

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

## Online-PR Praxisleitfaden Nr. 1 (PR-Journal):

### Die Grundlagen der Online-PR

**Inhalt:**

- Medien und Darstellungsformen in der Online-PR
- Mit der Online-PR zur Direkt-PR
- Veröffentlichen im Internet: Presseportale, Blogs & Co.
- Online-PR und Suchmaschinen

### Einleitung: Online-Kommunikation im Wandel

„Märkte sind Gespräche“

The Cluetrain Manifesto, 1999

Als Rick Levine, Christopher Locke und Doc Searls 1999 die 95 Thesen des Cluetrain Manifestos über die neue Unternehmenskultur im digitalen Zeitalter ans Internetportal schlugen, ahnte noch kaum jemand, was wirklich damit gemeint war. Erst im Kontext der neuen Kommunikationsmedien des Web 2.0 wird offensichtlich, dass auch für die Unternehmenskommunikation ein neues Zeitalter gekommen ist.

Das Internet bietet viel neue Wege für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Neue Kommunikations- und Publikationsmedien wie Presseportale, RSS-Feeds, Podcasts, Blogs, ICQ und Twitter ergänzen die traditionellen Kommunikationswege und gewinnen zunehmend an Bedeutung.

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

Obwohl sich die grundsätzlichen Methoden der Online-PR, wie z. B. die Themenauswahl, die Recherche oder die Redaktion von Inhalten, weitgehend mit denen der klassischen PR decken, erfordert die Umsetzung für die neuen Medien eine neue Herangehensweise. Insbesondere neue Kommunikationsmedien, wie Weblogs, Podcasts oder Twitter stellen andere Anforderungen an die Inhalte und die Gestaltung der PR.

Die Kommunikation im Internet wandelt sich zunehmend von der Information zum Dialog. Die neue Mitmach-Kultur im Internet fordert auch die Unternehmen auf, aktiver und direkter zu kommunizieren. Neue Publikationsmedien, wie Presseportale, Artikelverzeichnisse oder Expertenforen eröffnen neue Möglichkeiten, mit einer direkten Selbstveröffentlichung, Informationen gezielter zu steuern und ein aktives Reputationsmanagement zu betreiben.

Während in der klassischen Pressearbeit eine tatsächliche Veröffentlichung der Unternehmensmeldungen nicht garantiert ist, ermöglicht das Publizieren von Pressemitteilungen auf Presseportalen eine direkte Veröffentlichung von Informationen im Internet. Mit einer Selbstveröffentlichung lassen sich Medienkontakte und Endkonsumenten gleichermaßen erreichen. Die Online-PR wird auf diese Weise zur Direkt-PR.

Die wichtigsten Online-Medien sind jedoch die Suchmaschinen, denn über 80% der Webuser ‚googeln‘ sich auf der Suche nach Informationen und Produkten durchs Internet. Die Sichtbarkeit eines Unternehmens im Internet wird maßgeblich durch Trefferlisten der Suchmaschinen beeinflusst. Auch wenn bei den meisten PR-Verantwortlichen das Thema Suchmaschinenoptimierung noch nicht in der Job Description steht, sind die Suchmaschinen ein wichtiges Erfolgskriterium für die Online-PR. Umgekehrt, können insbesondere die Methoden der PR großen Einfluss auf die Sichtbarkeit eines Unternehmens in den Suchmaschinen nehmen. Die Suchmaschinenoptimierung mittels Online-PR (= SEO PR) wird zur neuen Königsdisziplin in der PR.

Dieser Praxisleitfaden erläutert die wichtigsten Medien und Darstellungsformen der Online-PR und stellt die neuen Möglichkeiten zur Selbstveröffentlichung im Internet dar.

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

## Medien und Darstellungsformen der Online-PR

### 1) Die eigene Website:

Die Unternehmenswebsite ist eine wichtige Informationsquelle für potentielle Kunden und Journalisten gleichermaßen.

- **Das elektronische Presse-Center**

Was früher der Inhalt der Pressemappe war, kann heute in einem elektronischen Presse-Center wesentlich umfassender, komfortabler und jederzeit aktuell dargestellt werden. In die elektronische Pressemappe gehören die Pressemitteilungen in verschiedenen Formaten (.doc, .pdf, .txt), Zahlen und Fakten zum Unternehmen sowie Pressefotos. Darüber hinaus können Anwenderberichte, Vorträge, Fachbeiträge und Interviews zum direkten Download zur Verfügung gestellt werden.

