

# Pressearbeit gehört in die Hand von Spezialisten

Informationen müssen gezielt auf die Bedürfnisse der Redaktionen zugeschnitten werden

Im Gespräch zu bleiben, ohne ins Gerede zu kommen, ist in zweierlei Hinsicht eine schwierige Aufgabe. Braucht es doch einerseits ein sicheres Gespür für Themen und Inhalte, die für die Öffentlichkeit überhaupt von Interesse sind. Und setzt es andererseits auch ein profundes Wissen darüber voraus, wie sich die ausgewählten Informationen gezielt in geeigneten Medien platzieren lassen.

## Warum sollte kein Unternehmen auf Pressearbeit verzichten?

Ein Bericht über ein Unternehmen oder dessen Produkte im redaktionellen Teil einer Tageszeitung gilt als besonders glaubwürdig. Wer regelmäßig in den Medien auftaucht, erhöht nicht nur seinen Bekanntheitsgrad, er kann auch aktiv und ganz gezielt sein Bild in der Öffentlichkeit gestalten (siehe Grafik nebenan) und dadurch Vertrauen aufbauen, sein Image verbessern und langfristig sogar die Wettbewerbsfähigkeit stärken.

## Ist Pressearbeit nur für Großunternehmen interessant?

Grundsätzlich jeder, der in der Öffentlichkeit steht, nach Bekanntheit strebt und an seinem Image feilt, sollte Pressearbeit betreiben. Das gilt für den Freiberufler ebenso wie für das in der Nachbarschaft weitgehend unbekannt mittelständische Unternehmen. Pressearbeit erschöpft sich nicht in der Belieferung von Tageszeitungen mit Pressemitteilungen. Je nach Zielgruppe können die überregionale Publikumspresse oder Fachzeitschriften sogar die besser geeigneten Medien sein. Außerdem lassen sich Presstexte und -fotos zusätzlich auch in Flyern, Firmenbroschüren, Mitarbeiterzeitungen oder auf der eigenen Internetseite verwenden. Bei uns zum Beispiel erhält der Kunde das volle Nutzungsrecht an den von uns produzierten Pressemitteilungen.

## Machen auch einmalige Aktionen Sinn?

Ja, unbedingt! Wer etwa ein Geschäft neu eröffnet oder ein Firmenjubiläum feiert, der sollte diese Möglichkeit, sich in der Öffentlichkeit darzustellen, unbedingt nutzen. Gelegenheiten, um einen Presstext im redaktionellen Teil einer Tageszeitung zu platzieren, sind rar. Publicity sollte man nicht verschenken. Eine beständig betriebene Pressearbeit ist allerdings die bessere, denn dezente Regelmäßigkeit bringt langfristig gesehen den größten Erfolg.



„Pressearbeiter sind Dienstleister für die Redaktionen“, erklärt Dees.

„Pressearbeiter sind Dienstleister für die Redaktionen“, erklärt Dees.

## Warum sollte man eine Agentur mit der Pressearbeit beauftragen?

Weil Pressearbeit in die Hand von Spezialisten gehört. Untersuchungen zufolge gehen mehr als 90 Prozent aller veröffentlichten Beiträge letztlich auf Pressearbeit zurück. Alle Redaktionen sind auf Informationen von außen angewiesen. Trotzdem schafft es der überwiegende Teil aller Pressemitteilungen nicht bis zur Veröffentlichung. Die meisten landen als „Informationsmüll“ im Abfall. Ein Profi in Sachen Pressearbeit weiß, wie man sich aus der tagtäglich Flut der Pressemitteilungen positiv hervorhebt und wie man Informationen gezielt steuert.

## Was macht demnach einen guten Pressearbeiter aus?

Dass er beide Seiten, das Geschäft des Unternehmers und das des Journalisten, kennt. Er muss die Sprache der Wirtschaft sprechen und in der Lage sein, komplizierte Sachverhalte auch unter Zeitdruck in leicht verständliche Texte zu übersetzen, die dennoch ein hohes fachlichen Niveau aufweisen. In erster Linie ist der Pressearbeiter ein Dienstleister für die Redaktionen. Dabei muss er die schwierige Aufgabe bewältigen, Informationen aus dem Unternehmen gezielt auf die Bedürfnisse des Redakteurs zuzuschneiden. Das Material muss journalistischen Ansprüchen gerecht werden - in Form und auch im Inhalt.

## Gibt es eine Garantie für die Veröffentlichung?

Eine Pressemitteilung ist immer, auch wenn sie noch so gut gemacht ist, lediglich ein Angebot an den Redakteur. Er entscheidet, ob und in welchem Umfang sie veröffentlicht wird. Wer eine Garantie haben möchte, der muss sich den Platz für die Veröffentlichung im Anzeigenteil einer Zeitung einkaufen.

## Wie wird ein Pressearbeiter bezahlt?

Wer Pressearbeit seriös betreibt, der arbeitet ausschließlich für seine Kunden und keinesfalls zugleich noch im Auftrag von Redaktionen. Er wird daher auch nur vom Unternehmen, für das er tätig wird, bezahlt. Und zwar nach dem Zeitaufwand für die Beratung, die Recherche, das Texten und das Fotografieren sowie für den Versand der Pres-

## **SYSCOM Press**

Agentur für Pressearbeit

Matthias Dees, Sonnenstraße 4,  
78073 Bad Dürkheim

Telefon: 07726 / 88 67

Fax: 07726 / 92 92 84

Mobil: 0170 341 78 21

E-Mail: [dees@syscom-press.de](mailto:dees@syscom-press.de)