

## **Pressemitteilungen und Presseportale\***

Als Künstler Aufmerksamkeit zu generieren, ist nicht einfach. Allein in Deutschland gibt es mehr als 181.500 Künstler aus den Bereichen Wort, Musik, darstellende Kunst und bildende Kunst.<sup>1</sup> Doch wie schafft man es da, die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen?

Werbung ist teuer, und die klassische Pressearbeit scheitert häufig an der Gatekeeperfunktion der Journalisten. Das Internet ist die Lösung und bietet völlig neue Möglichkeiten, Inhalte selbst zu veröffentlichen und die Zielgruppe direkt zu erreichen.

### **Die Online-Pressemitteilung: So kommen die Inhalte zu den Menschen**

Wie Studien belegen, hat sich das Informationsverhalten von Konsumenten in den letzten Jahren signifikant geändert. So informieren sich bereits 64 Prozent der Befragten über das Internet und lediglich 37 Prozent über Zeitungen.<sup>2</sup>

Auch in puncto Vertrauen haben die neuen Medien die Nase vorn. Ebenfalls 37 Prozent vertrauen den Informationen des Internets mehr, nur 18 Prozent schwören auf die Zeitung.<sup>3</sup> Deshalb legen Kunden vermehrt Wert auf Glaubwürdigkeit und Relevanz.

Der Wandel von der unternehmenszentrierten klassischen Kommunikation, hin zum zielgruppenorientierten Content Marketing/PR ist die Folge.

---

1 Künstlersozialkasse, 2015

2 IFD-Allenbach

3 Edelman Trust Barometer 2015

Ein wichtiges und flexibles Kommunikationsinstrument zur Verbreitung von Inhalten ist die Online-Pressemitteilung. Über Presse-, Fach- und Themenportale werden so einfach und schnell aktuelle und nützliche Informationen auf direktem Weg in die Öffentlichkeit getragen. Die Inhalte lassen sich aber auch über viele weitere Medien aufbereiten und verbreiten, zum Beispiel über Social Networks, Dokumenten-Netzwerke, Bilderportale und viele weitere.

Im Gegensatz zur Medienberichterstattung bestimmen die Verfasser bei den Online-Pressemitteilungen den Inhalt selbst und können beliebige, relevante Informationen mit ihrer Zielgruppe kommunizieren. So wird die Pressemitteilung zur Kundenmitteilung mit ganz neuen Möglichkeiten für inhaltliche und formelle Gestaltung. Sie können Interviews, Fotos, Grafiken, Videos und Abbildungen einbinden, um die Mitteilung visuell attraktiv aufzubereiten. Auch Storytelling ist eine beliebte Methode. Fallbeispiele von Kundenprojekten und Geschichten aus dem Künstleralltag wecken Aufmerksamkeit und locken potenzielle Kunden. Berichten Sie über Ausstellungen und Vernissagen, um Ihre Kunden auf dem Laufenden zu halten. So könnte Ihre Pressemitteilung für die kommende Ausstellung aussehen: <http://kunst.pr-gateway.de/maskunst-setzt-kunstlerische-akzente-mit-bildern-von-bettina-zastrow/>

Der Mehrwert für die Zielgruppe entscheidet dann am Ende darüber, ob die Meldung gelesen wird, oder nicht.

Bei der Bewerbung und Berichterstattung hilft Ihnen die kostenlose Checkliste „So bewerben Sie Ihre

Veranstaltung erfolgreich in der Öffentlichkeit“  
(<http://www.pr-gateway.de/de/white-papers/checkliste-event-pr>)

Bevor eine Pressemitteilung gelesen werden kann, muss sie von der Zielgruppe aber zunächst gefunden werden. Deswegen haben sich im Laufe der Zeit gewisse Formalia bewährt, um Pressemitteilungen und Inhalte an den Kunden zu bringen. Das wichtigste: Machen Sie sich Gedanken um relevante Schlüsselbegriffe, die die Zielgruppe interessieren und sucht. Stichwort: Keywords. Verwenden Sie die Keywords in der Headline, Untertitel, im Haupttext und in der Bild- und Videobeschriftung (ca. zwei bis drei Mal pro 100 Wörter).