- **Multimediale Präsentation**

Aber auch für potentielle Kunden und Interessenten ist eine informative Präsentation des Unternehmens und seiner Angebote wichtig. Der erste Eindruck kann für eine Kaufentscheidung ausschlaggebend sein. Kunden suchen vor allen nach Informationen mit Mehrwert. Die auf der Website eingesetzten Medien sollten jedoch der Zielgruppe angepasst sein und nicht zum Selbstzweck gestaltet werden. Ältere Zielgruppen können mit einem guten alten pdf-Dokument zum Ausdrucken mehr anfangen, als mit einem Podcast.

### 2) Katalog-Medien

Die Präsentation eines Unternehmens im Internet setzt sich in den Katalogmedien fort. Firmeneinträge in elektronische Kataloge und Verzeichnisse stellen eine wichtige Maßnahme dar, um von potentiellen Kunden gefunden zu werden.

Zu den Katalogmedien gehören:

- **Web-Kataloge** wie z.B. Web.de sind Online-Kataloge, die nach Themen, Sparten und

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

Branchen sortiert, kommentierte Beschreibungen und Links zu Websites listen.

- **Link-Verzeichnisse** sind meist thematisch orientierte Websites, die Links zu themenrelevanten Websites listen, z. B. Reiselinks.de, Blog-Verzeichnisse, RSS-Verzeichnisse
- **Suchmaschinen** bieten häufig eine Kombination von Suchdiensten und Verzeichnissen, wie z. B. Yahoo.de.
- **Bookmark-Verzeichnisse:** Linkempfehlungen von Usern für User

### 3) Informationsmedien

Die elektronischen Informationsmedien knüpfen an die Medien der klassischen PR an, die jedoch für die multimediale Kommunikation weiterentwickelt wurden:

- **Elektronische Pressemitteilungen** werden über einen E-Mail Presseverteiler verschickt und erreichen damit sowohl die klassischen Print-Medien als auch die Online-Medien. **Online-Presseportale** bieten darüber hinaus eine direkte Veröffentlichung von Pressemitteilungen im Internet an, teilweise sogar kostenlos. Mit der Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf Presseportalen lassen sich Medienkontakte und Endkunden gleichermaßen erreichen.
- Fachbeiträge, Vorträge oder Whitepapers können in elektronischer Form auf **Themen-Portalen, Online-Magazinen, in Newslettern** oder zielgruppenrelevanten **Communities** publiziert werden.
- Über **E-Mail Newsletter** erreichen Informationen zu relevanten Fachthemen einen definierten Abonentenkreis.
- Pressemitteilungen und aktuelle Unternehmens- und Produktinformationen können auch in Form von **RSS Feeds** bereitgestellt werden. RSS-Feeds sind Push-Dienste, die von Interessenten über einen RSS Reader abonniert werden, um regelmäßig aktuelle Nachrichten zu bestimmten Themen zu erhalten.
- **Wikis** (abgeleitet von Wikipedia) sind interaktive Mitmach-Lexika zu bestimmten

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

Themen, in denen User Beiträge schreiben, die von anderen Usern kommentiert, redigiert und miteinander verlinkt werden.

- **Podcasts** eignen sich für die multimediale Präsentation von Themen und Informationen in Form von Audio- oder Video-Beiträgen, z. B. für Bedienungsanleitungen, Produktpräsentationen, Interviews oder für Vorträge.

#### 4) Dialog-Medien

Das Internet führt die Kommunikation in eine neue Dimension. Die Dialog-Medien haben neue Möglichkeiten für einen direkten Austausch zwischen den Verbrauchern, aber auch zwischen den Unternehmen und den Kunden geschaffen.

