

Neue Erkenntnisse zu Online PR - Pressearbeit im Wandel

Ottobrunn, 11.11.2016 – Die Pressearbeit befindet sich seit Jahren im Umbruch. Klassische Pressearbeit und Online PR konkurrieren immer stärker miteinander. Gerade für kleine Unternehmen lohnt es sich, den Online Bereich auszubauen und sich über veröffentlichte Pressemitteilungen und Fachartikel auf Presseportalen Aufmerksamkeit zu verschaffen. Marketing 2 hat die wichtigsten Erkenntnisse rund um den Wandel in der Pressearbeit in einem umfassenden Whitepaper zusammengefasst.

Verschiebung von Schwerpunkten

Durch die zahlreichen Möglichkeiten im Online Bereich hat sich insbesondere bei kleinen Unternehmen der Fokus der Pressearbeit auf Online PR verschoben, um die Vorteile von Online Pressemitteilungen für sich zu nutzen. Durch das breit gefächerte Themenspektrum der kostenlosen Presseportale ist es auch für Kleinunternehmer möglich, sich online Aufmerksamkeit zu verschaffen. Hier findet sich für jedes Thema eine passende Kategorie – unabhängig von Nachrichtenfaktoren und medialen Aufhängern.

Langfristige Sichtbarkeit

Eine klassische Pressemitteilung bleibt nur für den Zeitraum einer Printausgabe aktuell. Danach brauchen Redakteure neue Themen. In den Online Presseportalen bleiben die Presseinformationen dagegen immer abrufbar. Auch Jahre nach der Veröffentlichung lassen sich die Texte über die Suchmaschinen finden. Auf diese Weise vergrößert sich die Zielgruppe, da auch Verbraucher direkt auf die Pressemitteilungen stoßen und sie nicht nur exklusiv an ausgewählte Redaktionen geschickt wird.

Veränderte Anforderungen

Vor allem bei den textlichen Voraussetzungen unterscheiden sich klassische Pressemitteilungen und Online Pressemeldungen signifikant. Gerade im Online Bereich kommt es auf die richtigen Schlüsselwörter und suchmaschinenoptimierte Texte an. Denn über passende Keywords tauchen die Pressemitteilungen in den Suchergebnissen weiter vorn auf. Es ist also entscheidend, sich in die Sicht der Kunden zu versetzen und die Schlagworte für Pressemitteilungen und Fachartikel auf den Sprachgebrauch der Zielgruppe auszurichten.

Whitepaper *Pressearbeit im Wandel*

Marketing 2 hat sich ausführlich mit dem Wandel in der Pressearbeit befasst. Das erstellte Whitepaper beleuchtet die Bereiche von klassischer PR und Online Pressearbeit, stellt einen Vergleich von Google AdWords und Online Pressemitteilungen und zeigt eine Übersicht von Presseportalen und Verteilerservices. Über die Webseite von Marketing 2 ist das Whitepaper unter [Presseportale – Pressemitteilungen](#) abrufbar.

Die Agentur wurde 2006 gegründet und firmiert seit 2014 als Marketing 2. Seitdem sitzt die Agentur im Münchner Südosten an der Ottostraße in Ottobrunn. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Bereiche Marketing, Webdesign, SEO/SEM, Werbetechnik, Werbung und Druckprodukte. Die dazugehörige Textarbeit wird durch Marketing 2 ebenfalls abgedeckt.

Kontakt:
Marketing 2
Ottostraße 18
85521 Ottobrunn

Pressekontakt:
Marketing 2
Veronique Prause | PR- & Social Media Assistentin
pr@marketing-2.de
Tel.: +49 89 2009 2630