



PR-Gateway

WHITE PAPERS ZUR ONLINE-PR

Impressum:

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Online-PR Praxisleitfaden Nr. 4 (PR-Journal):

Sieben Goldene Regeln für Online-Pressemitteilungen

Sind Ihre Pressemitteilungen fit für's Internet?

Das Internet bietet viele neue Medien für die Verbreitung von Unternehmensinformationen und Neuigkeiten. Es gibt inzwischen eine Vielzahl von Presseportalen, die Pressemitteilungen im Internet veröffentlichen, viele davon sogar kostenlos. Wer regelmäßig Pressemitteilungen über Online-Presseportale veröffentlicht, kann damit mehr Reichweite erzielen und neue Zielgruppen erreichen. Mit einer direkten Selbstveröffentlichung lassen sich Informationen gezielt steuern. Auf diese Weise baut man langfristig ein aktives Reputationsmanagement im Internet auf.

Bei der Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf Presseportalen gibt es jedoch einige wichtige Regeln, die man beachten sollte, zum einen, um von den Portalen akzeptiert zu werden und zum anderen, um von den Suchmaschinen gut gefunden zu werden.

Alle Presseportale behalten sich grundsätzlich eine Veröffentlichung vor. Die Kriterien zur Veröffentlichung sind bei einigen kostenlosen Presseportalen sogar recht hoch, da auch die Portale nur an qualitativen Inhalten interessiert sind. Die kostenlosen Möglichkeiten zur Veröffentlichung von Pressemitteilung sollten daher nicht dazu verleiten, auch bei der Erstellung der Pressemitteilung zu sparen.

Online-Pressemitteilungen unterliegen prinzipiell den gleichen Form- und Inhaltskriterien wie klassische Pressemitteilungen. Zudem kommen noch einige neue Kriterien hinzu, um die Inhalte der Meldungen für die Suchmaschinen zu optimieren. Mit einigen wenigen Kniffen

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

lassen sich Pressemitteilungen für Menschen UND Maschinen lesbarer gestalten, um eine bessere Auffindbarkeit der Inhalte zu gewährleisten.

Sieben Dos und Don'ts für Online-Pressemitteilungen

1. Formfehler vermeiden

Viele Pressemitteilungen scheitern schon an formalen Kriterien. Bereits kleine Formfehler können zu einer Ablehnung der Pressemitteilung führen. Aus diesem Grund ist es wichtig, auf die korrekte Form der Pressemitteilung zu achten.

Besser:

Auch Online-Pressemitteilungen sollten den gleichen Formkriterien einer klassischen Pressemitteilung folgen.

Dazu gehört:

- eine aussagefähige Überschrift (Header)
- ein Einführungstext (Teaser) mit den wichtigsten Inhalte in 2-3 Sätzen
- der eigentliche Presstext (Body) in 3-5 gut lesbaren Absätzen
- ein Abbinder (Boilerplate) mit den Unternehmensinformationen
- Kontaktinformationen und Ansprechpartner

Ganz wichtig sind die vollständigen **Kontaktinformationen** mit Ansprechpartner, Anschrift und Kontaktangaben (E-Mail und Web-Adresse). Da Pressemitteilungen im Internet dauerhaft gespeichert bleiben, sollte die E-Mail-Adresse im Kontakt so gewählt werden, dass sie dauerhaft gültig bleibt. Statt hans.schmitz@unternehmen.de sollte daher lieber pressekontakt@unternehmen.de gewählt werden. Eine neutrale E-

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Mail-Adresse ist auch dann noch zustellbar, wenn sich Zuständigkeiten oder Ansprechpartner im Unternehmen ändern.

Im Internet werden Texte ‚gescannt‘, daher ist es bei Online-Pressemitteilungen besonders wichtig, den Text übersichtlich zu formatieren. Je strukturierter ein Text ist, desto besser ist er für den Leser erfassbar. Optimal sind 2-3 Abschnitte mit Zwischenüberschriften sowie jeweils einem Textabsatz, damit man die einzelnen thematischen Abschnitte direkt erkennen und gut lesen kann. Für eine bessere Lesbarkeit ist auch die Verwendung von verschiedenen Schriftarten und Schriftstilen (fett, kursiv) zu empfehlen.

Für Online-Pressemitteilungen sollte man außerdem eine klare Ausdruckweise und konsistente Formulierungen verwenden: Wortspiele, Anspielungen oder Doppeldeutungen sollte man in Pressemitteilungen besser vermeiden.