Zu den Dialog-Medien zählen:

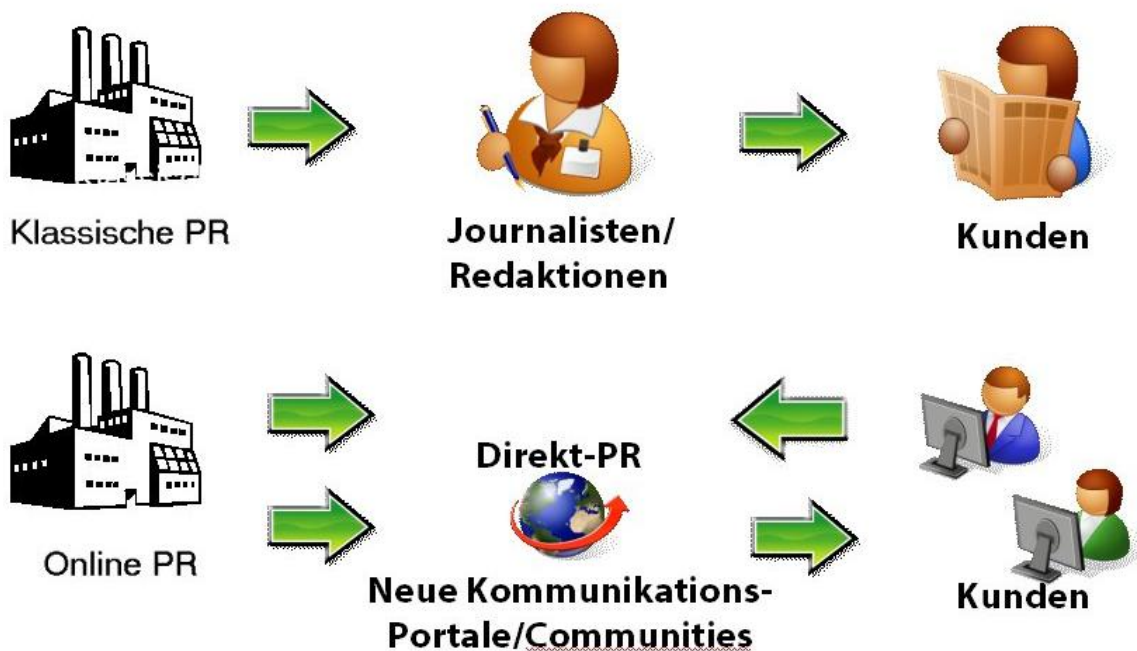
- **Newsgroups** und **Mailinglisten** ermöglichen den Gedankenaustausch zu bestimmten Themen innerhalb einer Community.
- **Online-Foren** können für einen offenen Dialog mit Kunden oder zwischen Kunden genutzt werden (z. B. als Support-Forum, zum Erfahrungsaustausch).
- **Weblogs** (abgeleitet von Web-Logs = Logbuch im Internet) oder kurz auch Blogs sind ‚Digitale Tagebücher‘, in denen ein oder mehrere Autoren ihre Gedanken und Erlebnisse zu bestimmten Themen niederschreiben. Diese Beiträge können von anderen Usern kommentiert und bewertet werden. Ähnlich wie Foren, können auch Blogs von Unternehmen genutzt werden, um auf der Unternehmens-Website eine „persönliche Kommunikation und Information“ in Form von Stellungnahmen oder Gedanken zu bestimmten Themen aufzubauen.
- **Webinars** sind Live-Seminarveranstaltungen und Präsentationen im Internet. Teilnehmer verfolgen die Präsentation live über ihren Bildschirm und können per Telefon oder Chat Fragen stellen und sich an der Diskussion beteiligen.
- **Twitter** (engl. ‚twitter‘ = zwitschern) ist ein Mikro-Blogging-Dienst für Textnachrichten mit maximal 140 Zeichen, die andere Teilnehmer empfangen bzw. nach Sender oder Schlagwörtern verfolgen können.



## WHITE PAPERS ZUR ONLINE-PR

- **Social Communities** sind Kommunikationsforen, die meist nach bestimmten Themen oder Zielgruppen ausgerichtet sind, z.B. StudiVZ für Studenten, XING für den Business-Bereich.

### Mit der Online-PR zur Direkt- und Dialog-PR



Während die klassische Pressearbeit von der Kommunikation über die Medien geprägt ist, haben sich im Internet neue Publikationsmedien entwickelt, über die sich Unternehmens- und Produktinformationen direkt veröffentlichen und im Internet verbreiten lassen. Presseportale und Artikelverzeichnisse bieten ihre Dienste größtenteils sogar kostenlos an.

