch: Public Relations oder kurz PR) und umfasst:

- Die Bereitstellung von Informationen für die Presse,
- Die Nutzung von elektronischen Medien für die gezielte Platzierung eigener Botschaften,
- Sowie die Herstellung und Verbreitung von Medienerzeugnissen.

Doch wie kann es sein, dass dieses so mächtige Instrument von kleinen und mittelständischen Unternehmen noch immer derart vernachlässigt wird? Gründe lassen sich viele anführen, wesentlich wichtiger ist jedoch einfache Lösungsansätze aufzuzeigen, damit auch weniger geübte ein Maximum an Wirkung für ihr Unternehmen erzielen können. Denn neben niedrigen Kosten trägt die Pressearbeit zu einer hohen Glaubwürdigkeit bei und hilft effizient neue Kunden zu gewinnen. Weitere Vorteile bestehen in der Imagebildung nach außen sowie der Beeinflussung von Suchmaschinenergebnissen. Soweit die Theorie, nun zur Umsetzung.

1) PRESSEMITTEILUNG

Die einfachste Form auf sich aufmerksam zu machen besteht darin, eine Pressemitteilung zu schreiben. Informieren Sie Journalisten über Auszeichnungen, Ereignisse, Produkte / Dienstleistungen oder aber Veranstaltungen. Zur Verbreitung eignen sich insbesondere Presseportale, die Pressemitteilungen über ihre Presseverteiler an die Medien weiterleiten. Es gibt eine Vielzahl von Presseportalen, darunter kostenpflichtige und kostenfreie:

Kostenfreie Portale: Die Chancen, dass Journalisten auf den kostenfreien Portalen auf Sie aufmerksam werden, sind ausgesprochen gering. Aber viele dieser Portale werden in den Suchmaschinen gut platziert und so haben Sie eine günstige Möglichkeit gefunden, Ihr Suchmaschinenergebnis zu verbessern.

Suchende finden so recht zeitnah im Suchmaschinenranking nicht nur Ihre Webseite, sondern auch die von Ihnen veröffentlichten Pressemitteilungen. Positive Nebeneffekte sind eine gestiegene Seriosität in den Augen der Suchenden, aber auch ein erhöhter Informationsfluss über Sie und Ihr Unternehmen. Im Idealfall können Sie Wettbewerber sogar im Ranking auf die hinteren Plätze verweisen.

Kostenpflichtige PR-Portale haben neben den Vorteilen der kostenfreien Portale den Charme von Journalisten wahrgenommen zu werden. Diese greifen Ihre Mitteilung ggf. auf und berichten in Zeitschriften oder anderen Medien darüber, woraus sich ein wichtiger Werbeeffekt erzielen lässt. Eine wesentliche Voraussetzung wahrgenommen zu werden ist dann erfüllt, wenn Sie ein innovatives Produkt oder Dienstleistung am Markt anbieten.

Stellen Sie den Nutzen klar heraus, schließlich wollen Sie Ihre Pressemitteilung "verkaufen". Gehen Sie entsprechend an das Thema heran, andernfalls wird man Sie ignorieren (-> Was machen Sie, wieso ist es die Idee wert, dass sich jemand dafür interessieren könnte und stellen Sie klar, was daran neu ist).

2) FACHBEITRÄGE

Interessante Fachbeiträge zeichnen sich durch eine hohe Glaubwürdigkeit aus, und sie untermauern die Kompetenz Ihres Spezialgebiets. Zwar ist der Aufwand eines Beitrags recht zeitintensiv, doch das Erscheinen in der Fachzeitschrift lohnt sich, da Sie Tausende von interessierten Lesern und potenziellen Kunden erreichen. In Kombination mit einer anschließenden Pressemitteilung erzielen

Sie eine größtmögliche Pressewirkung für Ihr Unternehmen.