Sonderzeichen und Formatierungen:

Bei Pressemitteilungen, die über Eingabeformulare auf Presseportalen veröffentlicht werden, sollte man die Texte vorab über einen Texteditor wie z.B. WordPad formatieren, um Konvertierungsfehler zu vermeiden. Da die Portale unterschiedliche Zeichensatz-Formate verwenden, kann es passieren, dass Sonderzeichen und Formatvorlagen aus Textverarbeitungsprogrammen wie z. B. Word Probleme bei der Konvertierung Fehler erzeugen. Insbesondere Zitatzeichen und Aufzählungen werden somit im Internet häufig zu kryptischen Symbolen konvertiert und erschweren die Lesbarkeit des Textes. Bei der Formatierung des Textes über einen Texteditor, kann man mögliche Fehlerquellen reduzieren.

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

2. Inhalt statt Werbung: KEINE werblichen Pressemitteilungen

Offensichtliche Werbung gehört nicht in eine Pressemitteilung. Presetexte mit reiner Shop- oder Produktwerbung werden in der Regel von den kostenfreien Presseportalen nicht veröffentlicht. Werbliche Pressemitteilungen bieten für die Leser keinen Anreiz und sind daher auch für die Presseportale uninteressant.

Besser:

Pressemitteilungen sollten immer **inhaltlich relevant** sein und einen **Mehrwert** für den Leser bieten. Pressemitteilungen sollten außerdem immer wichtige Neuheiten beinhalten, z. B. :

- Neue Produkte oder Services
- Personalien: Neueinstellungen oder Veränderungen
- Stellungnahmen zu aktuellen Themen oder Ereignissen
- Neue Kunden oder Business-Partnerschaften
- Neue Auszeichnungen und Preise
- Aktuelle Veranstaltungen und Seminare
- Soziales Engagement und Sponsoring

Wer sich nicht sicher ist, ob seine Pressemitteilung den inhaltlichen Qualitätskriterien entspricht, sollte einen Textservice nutzen, entweder von professionellen PR-Agenturen oder Redaktionsbüros. Auch einige Presseportale bieten einen Textservice oder eine redaktionelle Prüfung der Pressetexte an.

3. Keyword-Density und Keyword-Flooding (Spamming)

Um in den Suchmaschinen gefunden zu werden, ist es wichtig, auch in den Pressemitteilungen die richtigen Keywords (Schlagworte) zu verwenden. Nur das, was gesucht wird, kann auch gefunden werden.

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Wer jedoch versucht, seine Presstexte mit Schlüsselbegriffen zu überfrachten, wird keinen Erfolg in den Suchmaschinen haben. Sinnentleerte Texte mit aneinandergereihten Keywords verstoßen gegen die Veröffentlichungsregeln der meisten Presseportale. Die Gefahr ist aber vor allem auch hoch, dass Google diese Texte als Keyword-Spamming abstrafft.

Besser:

Für die Suchmaschinen ist qualitativer Inhalt (Content) ein wichtiges Kriterium, um Texte in den Suchindex aufzunehmen. Die Suchmaschinenrobots können inzwischen sehr genau die korrekte Syntax und Semantik von Texten analysieren. Online-Presstexte sollten daher immer für Menschen und Maschinen gleichermaßen geschrieben sein. Inhaltliche Relevanz steht dabei an erster Stelle. Wichtige Keywords sollten daher immer nur in der richtigen Schlagwort-Dichte (**Keyword-Density**) und nur in inhaltlich sinnvollen und relevanten Zusammenhängen verwendet werden.

Die Keyword Density gibt an, wie häufig ein Schlüsselbegriff innerhalb eines Textes verwendet wird. Damit wird gemessen, wie relevant bestimmte Begriffe für bestimmte Themen sind. Für die Suchmaschinen liegt die optimale Keyword Density bei 2-5%, d.h. 2-5 mal pro 100 Wörter. Eine höhere Dichte als 10% wird von den Suchmaschinen Robots als 'Keyword Spamming' gewertet und somit als Manipulationsversuch, für bestimmte Keywords besonders gut platziert zu werden. Solche Versuche lohnen sich nicht, sondern werden mit Abwertung bestraft. Suchmaschinen wollen ihren Nutzern nur relevante Texte zur Verfügung stellen und keine, die außer bestimmten Keywords keine relevanten Informationen enthalten.