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

Die meisten Presseportale sind bei den Suchmaschinen gut gelistet. Pressemitteilungen auf Presseportalen werden daher auch in den Suchmaschinen leichter gefunden.

In der klassischen Pressearbeit dienen Journalisten und Redakteure als Schnittstelle zu den Medien. Sie entscheiden, welche Informationen in welcher Form zu welcher Zeit veröffentlicht werden. Im Internet haben sich zusätzlich neue Mediatoren und Verteilerdienste etabliert. Presse- und News-Portale lösen mehr und mehr die klassischen Tageszeitungen als wichtigste Informationsquelle ab. Auch die Nachrichtenportale von Google, Yahoo und MSN werden aus einer Vielzahl verschiedener News-Streams gespeist, angefangen von den klassischen Presseagenturen wie dpa bis hin zu offenen Presseportalen, Socials News Communities, Blogs und RSS-Verzeichnissen.

Über die neuen Publikationsportale lassen sich Pressemitteilungen direkt veröffentlichen und erreichen Medienkontakte und Endkunden gleichermaßen. Dabei zielen auch die Texte auf eine neue Zielgruppe. Während die klassische Pressemitteilung bisher in erster Linie für Journalisten und Redakteure bestimmte war, erreicht die Online-Pressemitteilung auch die potentiellen Endkunden direkt.

Die proaktive Veröffentlichung im Internet hat viele Vorteile:

- Pressemitteilungen und Fachbeiträge werden direkt veröffentlicht und erhöhen die Anzahl der Veröffentlichungen im Internet unmittelbar.
- Die Suchmaschinen durchsuchen täglich das Internet nach neuen Daten und Informationen. Pressemitteilungen liefern aktuellen und themenrelevanten Content für die Suchmaschinen und werden daher bevorzugt gelistet.
- Presseportale haben eine hohe Reichweite und sind in den Suchmaschinen gut gerankt.
- Nachrichtenportale und Suchmaschinen wie Google, Yahoo, MSN oder AOL haben eigene News Rubriken, in denen aktuelle Pressemitteilungen aus Presseportalen und Pressediensten aufgenommen und entsprechend gelistet werden.
- Die Archive der Presseportale bieten eine dauerhafte Auffindbarkeit der

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

Pressemitteilung im Internet.

- Links im Presstext und in den Kontaktinformationen verweisen auf die entsprechende Unternehmens-Website. Eine weitläufige Verlinkung von Veröffentlichungen im Internet, sorgt für eine gute Verlinkung mit der eigenen Website (Backlinks).

## Veröffentlichen im Internet: Presseportale, Artikelverzeichnisse, Blogs & Co.

Es gibt inzwischen eine große Anzahl verschiedener Publikationsportale im Internet, die sich in ihrer Ausrichtung unterscheiden:

- Kostenpflichtige Pressedienste
- Kostenfreie, offene Presseportale
- Nachrichtenportale
- Social News Portale
- Artikelverzeichnisse
- RSS-Feeds und RSS-Verzeichnisse
- Blogs und Blog-Verzeichnisse
- Twitter und Tweets

### 1. Kostenpflichtige Pressedienste

Zu den Pressediensten zählen die klassischen Nachrichtenagenturen, wie z.B. dpa oder ddp. Die Pressemitteilungen werden zusätzlich zu einer Veröffentlichung auf dem Presseportal auch per Satellit oder per Wire-Service an die Nachrichtenredaktionen der angeschlossenen Medien versandt.



**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

## 2. Kostenfreie, offene Presseportale

Neben den kostenpflichtigen Presseportalen gibt es die Publikationsportale. Viele dieser Portale bieten eine kostenfreie Veröffentlichungen von Pressemitteilungen an. Die Portale finanzieren sich in der Regel über Werbung bzw. Google Ads oder auch über zusätzliche, kostenpflichtige Pressedienstleistungen.

Liste der wichtigsten Presseportale:

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

## 3. Social News Portale

Social News Portale wie z.B. yigg.de oder webnews.de sammeln News von Internet-Usern für Internet-User, d.h. die News werden als Lesetipp eingestellt und von anderen Usern bewertet.

## 4. Nachrichtenportale

Nachrichtenportale wie z.B. Google News oder Yahoo News speisen ihre Daten aus verschiedenen Nachrichtenquellen und mischen sie teilweise mit eigenen Nachrichten und Beiträgen. Die Nachrichten und Pressemitteilungen kommen zum Teil auch aus den News-Streams und RSS-Feeds der Presseportale.

