



JETZT-PR.de: Inhalte einer optimalen Pressemitteilung

Wie werden Presstexte für Journalisten unwiderstehlich und berichtenswert?

Unabhängig von Pressethema und Unternehmensgröße - für eine Berichterstattung müssen Presstexte heute professionell formuliert sein und unter anderem auf folgende Fragen überzeugend antworten: Warum ist diese Nachricht wichtig? Bietet der Inhalt für Leser einen nachweislichen Mehrwert? Wird die Kompetenz glaubhaft belegt? Sind die Zusammenhänge allgemein verständlich sowie Sprache und Stil mediengerecht? Der Grund: Journalisten korrigieren enthaltene Unprofessionalität nicht, sondern klicken dann lieber gleich auf 'Löschen' - die Chance auf eine mögliche Berichterstattung wäre damit vertan. Wie muss also die perfekte Pressemitteilung aussehen? JETZT-PR.de - www.jetzt-pr.de - nennt die Fakten, die einen optionalen Presstext ausmachen.

Beantwortet der Presstext die Frage: Warum sollte das mich interessieren?

Presseverantwortliche sollten vor Erstellung und Verbreitung der Pressemitteilung folgende Frage ehrlich beantworten: Ist die Nachricht tatsächlich so relevant, dass Medien, Geschäftspartner und Kunden darüber dringend informiert werden müssen? Wenn die Information dieses Kriterium erfüllt, ist der richtige Weg eingeschlagen. Anderenfalls sollte die Pressemitteilung auf Eis gelegt oder überlegt werden, was die Nachricht insgesamt attraktiver machen könnte.

Sind die Inhalte des Presstextes für Dritte überraschend neu?

Eine Menge des von Unternehmen veröffentlichten Contents ist bei objektiver Betrachtung in seinen Inhalten vorhersehbar, wenn nicht sogar äußerst langweilig. Der Grund: Viele Unternehmen sind der Meinung, dass ein kontinuierlicher News-Stream dazu führt, automatisch im Gespräch zu bleiben. Das Ergebnis ist das Gegenteil. Aufgrund der Frequenz der aus Journalistensicht unwichtigen Nachrichten haben diese längst das Interesse am jeweiligen Unternehmen verloren. Kommt es zur Veröffentlichung einer tatsächlich wichtigen Pressemitteilung, wird diese oft ebenfalls ignoriert, weil auch Journalisten ihrem Vorurteil folgen. Wenn die Nachricht - und demnach nicht nur ein einzelnes Detail einer bereits bekannten Information - für Dritte also keinen überraschenden Mehrwert bietet, ist es eine jener Nachrichten, die man unter Umständen aussetzen und stattdessen über die Social Media-Kanäle (z.B. Blog, Twitter, Facebook etc.) veröffentlichen sollte.

Hat das Thema eine universelle Anziehungskraft?

Nachrichten müssen Leser, Kunden, Nutzer oder Fans bewegen. Das Ausmaß dabei ist wichtig aber nicht wesentlich. Es gibt große Geschichten in kleinen Nachrichten und kleine Geschichten in großen Nachrichten.

Sind die Inhalte von generellem Interesse?

Es ist selbstverständlich, dass alle Nachrichten, die Unternehmen kreieren, verfassen und veröffentlichen, mit den Geschäftszielen verknüpft sind. Unternehmen sollten dabei jedoch nicht vergessen, ernsthaft zu analysieren, ob das, was sie selbst aktuell für wichtig erachten, auch für ihre Kunden und die Medien von generellem Interesse ist.

Sind die Inhalte systematisch analysiert?

Um die Attraktivität und Wichtigkeit von Unternehmensnachrichten in ihren Bestandteilen und ihrer Popularität zu bewerten, empfiehlt es sich, ein auf das Unternehmen und Kunden zugeschnittenes Bewertungssystem zu erstellen. In dieses fließen zum Beispiel die Daten der Auswertung der Berichterstattung und des Kunden-Suchverhaltens auf der Webseite ein. Dabei kann festgestellt werden, dass einzelne Aspekte unerwartet besonders interessant waren. Diese können dann, speziell aufbereitet, für eine umfassendere Information nochmals an die Zielgruppen verbreitet werden. Ebenso kann sich herausstellen, dass Kunden nach Details suchen, die so unter Umständen noch nicht verfügbar sind - wie z.B. ergänzende Produkte, Zubehör, Services, Apps, Tools oder in Werbung gezeigte Gegenstände, die vom Kunden mit dem Unternehmen in Zusammenhang gebracht werden.

Service und weitere Informationen unter www.jetzt-pr.de

Über JETZT-PR.de:

JETZT-PR.de ist der bundesweite Pressedienst für hohe Pressequalität. Zum Service zählen die zielgenaue Verbreitung von Pressemitteilungen in Deutschland, Österreich, Schweiz und weltweit, die Erstellung von professionellen, presserelevanten Presstexten sowie die stringent praxisbezogene PR-Beratung, Presse-Betreuung und Messe-PR. JETZT-PR.de sorgt mit seinen Diensten damit gezielt, konsequent und nachhaltig für die qualitative Steigerung des Bekanntheitsgrades in der für Kunden relevanten, medialen Öffentlichkeit.

Pressekontakt

JETZT-PR.de

Herr Wilhelm Fuchs
Kanonierstr. 6
40476 Düsseldorf

jetzt-pr.de
pr@jetzt-pr.de

Firmenkontakt

JETZT-PR.de

Herr Wilhelm Fuchs
Kanonierstr. 6
40476 Düsseldorf

jetzt-pr.de
pr@jetzt-pr.de

JETZT-PR.de ist der bundesweiter Pressedienst für hohe Pressequalität. Zum Service zählen die zielgenaue Verbreitung von Pressemitteilungen in Deutschland, Österreich, Schweiz und weltweit, die Erstellung von professionellen, presserelevanten Presstexten sowie die stringent praxisbezogene PR-Beratung, Presse-Betreuung und Messe-PR. JETZT-PR.de sorgt mit seinen Diensten damit gezielt, konsequent und nachhaltig für die qualitative Steigerung des Bekanntheitsgrades in der für Kunden relevanten, medialen Öffentlichkeit.

Anlage: Bild