Starten Sie dann mit einer aussagekräftigen Headline, die nicht mehr als 63 Zeichen betragen sollte, um Aufmerksamkeit zu erzielen. Online-Mitteilungen bieten zusätzlich Platz für einen Untertitel, stellen Sie hier den inhaltlichen Bezug zum Text her.

Im Leadtext beantworten Sie in zwei bis drei Sätzen die fünf W-Fragen: Wer? Was? Wann? Wo? Warum? Der Haupttext besteht aus etwa drei bis fünf Absätzen mit Zwischenüberschriften. Nutzen Sie zusätzlich Bilder und Videos um Ihre Mitteilung visuell attraktiv zu gestalten.

Dieses Beispiel zeigt anschaulich, wie eine Pressemitteilung mit einem Bild und Video aufgewertet werden kann: <http://kunst.pr-gateway.de/passion-und-explosion-der-farben/>

Hat der Kunde nun die Pressemitteilung gelesen, möchte er sich weiter über Ihre Arbeiten informieren. „Links“ heißt das Zauberwort. Mit Hyperlinks schaffen Sie eine direkte Verbindung zwischen Text und Website

und können den Leser so gezielt auf weiterführende Informationen oder Angebote führen.

Binden Sie ein bis drei Links pro Mitteilung ein, und führen Sie so den Kunden auf Ihre Website. Platzieren Sie einen Link am Ende des Haupttextes und einen im Adressblock. Wahlweise können Sie weitere Links zum Abschluss des Leadtextes oder im Haupttext verwenden.

Nun sollte einer guten Auffindbarkeit im Internet nichts mehr im Wege stehen.

### **Regelmäßige Veröffentlichung. Die Strategie der Mehrfachverwertung**

Im Echtzeitweb zählt vor allem eine regelmäßige Kommunikation. Eine regelmäßige und weitreichende Kommunikation im Internet schafft viele Veröffentlichungen und damit eine größere Chance mehr Aufmerksamkeit zu generieren.

Durch eine intelligente Mehrfachverwertung der Inhalte lässt sich eine regelmäßige Veröffentlichung über viele Medien und Kanäle auch budget- und ressourcenschonend umsetzen.

Als Autor, Künstler oder Musiker verfügen Sie über ein großes Spektrum an Expertenwissen und Material. Dieses Wissen haben Sie auch schon aufbereitet, in Texten und Bildern. Nutzen Sie dieses Material und veröffentlichen es via Pressemitteilung und Social Media.

### **Weitreichende Distribution**

Das Web 2.0 hat unzählige neue Kommunikationskanäle geschaffen, über die Sie Ihre Texte und Medien selbst veröffentlichen können und

damit einer breiten Leserschaft im Internet zur Verfügung stellen. Es gibt eine Vielzahl von Presseportalen, Themen-, Fach- und Branchenportalen sowie regionalen Portalen, die Pressemitteilungen direkt im Internet veröffentlichen. Viele dieser Portale bieten ihre Dienste sogar kostenlos an.

Presseportale bieten viele Vorteile für die Selbstveröffentlichung im Web. Zum einen liefern sie mehr Reichweite für Ihre Pressemitteilungen. Sie sind eine wichtige Ergänzung zum klassischen Presseverteiler. Über kostenlose Presseportale lassen sich mehr Menschen erreichen und neue Zielgruppen erschließen. Aber auch Ihre bestehende Zielgruppe, sowie Medienkontakte können Sie mit der Keywordsuche in Suchmaschinen über Presseportale finden. Weil diese kontinuierlich mit aktuellen Inhalten beliefert werden, sind sie in der Regel gut in Suchmaschinen wie Google und Co. gelistet. Da viele kostenlose Presseportale Pressearchive haben, sind die veröffentlichten Pressemitteilungen dauerhaft gespeichert und von daher auch langfristig im Internet auffindbar. Eine regelmäßige Veröffentlichung von aktuellen Informationen über kostenlose Presseportale ist deswegen entscheidend, um mehr Reichweite und Sichtbarkeit in den Suchmaschinen zu erreichen.

Die Veröffentlichung von Pressemitteilungen generiert Traffic auf die eigene Website. Sie sorgt für eine Vielzahl an Kontaktpunkten oder Touchpoints, über die die Leser zu Ihrer Website finden. Über Links in den Pressemitteilungen können Sie den interessierten Leser direkt zu Ihrer Homepage leiten.

