

## WIE IT-UNTERNEHMEN IHRE PRESSE-COVERAGE MAXIMIEREN KÖNNEN

Jedes IT-Unternehmen ist an einer regelmäßigen, positiven Darstellung in der Presse online und offline interessiert. Eine umfassende Presse Coverage in den richtigen Medien kommt jedoch nicht von allein zustande. Wenn Sie die Aufmerksamkeit der Medien auf Ihr Unternehmen ziehen wollen, müssen Sie wissen, wie und wo Sie Ihre Zielgruppen ansprechen, um Ihre Geschichte zu verbreiten. Dies beginnt einer guten PR-Strategie.

### EARNED MEDIA COVERAGE IST KEIN ZUFALLSPRODUKT

„Earned Media Coverage“ meint jene Darstellung in der Presse, die sich das Unternehmen fernab seiner Werbebemühungen verdient hat. Es geht hierbei nicht um bezahlte Artikel. Es geht darum, Journalisten Inhalte und Themen anzubieten, die sie gerne aufgreifen und veröffentlichen, weil sie echten Mehrwert und Qualität bieten. Berichterstattung in den Medien fördert nicht nur die Suchmaschinenoptimierung, in erster Linie schafft sie Vertrauen sowohl bei Ihren Zielgruppen als auch bei den Medien. Beginnen Sie daher mit einem strategischen und pragmatischen PR-Plan, um zu ermitteln, welche Ressourcen für die Priorisierung Ihrer Earned-Media-Ziele erforderlich sind.

„Earned Media Coverage“  
meint jene Darstellung  
in der Presse, die sich  
das Unternehmen fernab  
seiner Werbebemühungen  
verdient hat.

### STRATEGIEN FÜR EINE BESSERE PRESSE COVERAGE

Mit welchen Maßnahmen aber lässt sich die Presse Coverage verbessern?

#### 1. Erzeugen Sie hochwertige Inhalte

In der IT-Branche überzeugen Sie Kunden und Öffentlichkeit durch Ihre fachliche Kompetenz. Stellen Sie diese dar, erläutern Sie, wie Sie mit Ihren Lösungen die Herausforderungen Ihrer Kunden meistern können. Erstellen Sie Ihre Inhalte mit Blick auf Ihr Zielpublikum. Je mehr sich eine Person mit der Geschichte verbunden fühlt, desto eher wird sie positiv reagieren.

#### 2. Bieten Sie einen Mehrwert

Erarbeiten Sie sich einen einzigartigen Blickwinkel für ein Thema oder bieten Sie exklusive Inhalte.

#### 3. Bieten Sie einen professionellen Newsroom

Erstellen Sie einen gut gestalteten und SEO-freundlichen Newsroom, auf dem Journalisten alle Informationen finden, die Sie für Ihre Arbeit brauchen. Sorgen Sie dafür, dass die Inhalte stets aktuell sind, dass Kontaktadressen zu Ansprechpartnern vorhanden sind und genügend Bild- und Illustrationsmaterial zur Verfügung steht.

#### 4. Leisten Sie sich eine Mediendatenbank

Investieren Sie in eine gute Mediendatenbank, die kontinuierlich aktualisiert wird und Ihnen eine einfache Suche nach den für sie relevanten Journalisten ermöglicht. Verzichten Sie auf die früher üblichen Excel-Listen. Der Aufwand, diese Listen aktuell zu halten, wird meistens unterschätzt. Zudem müssen Sie sich dann auch selbst um die Einhaltung der DSGVO-Vorgaben kümmern.

#### 5. Legen Sie PR-Richtlinien fest

Legen Sie strenge Veröffentlichungsstandards fest, um gut geschriebene, leicht zu verbreitende und SEO-optimierte Inhalte zu gewährleisten.

#### 6. Wählen Sie Ihre Pressekanäle intelligent aus

Zu einer guten Presse Coverage gehört auch, Ihr Engagement im Verhältnis zum Ertrag zu optimieren. Es bringt wenig, betriebsintern viele Stunden an einer PR-Strategie zu feilen, wenn diese auf die falschen Medien abzielt. Ein Verständnis für die bevorzugten Medien und Kommunikationskanäle Ihrer Zielgruppe ist entscheidend, um einen größeren Aufwand in der Verbreitung Ihrer Inhalte zu vermeiden.

Es kann auf den ersten Blick kontraproduktiv wirken, bewusst auf verschiedene Medien zu verzichten und das Engagement auf einige wenige PR-Maßnahmen zu legen. Am Ende des Tages ersparen Sie sich jedoch eine Menge Arbeit, da kein Content für ohnehin wenig erfolgreiche Kanäle generiert werden muss.

#### 7. Nehmen Sie sich Zeit für eine gute Journalisten-Ansprache

Gewinnen Sie die Aufmerksamkeit der Journalisten mit einer effektiven und inspirierenden Ansprache. Gestalten Sie Ihre Ansprache möglichst persönlich und halten Sie sie einfach und kurz.

#### 8. Bleiben Sie am Ball

Journalisten werden von sehr vielen Firmen kontaktiert. Sie erhalten täglich unzählige Themenangebote. Es sollte Sie deshalb nicht verwundern oder verunsichern, wenn keine direkte Rückmeldung kommt. Bleiben Sie hartnäckig und fragen Sie nach einem übermittelten Pitch nach, ob und wann mit einer Berichterstattung zu rechnen ist.

#### 9. Bleiben Sie flexibel

Seien Sie flexibel, wenn Journalisten zwar Interesse am vorgeschlagenen Thema signalisieren, aber die Story anders aufgezäumt haben möchten, an anderen Aspekten mehr interessiert sind oder sonstige Änderungen wünschen. Machen Sie sich die Mühe, diese Wünsche möglichst zu erfüllen.

#### 10. Behalten Sie die Trends im Blick

Auf dem neuesten Stand zu bleiben, lohnt sich. Wer als IT-Unternehmen aktuelle Trends der Branche spannend aufbereitet, steigert die Chance auf eine mediale Abdeckung erheblich.

#### 11. Priorisieren Sie Journalistenanfragen

Gehen Sie auf Journalistenanfragen schnell ein und berücksichtigen Sie die Wünsche der Redakteure. Auch, wenn der Alltag stressig ist – priorisieren Sie Anfragen von Journalisten.

#### 12. Planen, umsetzen, messen, optimieren

Planen Sie all Ihre PR-Aktivitäten gut, messen Sie die Ergebnisse und optimieren Sie laufend. So können Sie Schritt für Schritt Ihren Medienoutput verbessern.

**Erfolgreiche Pressearbeit ist kein Sprint, es ist ein Dauerlauf. Nur, wenn Sie kontinuierlich dranbleiben, können Sie Ihre Ergebnisse verbessern.**

### UNTERSTÜTZUNG HOLEN

Erfolgreiche Pressearbeit ist kein Sprint, es ist ein Dauerlauf. Nur, wenn Sie kontinuierlich dranbleiben, können Sie Ihre Ergebnisse verbessern. Ja, das ist mit einigem Aufwand verbunden. Aber es lohnt sich. Wenn Ihnen intern die Kapazitäten dafür fehlen, holen Sie sich Unterstützung von kompetenten Freelancern, aber verzichten Sie nicht auf eine gute Presse Coverage.



#### GABRIELA MAIR

Ihre Ansprechpartnerin für PR und Content

#### ProComm e.U.

📍 Urbangasse 21/1/11, 1170 Wien

☎ +43 1 408 57 94

📱 +43 676 908 35 71

✉ g.mair@procomm.biz

🌐 www.procomm.biz