## 5. Artikelverzeichnisse

Artikelverzeichnisse wie z.B. fachwissen-katalog.de oder suite101.de sind Sammlungen von Fachbeiträgen aus unterschiedlichen Themen-Bereichen. Dabei handelt es sich in der Regel um Exklusiv-Veröffentlichungen zu bestimmten Fachthemen. Die Veröffentlichung eigener Artikel lohnt sich in jedem Fall, denn jeder Artikel mit relevanten Inhalten erzeugt Backlinks auf die eigene Website.

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

### 6. RSS-Feeds und RSS-Verzeichnisse:

RSS (Really Simple Syndication) ist eine Metasprache, die auf XML (Extensible Markup Language) basiert. RSS-Feeds sind textbasierte Datenstreams, die das Senden und Empfangen von Nachrichten erleichtern. Pressemitteilungen und Newsletter lassen sich sehr einfach als RSS-Feed erstellen. Wer auf seiner Website RSS-Feeds anbietet, sollte diese auf jeden Fall in RSS-Verzeichnisse wie z.B. [rss-nachrichten.de](http://rss-nachrichten.de) oder [rss-scout.de](http://rss-scout.de) eintragen, um mehr potentielle Zielgruppen zu erreichen. Über RSS-Verzeichnisse können User nach RSS-Feeds aus Artikelseiten, Blogs, Presseportalen oder anderen Veröffentlichungen suchen und die RSS-Feeds direkt abonnieren.

### 7. Blogs und Blog-Verzeichnisse

Die Bezeichnung **Blog** oder eigentlich **Weblog** ist eine Wortkreation aus „Web“ und „Log“ (englisch für Logbuch). Blogs sind öffentliche Internet-Tagebücher, die aus abwärts chronologisch sortierten Listen von Einträgen bestehen, die ggf. noch nach bestimmten Inhalten und Themen gegliedert sind. Ein Blog dient in erster Linie zur Darstellung von persönlichen Meinungen zu bestimmten Themen oder Ereignissen. Ein Blog kann entweder als eindimensionales Informationsmedium oder auch zum Austausch von Gedanken oder Kommentaren genutzt werden. Um einen Blog zu bewerben, ist es wichtig, diesen in den sogenannten **Blogverzeichnissen** wie z.B. [bloggerei.de](http://bloggerei.de) oder [metaroll.de](http://metaroll.de) zu listen.

### 7. Twitter und Tweets:

Twitter ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)) (englisch ‚to tweet‘ = zwitschern) ist ein sogenannter Micro-Blogging-Dienst. Über Twitter können Textnachrichten mit maximal 140 Zeichen gesendet werden, ähnlich wie bei einem SMS-Dienst. Bei Twitter können die Kurznachrichten jedoch von beliebigen anderen Twitter-Nutzern gelesen und abonniert werden. Die Abonnenten werden als „Follower“ (englisch ‚to follow‘ = folgen) bezeichnet.

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

Ein Twitter-Kanal eignet sich, um neue Nachrichten und Informationen anzuteasern und mit der eigenen Website oder einem eigenen Blog zu verlinken. Insbesondere für Unternehmen, die regelmäßig interessante Nachrichten zu bestimmten Themen veröffentlichen, ist der Aufbau eines Twitter-Kanals zu empfehlen, um weitere Zielgruppen zu gewinnen.

## Online-PR und Suchmaschinen (SEO-PR):

### Was die Online-PR mit den Suchmaschinen zu tun hat

Wer im Internet nach Informationen sucht, ‚googelt‘. Nur wer in den Suchmaschinen zu den relevanten Themen und Suchwörtern auch gefunden wird, kann die Bekanntheit seines Unternehmens und seiner Angebote im Internet steigern und neue Kunden gewinnen. Etwa 2/3 des Rankings wird durch Maßnahmen außerhalb der eigenen Website beeinflusst, nämlich durch Marketing und PR. Insbesondere die Online-PR hat eine Reihe von sehr effektiven und kostengünstigen Instrumenten, um mehr Reichweite in den Suchmaschinen zu erreichen. Um die positiven Effekte für die Suchmaschinen nutzen zu können, ist es jedoch wichtig, zu verstehen, wie Suchmaschinen funktionieren.

