

handwerk. magazin

www.handwerk-magazin.de

Anleitung:

ERFOLGREICHE PR für Handwerksbetriebe

Quelle: **Jansen.Komm!**,

IMMER AUF DER SICHEREN SEITE



Von unserer Fachredaktion geprüft. Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

Anleitung **ERFOLGREICHE PR**

Klappern gehört zum Handwerk. Wer über seine Leistungen und Produkte berichtet, hat deutlich mehr Erfolg. Wie Handwerksunternehmer ihre PR- und Öffentlichkeitsarbeit organisieren, wie sie in die richtigen Medien kommen und welche rechtlichen Hürden sie dabei beachten müssen.

1. ZIEL FESTLEGEN

Eine einzige Pressemitteilung (PM) innerhalb eines Jahres auszusenden reicht nicht. Vier bis acht „Aufschläge“ sind sinnvoll, um Kontinuität und Wirkung beim Adressaten zu erzielen. Die erste PM sollte in ein Jahreskonzept eingebettet sein. Welches Ziel verfolgt Ihr Unternehmen?

2. PRESSEVERTEILER

Eine relativ hohe Fluktuation in Redaktionen – Print wie Online – erfordert eine regelmäßige Überarbeitung, Aktualisierung und Erweiterung Ihres Presseverteilers.

3: NEWS BIETEN

Wer keine News hat, sollte auch keine Pressemitteilung herausenden. Nichts ist schlimmer, als Redaktionen und Journalisten mit 08/15-Pressinformationen zu belästigen.

4. PROFIS SCHREIBEN LASSEN

Wer sich als Chef nicht traut, sollte Experten ranlassen.

Textunterstützung. Selbst Profis brauchen Unterstützung beim Schreiben. Seiten wie <http://synonyme.woxikon.de/>, die bei der Suche nach sinnverwandten Begriffen helfen, die Dudenredaktion (<http://www.duden.de/>) oder <http://www.wiesagt-man-noch.de/> sind kostenlos.

5. TIPP: QUALITÄT BIETEN

Die Pressemitteilung ist eine Visitenkarte des Absenders. Nicht zuletzt aus diesem Grund müssen Text und Sprache ohne Fehl und Tadel sein. Die PM sollte nicht handgestrickt wirken, sondern professionell und präzise informieren.

Auf pixelio.de, pixabay.de oder aboutpixel.de gibt es beispielsweise Tausende an kostenlosen Fotos und Bildern zu Centpreisen, die durchaus auch Handwerker-Homepages gut zu Gesicht stehen.

Wichtig: Vor Veröffentlichung prüfen, ob das Bild auch gewerblich eingesetzt werden darf.

6. TIPP: ERSTER EINDRUCK

Die News ist wichtig. Aber genauso wichtig ist die Aufarbeitung der Botschaft. Der Empfänger der Pressemitteilung entscheidet in Sekundenbruchteilen, ob er mit der PM etwas anfangen kann.

Headlines wie „Entscheidende Änderungen bei Versicherungspolicen“ oder „Mustermann-Firma präsentiert am 1. Februar eine wegweisende neue Technik“ provozieren mehr Resonanz als Allgemeinplätze wie etwa „Starker Jahresanfang“ oder Arbeitstitel wie „News zum Jahresbeginn“.

7. VERBREITEN

Webseiten wie openpr.de veröffentlichen kostenlos Pressemeldungen von Unternehmen und Institutionen. Einzig die Bestimmungen des deutschen Pressekodex müssen dort eingehalten werden, damit die Redaktionen die Pressemitteilungen übernehmen. Presse- und Öffentlichkeitsarbeiter sind gut organisiert. Webseiten wie die der Deutschen Public Relations Gesellschaft oder des Fachmagazins PR-Report halten auch für Chefs jede Menge brauchbare Infos, Studien und Veranstaltungshinweise bereit.

Anleitung **ERFOLGREICHE PR**

8. NACHFASSEN

Ist die Pressemitteilung verfasst und an die Zielgruppe versendet, ist die PR-Aktion noch nicht beendet. Die Wirkung kann mit einem telefonischen Nachfassen deutlich erhöht werden. Ein freundlicher Anruf beim jeweiligen Adressaten mit dem Angebot, beispielsweise zusätzliche Informationen zu liefern, erhöht den individuellen PR-Charakter und stellt zudem einen persönlichen wie nachhaltigen Kontakt zu Redaktion und Unternehmen her.

9. WEITERBILDUNG

Seminare wie die der Deutschen Presseakademie (www.depak.de) helfen Unternehmern mit praxisnahen Schulungen bei der Einarbeitung ins Thema Pressearbeit. Die Mannheimer Social Media Akademie (<http://www.socialmediaakademie.de/>) hilft mit Kursen über die sozialen Netze.

10. PRESSERECHT

Wer sich als Handwerker ins Thema Presse- und Urheberrecht einlesen will:
<http://www.rechtambild.de/> hilft mit Tipps.