Ein wichtiger Platz für relevante Keyword sind vor allem die Überschrift und der Teaser der Pressemitteilung. Schreiben Sie daher nur inhaltlich relevante Texte und flechten Sie die Schlüsselwörter thematisch sinnvoll mit ein.

4. Link-Flooding (Backlink-Spamming) vermeiden

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Links von anderen, hochwertigen Websites und Portalen werden von den Suchmaschinen als ‚Empfehlung‘ bewertet. Links von vielen anderen Websites (sogenannten Backlinks) wirken sich daher positiv auf das Ranking in den Suchmaschinen aus.

Mit der Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf Presseportalen erhält man durch die Angabe der Website-URL in den Kontaktangaben immer auch eine Verlinkung (Backlink) auf die eigene Website. Pressemitteilungen auf vielen Presseportalen wirken sich daher immer positiv auf die Reichweite in den Suchmaschinen aus.

Manipulationsversuche sollten jedoch auch hierbei vermieden werden: Presstexte, die mit zahlreichen Links zur eigenen Website oder zu einzelnen Produkten gespickt sind, verstoßen gegen die Veröffentlichungsregeln der meisten Presseportale und werden als sogenanntes ‚Backlink-Spamming‘ abgelehnt. Die meisten Portale lassen höchstens 1-3 Links auf die Website zu. Einige Portale lassen sogar nur einen Link in den Kontaktinformationen zu.

Besser:

Links auf die eigene Website sollten sparsam und diskret verwendet werden, um eine Veröffentlichung zu garantieren. Am besten eignen sich dafür die Kontaktdaten. Für eine nachhaltige Link-Strategie zählen einzelne Links von vielen Portalen mehr, als viele Links von einem Portal. Eine regelmäßige Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf vielen verschiedenen Portalen ist daher wertvoller als eine mit vielen Links gespickte Pressemitteilung von einem Portal.

5. Rechtschreibfehler und Schreibarten prüfen

Texte, die Rechtschreibfehler enthalten, erzeugen nicht nur bei den Lesern einen schlechten Eindruck, sondern fallen auch bei den Suchmaschinen durch. Ein falsch geschriebenes Keyword führt dazu, dass der Text in der Datenbank der Suchmaschine

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

falsch indiziert und somit bei den entsprechenden Suchanfragen nicht gefunden wird.

Besser:

Nach Fertigstellung einer Pressemitteilung sollte man daher immer noch mal die Rechtschreibprüfung über den Text suchen lassen. Allerdings finden Softwareprogramme in der Regel nur die offensichtlichen Fehler. Aus diesem Grund ist es immer empfehlenswert, einen menschlichen Co-Korrektor noch einmal über die Texte lesen zu lassen.

Auch unterschiedliche Schreibweisen sind nicht immer nur eine Frage des guten Stils, sondern auch der Suchmaschinenrelevanz. Unterschiedliche Schreibweisen sollten daher immer in den Keyword Analyse Tools getestet werden. Die Verwendung von Singular oder Plural kann den entscheidenden Unterschied bei den Suchmaschinenanfragen ausmachen. Die Wahl, ob man zusammengesetzte Schlüsselbegriffe zusammen oder getrennt, mit Bindestrich oder ohne Bindestrich schreibt, kann in Suchmaschinen zu völlig unterschiedlichen Ergebnissen führen. Manchmal entscheidet also auch die Suchmaschine über den richtigen Text-Stil.

6. Die richtige Verwendung von Zitaten

Zitate sind wichtige Bestandteile einer Pressemitteilung. Zitate sind Ausdruck von persönlichen Meinungen und sie sind damit besonders interessant. Viele Online-Publikationen haben Zitatboxen, um die Zitate besonders hervorzuheben und den Text damit anzuteasern. Auch die Suchmaschinen scannen Texte nach Zitaten, um diese in Newsmeldungen gesondert zu positionieren. Daher ist es wichtig, in einer Pressemitteilung 1-3 aussagekräftige Zitate zu integrieren und diese auch richtig zu formatieren.

Da Maschinen automatisch alles, was zwischen zwei Anführungszeichen steht, als Zitat erkennen, sollte man auf einzelne Worte oder halbe Sätze in Anführungszeichen

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

verzichten.