Es gibt inzwischen eine große Anzahl von kostenlosen Presseportalen, auf denen Pressemitteilungen frei

publiziert werden können. Die besten für Ihre Online-PR finden Sie z. B. im Presseportal Report 2015 unter <http://angebote.pr-gateway.de/presseportal-report/>. Aber nicht nur Presseportale, sondern auch die Social Media Dienste, wie Social Networks (z. B. Facebook, Twitter, Google+), Business-Netzwerke (z. B. Xing, LinkedIn), Bilder- und Videonetzwerke (z. B. Pinterest, Flickr, YouTube) und Dokumenten-Netzwerke (z. B. Slideshare, Scribd, Issuu) sind effektive Kanäle für die Content-Distribution.

Die große Anzahl an kostenlosen Portalen und Netzwerken bietet auch Künstlern und Selbstständigen mit begrenzten Marketing- und PR-Budgets die Möglichkeit, von einer günstigen Medienpräsenz zu profitieren. Je mehr Portale Sie für die Veröffentlichung Ihrer Inhalte nutzen, desto mehr potenzielle Anlaufstellen generieren Sie für Ihre Zielgruppe.

### **Effiziente Content Distribution**

Die große Anzahl der PR- und Social Media Portale bieten die Möglichkeit, Inhalte in verschiedenen Formaten sehr schnell und kostengünstig über die verschiedenen Kanäle zu verteilen.

Textbeiträge lassen sich besonders gut auf Presse- und Fachportalen, in Experten-Netzwerken und über Dokumenten-Netzwerke verteilen. So schaffen Sie viele mögliche Anlaufstellen für Ihre Zielgruppe.

Bilder, Infografiken und Videos stehen inzwischen bei Google auf den obersten Plätzen der Ergebnislisten. Die Veröffentlichung von Bild- und Videobeiträgen über die verschiedenen Foto- und Video-Netzwerke ist daher eine gute Möglichkeit, mehr Treffer in den Suchergebnissen zu erzielen.

Der Prozess der Distribution lässt sich durch intelligente Online-Dienste und Tools, wie PR-Gateway, Blog2Social und CM-Gateway, automatisieren.

Mit PR-Gateway können Sie unter [www.pr-gateway.de](http://www.pr-gateway.de) Ihre Online-Pressemitteilung an zahlreiche kostenlose Presseportale versenden. Blog2Social sorgt für eine einfache, individuelle und unkomplizierte Verbreitung Ihrer Blogbeiträge in den Social Media. ([www.blog2social.de](http://www.blog2social.de)). Und last but not least können Sie mit CM-Gateway ([www.cm-gateway.de](http://www.cm-gateway.de)) Ihre Social Media Posts individuell gestalten und zeitgleich versenden.

*\*Quelle: „Erfolgreiche Online-PR mit Pressemitteilungen und Presseportalen“, ©2015 Melanie Tamblé, Geschäftsführerin ADENION GmbH*



Jetzt anmelden und den 1. Artikel kostenlos versenden

Ja, ich möchte PR-Gateway jetzt kostenlos testen

Sie stellen Ihren Artikel 1x ein. Mit nur 1 Klick ist Ihr Artikel sofort online.

Schnittstellen zu über 250 Portalen: Themenportale, Presseportale, Regionalportale, Newsportalen und RSS-Portale

Inklusive Social Media: Xing, LinkedIn, Google+, Facebook, Twitter, Storify, Pinterest und 7 weitere

inklusive Online-Zeitungen und Dokumenten-Netzwerke: Issuu, Calameo und 4 weitere

Umfangreiches Reporting

Sprechen Sie uns an:  
+49 2181 7569-277  
[kundenservice@pr-gateway.de](mailto:kundenservice@pr-gateway.de)

*Ihr Klaus Renz,  
PR-Gateway Kundenberater*



#### Impressum

ADENION GmbH  
Merkatorstraße 2, 41515 Grevenbroich  
Tel: + 49 2181 7569-266 | Fax: + 49 2181 7569-199  
Web: [adenion.de](http://adenion.de), E-Mail: [frage@adenion.de](mailto:frage@adenion.de)

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer:  
Dipl. Ing. Andreas Winkler, Melanie Tamblé M.A  
HRB 8141 | Amtsgericht Mönchengladbach  
USt-IdNr: DE-813248743