

10 Tipps für eine erfolgreiche Präsenz in den Medien

Tipp 1 | Das Wichtigste zuerst: Viele Wege führen ...

... in die Medien. So undenkbar es heutzutage für Unternehmen ist, Social-Media-Kanäle nicht für ihre Zwecke zu nutzen, so verkehrt wäre es auch, die ‚Klassiker‘ aus den Augen zu verlieren. Worauf es ankommt, ist **DIE RICHTIGE STRATEGIE** für das eigene Unternehmen.

Nur in sehr wenigen Fällen kann man tatsächlich davon ausgehen, dass man seine Zielgruppe über einen einzigen Kanal erreicht – in der Regel nutzen die Verbraucher unterschiedliche Medien, um sich zu informieren. Und die umfassen nach wie vor nicht nur die digitalen Wege, sondern ebenso Print, Radio und TV. Wer ausschließlich auf die eigene Homepage, Facebook oder Twitter setzt, verschenkt wichtiges Potenzial.

Tipp 2 | Der Text – Was Redaktionen anspricht

Redaktionen müssen ihre Leser jeden Tag aufs Neue mit aktuellen und lesenswerten Inhalten überzeugen. Das ist umso wichtiger geworden, da sie nun mit den schnelllebigen Medien konkurrieren, die fast schon im Minutentakt ihre Nachrichten aktualisieren. Interessante und **PROFESSIONELLE TEXTE**, die schnell auf den Punkt kommen und den Leser auf den ersten Blick ansprechen, sind das A und O, um Redakteure zu überzeugen.

Dazu muss man nicht ständig ‚das Rad neu erfinden‘ oder, anders gesagt, jeden Tag neue Produkte und Dienstleistungen auf den Markt bringen. Nutzen Sie die Fachkompetenz Ihres Unternehmens und vermitteln Sie im Text Wissens- und Lesenswertes! Und achten Sie immer darauf: Das Wichtigste zuerst und auch komplizierte Sachverhalte gut verständlich und ohne Fachchinesisch darstellen.

Tipp 3 | So werten Sie Ihren Text zusätzlich auf

Arbeiten Sie – wenn es zum Thema passt – möglichst mit **GRAFIKEN** oder Übersichten. Viele Daten oder Zahlen, die einen Text schnell ‚überfrachten‘, unübersichtlich oder schlecht lesbar machen, können mit einer Grafik weitaus besser dargestellt werden. Ansprechend gestaltet sind Grafiken ein sehr guter Eyecatcher für den Artikel und die Leser können die vielen Informationen bequem auf einen Blick erfassen. Außerdem zeigen Sie damit Ihre Fachkompetenz!

Sehr willkommen sind bei den Redaktionen auch zusätzliche **EXPERTENTIPPS**, denn sie bieten den Lesern einen handfesten ‚Mehrwert‘. Sinnvolle **CHECKLISTEN** (beispielsweise für den Start in den Urlaub, wie man den Garten winterfest macht, worauf man vor dem Hauskauf achten sollte usw.) oder tolle **REZEPTIDEEN** kommen bei den Redaktionen ebenfalls sehr gut an!

Tipp 4 | Sesam öffne dich – Ein Bild sagt mehr ...!

Keine Frage, ein gutes Bild wirkt wie ein magischer ‚Türöffner‘ - bei den Redaktionen und bei den Lesern. Die Auswahl des richtigen Fotomotivs entscheidet deshalb maßgeblich mit über den Erfolg einer Pressemeldung. Das Motiv muss zum Inhalt passen und den Text ‚unterstützen‘. Vor allem Abbildungen mit Menschen oder Tieren wecken Emotionen und sind daher besonders beliebte Bildmotive.

Damit die Redaktionen das Material für ihre Seiten uneingeschränkt verwenden können, ist es sinnvoll, am besten gleich verschiedene Motive zur Auswahl anzubieten. Sinnvoll ist es auch, **BILDER** im Hoch- und Querformat anzubieten, so dass der Redakteur je nach geplanter Spaltenzahl wählen kann. Und – falls das Bild nicht aus Ihrem Haus stammt, sondern zum Beispiel von einer Fotodatenbank – vergessen Sie nicht, die Fotoquelle zu benennen.

Tipp 5 | **Die Headline – Kommen Sie schnell auf den Punkt!**

Neben aussagekräftigen und ansprechenden Bildern ist die Headline der zweite wichtige Eyecatcher, um zum Lesen der ersten Zeilen zu animieren. Denn ohne eine gute Überschrift findet der Text keinerlei Beachtung – und umgekehrt! Eine **AUSSAGEKRÄFTIGE ÜBERSCHRIFT**, die neugierig macht, zieht den Blick des Lesers an und weckt sein Interesse. In Kombination mit dem Bildmotiv sollte die Headline dem Leser daher möglichst sofort sagen, worum es im Text gehen wird. Wenn es zum Thema passt, können Wortspiele oder originelle Formulierungen Anreize geben.