„Wie auch immer“, sagte Geschäftsführer Herr Mustermann, „wir werden“

In diesem Fall würde der Zitaffinder der Suchmaschine unter Umständen nur den ersten Teil des Zitats abbilden, der wenig zum Inhalt der Pressemitteilung beiträgt.

Besser:

Dabei sollte das Zitat immer vollständig in doppelte Anführungszeichen gesetzt werden und erst im Anschluss daran den Autor des Zitates zu nennen, z. B.

„Wir wollen die Zukunft mitbestimmen und sind dafür bestens aufgestellt“, sagt Geschäftsführer Herr Mustermann.

7. Textlängen für Suchmaschinen optimieren

Damit Pressetexte von den Suchmaschinen optimal erfasst und dargestellt werden können, ist es wichtig, bestimmte Textlängen zu berücksichtigen, insbesondere für die Überschrift und den Teasertext, ansonsten werden unter Umständen wichtige Satzbestandteile abgeschnitten.

Besser:

Die optimale Textlänge für die Überschrift liegt bei maximal 63 Zeichen. Beim Verfassen von längeren Überschriften sollte man darauf achten, dass die wichtigsten Keywords mit den 63 Zeichen erfasst sind und der Satz auch abgeschnitten noch verständlich ist.

Die wichtigsten Textbestandteile des Teasertextes sollten in maximal 153 Zeichen verfasst werden.

Für eine Veröffentlichung von Pressemitteilungen über Twitter stehen 140 Zeichen zur



PR-Gateway

WHITE PAPERS ZUR ONLINE-PR

Impressum:

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Verfügung.

Für eine optimale Darstellung der Presstexte in Suchmaschinen, auf Portalen und in News-Diensten sollten insbesondere die Überschrift und der Teasertext auf Verständlichkeit in unterschiedlichen Zeichenlängen überprüft werden.

Goldene Regel Nr. 8: Pressemitteilungen richtig bewerben

Mit einer regelmäßigen Veröffentlichung von Pressemitteilungen im Internet lässt sich die Reichweite der klassischen Pressearbeit um ein Vielfaches steigern. Für die Verbreitung von Pressemitteilungen stehen eine große Anzahl von Presseportalen und Artikelverzeichnissen, RSS-Portale, Blogs, Social Communities und Twitter zur Verfügung.

Mit einer gezielten Verbreitung der PR-Meldungen über eine Vielzahl von Presse- und Nachrichtenportale lassen sich Zielgruppen und Medienkontakte leichter erreichen und direkter adressieren. Durch die dauerhafte Speicherung von Meldungen in den Archiven der Presseportale lassen sich auch langfristige PR- und Suchmaschinen-Effekte erzielen. Eine individuelle Erfassung auf jedem einzelnen Presseportal ist allerdings aufwändig und zeitintensiv. Mit dem Software-Dienst PR-Gateway (www.pr-gateway.de) entfällt die manuelle Erfassung der Pressemitteilungen auf den einzelnen Portalen und wird durch eine zentrale Verwaltung und Übermittlung der Daten ersetzt. Die Pressemitteilung wird nur einmal erfasst und per Klick parallel an zahlreiche Presseportale, RSS-Portale und an einen speziellen Twitter-Kanal übermittelt.

Weitere Informationen: www.pr-gateway.de



PR-Gateway

WHITE PAPERS ZUR ONLINE-PR

Impressum:

ADENION GmbH
Merkatorstr. 2
41515 Grevenbroich
Tel. 0 21 81 – 75 69 140
Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de

<http://www.pr-gateway.de/presse>

Impressum:

ADENION GmbH
Merkatorstr. 2
D-41515 Grevenbroich
Tel.: +49 (0)2181 7569-140
Fax: +49 (0)2181 7569-199
<http://www.pr-gateway.de>
E-Mail: marketing@pr-gateway.de

Autoren Hinweis:

Melanie Tamblé ist Online-Marketing Expertin und Mitgründerin der ADENION GmbH. Die ADENION GmbH entwickelt seit 2000 Softwarelösungen und Portale für Online-Marketing und -Vertrieb.

Der Onlinedienst PR-Gateway bietet eine zentrale Verwaltung und Übermittlung von Pressemitteilungen an Presseportale und Newsdienste im Internet. Die Pressemitteilungen werden nur einmal erfasst und per Klick parallel an die jeweiligen Portale übermittelt.

Weitere Publikationen und Praxisleitfäden:
<http://www.pr-gateway.de/presse>