Suchmaschinen arbeiten für Menschen. Menschen suchen Inhalte und Suchmaschinen finden Inhalte für Menschen. Themenrelevanz ist daher das wichtigste Kriterium für die Suchmaschinen, um passende Informationen zum Suchwort zur Verfügung zu stellen.

Die Suchmaschinenrobots durchsuchen regelmäßig alle neuen Webinhalte im Internet und legen diese kategorisiert im Suchmaschinenindex ab. Die Bewertung und Kategorisierung erfolgt über die Aktualität und die Relevanz zu bestimmten Schlagworten (= Keywords). Die Schlagworte richten sich nach den Suchbegriffen, die von den Webusern in die Suchmaschinen eingegeben 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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

Zur Analyse der Themenrelevanz von Webinhalten verwenden die Suchmaschinen sowohl technische als auch menschliche Kriterien. Die Bewertung der Relevanz von Inhalten zu einem Suchbegriff richtet sich zum einen nach den passenden Keywords in den Webtexten, zum anderen nach der Gesamtbewertung der jeweiligen Websites. Gut geschriebene Texte mit relevanten Inhalten und passenden Keywords sind somit schon einmal eine gute Voraussetzung, um von den Suchmaschinen indiziert zu werden. Der Text allein macht jedoch noch kein gutes Ranking. Passend zu den Inhalten analysieren die Suchmaschinen zusätzlich die Relevanz im Vergleich zu anderen Webinhalten. So werten die Suchmaschinen Links von anderen Websites wie eine Empfehlung für diese Website. Wenn viele Webseiten eine thematische Verlinkung zu der eigenen Website aufgebaut haben, dann ist dies für die Suchmaschinen ein Indiz, dass die verlinkte Website eine gewisse Relevanz für das Thema hat. Je mehr Seiten auf eine Website verlinken, desto höher gewichtet sich die Relevanz der verlinkten Website. Je höher die Bedeutung der Website, von der ein Link erfolgt, desto besser wird dieser Link für die Bewertung der verlinkten Website gewertet. Die Bewertung von Websites richten sich nach dem Besucheraufkommen (Traffic), Qualität der Inhalte und Relevanz zu bestimmten Themen.

Für eine gute Position in den Suchmaschinen sind also zwei Kriterien besonders wichtig:

1. **Themenrelevanter Content:** Aktuelle und relevante Texte mit entsprechenden Suchwörtern (Keywords).
2. **Backlinks:** Links von qualitativen und themenrelevanten Websites auf die eigene Website.

Die Entwicklung themenrelevanter Inhalte und Texte ist die Domäne der PR-Profis. Verlinkung entsteht durch Veröffentlichung. Aus diesem Grund ist die PR-Arbeit eine wichtige Maßnahme, um eine gute Position in den Suchmaschinen zu erzielen.

Das Internet bieten viele neuen Medien zur direkten Veröffentlichung von Pressemitteilungen und Fachartikeln. Die große Anzahl an neuen Medien für kostenlose

**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](mailto:presseinfo@pr-gateway.de)  
<http://www.pr-gateway.de>

Veröffentlichungen von Pressemitteilungen und Fachbeiträgen bietet auch kleineren Unternehmen die Möglichkeit, von einer sehr günstigen Medienpräsenz zu profitieren.

Online-Pressemitteilungen von Presseportalen werden in den Suchmaschinen gut platziert und daher auch gut gefunden. Wer diese Art der kostenlosen PR nutzen möchte, sollte seine Pressemitteilungen auf möglichst vielen Presseportalen veröffentlichen. Das erfordert durchaus einiges an Zeit und Aufwand, denn die meisten Portale erfordern zunächst eine Registrierung und auch die Eingabemasken sind meist sehr unterschiedlich aufgebaut.

Der Online-Dienst 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.



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

**Impressum:**

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

**Autorenhinweis:**

Melanie Tamblé, M.A., ist Expertin für Online-Marketing und PR. Sie ist Mitgründerin und Gesellschafterin der ADENION GmbH. Die ADENION GmbH entwickelt seit 2000 Softwarelösungen und Portale für Online-Marketing und -Vertrieb.

Der Online-Dienst 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 White Papers:  
<http://www.pr-gateway.de/presse>