Wichtig ist auch, die richtigen und thematisch passenden ‚Schlüsselwörter‘ zu verwenden. Erlaubt ist vieles – nur nicht langweilig!

Tipp 6 | **Themen-Pressedienste – zur richtigen Zeit am richtigen Ort!**

Die meisten Zeitungsverlage präsentieren ihren Lesern Woche für Woche auf mehrseitigen Sonderseiten Tipps, Ratgeber und neueste Informationen zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten. Dazu gehören beispielsweise Sonderseiten zu Bauen & Wohnen, Gesundheit & Wellness, Reise & Erholung, besondere festliche Anlässe und viele weitere Themenbereiche.

Genau das richtige Umfeld also für Unternehmen, hier mit **THEMEN-PRESSEDIENSTEN** präsent zu sein und zu punkten. Denn die Redaktionen greifen – nicht zuletzt auch aufgrund von Personal- und Zeitmangel – sehr gerne auf externe Artikel zurück. Wer hier also seine Fachkompetenz professionell einbringt, hat beste Chancen auf Veröffentlichung.

Tipp 7 | **Materndienste – genau auf den Punkt beim Endverbraucher!**

Es gibt sie schon viele Jahrzehnte – und doch werden **MATERNDIENSTE** immer noch unterschätzt. Dabei ist dieses Instrument flexibel wie kaum ein anderes, wenn es um Präsenz in den Printmedien geht. Denn mit Materndiensten kann ganz gezielt gesteuert werden, wann, in welcher Region, in welcher Größe und mit welcher Auflage eine Botschaft die Endverbraucher erreichen soll. Materndienste dürfen werblich sein und direkt auf den Punkt kommen.

Produktennennungen und -abbildungen sind hier erlaubt. Sie eignen sich sehr gut für besondere Kampagnen oder zeitlich befristete Vor-Ort-Aktionen bei Händlern oder Niederlassungen, anlässlich von Festen wie Muttertag oder Weihnachten, aber auch zu speziellen Anlässen wie Schulstart oder Hochzeit.

Tipp 8 | **Stille Wasser sind tief – unterschätztes Medium mit großer Reichweite**

Die Zahlen sprechen für sich: Mit bundesweit mehr als 1.300 Titeln und einer Gesamtauflage von über 88 Millionen Exemplaren erreichen **ANZEIGENBLÄTTER** Woche für Woche ihre Leser – die Endverbraucher in den Haushalten. Ihr ‚gewisses Etwas‘ und was sie bei ihren Zielgruppen so beliebt macht, ist ihre tiefe Verwurzelung im Lokalen.

Mit kaum einem anderen Medium fühlen sich die Leser persönlich so verbunden, wie mit ‚ihrem‘ Anzeigenblatt aus der eigenen Region. Viele empfinden – gerade angesichts der eher schnellleibigen Flut an digitalen Nachrichten – Anzeigenblätter als wichtiges Medium: 30 Minuten und länger lesen mehr als 41 % ihre Ausgabe und nehmen sie dabei wöchentlich im Schnitt zweimal in die Hand. Wer also gesehen werden will, kommt an diesem Medium – wie beispielsweise mit den oben genannten Materndiensten – kaum vorbei.

Tipp 9 | **Gehen Sie doch mal auf Sendung! Günstiger als Sie denken!**

Viele Unternehmen denken über klassische Radiospots gar nicht erst nach – zum Beispiel aus Budgetgründen. Was viele nicht wissen: Es gibt durchaus preisgünstige und dabei nicht weniger interessante Alternativen. Mit sogenannten **RADIO-INFOMERCIALS** bei regionalen Radiosendern erreichen sie Ihre Zielgruppen bundesweit – und das auf sehr ansprechende Art. Die Infomercials werden nämlich in das laufende Programm des Senders eingebunden und vom Moderator eingeleitet. Das Besondere: Wie der Name schon sagt, steht hier eher die Information und nicht die direkte Werbung im Fokus. Dazu kommen beispielsweise Experten zu Wort, die dem Hörer fundierte Informationen an die Hand geben und Interesse für Produkte oder Dienstleistungen wecken.

Tipp 10 | **FAZIT: Auf den richtigen Mix kommt es an!**

Um neue Produkte oder Dienstleistungen erfolgreich am Markt zu positionieren, ist es wichtig, auf unterschiedlichen Kanälen unterwegs zu sein. Denn nur so erreicht man seine Zielgruppe/n. Die Nutzung von Social-Media-Kanälen ist bei den meisten Unternehmen heute selbstverständlicher Bestandteil ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Aber auch die Pressearbeit und andere ‚klassische‘ Medien spielen nach wie vor eine ganz entscheidende Rolle im **KOMMUNIKATIONS-MIX**.

Wer hier für sein Unternehmen bzw. seine Produkte oder Dienstleistungen die richtigen Fäden zieht, baut seinen Bekanntheitsgrad überzeugend aus und begibt sich damit nachhaltig auf Erfolgskurs.

Sprechen Sie uns einfach an – wir freuen uns auf Ihren Anruf!
Telefon 022 08 – 94 96 -0