

# Nachhaltige Texte für Presse, Print und Web



**Wieso werden unsere Pressemitteilungen nicht oder nur selten abgedruckt?**

**Wieso kommen so wenige Pressevertreter an unsere Pressekonferenzen? Was muss ich unternehmen,**

**um nachhaltige Pressearbeit zu realisieren? Wie erstelle ich Text, der auch gelesen wird? Soll ich meine Texte für Presse/Print/Web selber schreiben oder durch erfahrene Fachleute erstellen lassen? Mit diesen Fragen beschäftigt sich Jürg Fehlbaum seit Jahren und berät die Unternehmen in allen Belangen bei der Texterstellung. Als langjähriger Chefredaktor mehrerer Fachzeitschriften und Inhaber eines eigenen Pressebüros kennt er die Tücken und Tricks nachhaltiger Texterstellung und der Pressearbeit als Insider. (www.easytext.ch)**

## **Herr Fehlbaum, was wird bei der Pressearbeit öfters falsch gemacht?**

Ich stelle in der Praxis immer wieder fest, dass gewisse Unternehmen ihre Pressearbeit nicht nachhaltig genug durchführen. Da findet ein Mitarbeiter des Verkaufs mal ein wenig Zeit und erstellt gleich eine grosse Anzahl von Pressemitteilungen, verwendet Werbesprüche en masse und sendet alles zusammen an die entsprechenden Presseorgane, in der Hoffnung, dass nun alles publiziert werde. Nachher erhält man über Monate nichts mehr von dieser Firma. Gerade bei der Pressearbeit gilt jedoch der Spruch: «Einmal ist keinmal!» Die Pro-

dukt-Lebensdauer wird bekanntlich immer kürzer! Nachhaltige Pressearbeit ist deshalb wichtig, denn was nützen die besten Produkte, wenn sie keiner kennt?

## **Wie gestaltet man nachhaltige Pressearbeit?**

So wie man gegen Ende Jahr beispielsweise ein spezifisches Werbebudget für das folgende Jahr erstellt, so muss auch die Pressearbeit vorgängig genau definiert werden. Wer ist zuständig und kann gute Texte erstellen? Selber schreiben oder die Texterstellung outsourcen? Gibt es inhaltlich eine klare Abtrennung zwischen Werbetext für die Inserate und Text für den redaktionellen Teil? Ist der Text fachtechnisch genau dem Zielpublikum der Presseorgane angepasst und wird kontinuierlich informiert? Auch ist es inhaltlich ein grosser Unterschied, ob man für die Boulevard-Presse oder für die Fachpresse schreibt. Der Redaktor entscheidet, ob ein Text publiziert wird oder nicht. Was nicht passt, fliegt in den Papierkorb. Schade für die viele Arbeit des Texterstellers.

## **Inserate sind ja nicht gerade billig.**

Stimmt. Umso wichtiger ist, dass der «teure» Werbefranken auch optimal eingesetzt wird. Ich verrate bestimmt kein Geheimnis, wenn ich darauf hinweise, dass Inserat-Kunden bei einem Verlag generell grössere Chancen auf redaktionelle Unterstützung haben werden, als Firmen, die die Presse nur für ihre redaktionellen Beiträge «ausnützen» wollen. Absolute Weltneuheiten als «Muss» für die Presse sind bekanntlich eher rar. Kommt hinzu: Im Zeitalter der Gratisblätter leben die meisten Presseorgane praktisch nur von Inseraten. Ohne diese

Art von «Sponsoring» gäbe es weder eine Formel 1 noch Privatfernsehen usw.

## **Wie organisiert man effiziente Pressekonferenzen?**

Im Laufe der Jahre habe ich unzählige Pressekonferenzen besucht und markante qualitative Unterschiede festgestellt. Erstes Gebot: Machen Sie nur eine Pressekonferenz, wenn Sie wirklich Wichtiges mitzuteilen haben! Ein paar zusätzliche Gratis-Tipps: Pressekonferenzen sollten höchstens 1,5 bis 2 Stunden dauern und es muss unbedingt eine professionelle Pressemappe mit CD abgegeben werden. Auch soll die Pressekonferenz an einem Ort stattfinden, der mit öffentlichen Verkehrsmitteln sehr leicht erreichbar ist. Bis ein Redaktor ein bis zwei Stunden Hin- und Rückfahrt in Kauf nimmt, braucht es schon sehr viel. Wichtig ist ebenfalls, die Pressekonferenz möglichst 3 bis 4 Wochen vorher anzukündigen. Redaktoren sind viel beschäftigte Leute, die überall gleichzeitig sein sollten. Fatal: Wenn an einer Pressekonferenz dann nur 1 Redaktor, aber 6 bis 7 Firmenangehörige präsent sind, so ist das für beide Seiten fast schon peinlich. Alles schon selbst erlebt.

## **Texte selber erstellen oder outsourcen?**

Wer schon selbst einen Fachartikel, Erfolgsstory, Publi-Reportage oder ähnliches erstellt hat, weiss, wie viel Arbeit und Korrekturen dahinter stecken. Ich kenne niemanden, der einen umfangreichen Fachtext gleich auf Anhieb fehlerlos und inhaltlich super gestaltet «hinschreibt». Wenn ich an meine Anfangszeiten als Redaktor denke, muss ich heute noch schmunzeln. Übung macht den Meister! Nach unzähligen Artikeln fällt mir dies schon viel leichter. Gehört ja auch zu meiner alltäglichen Tätigkeit als Fachjournalist mit Berufsregister-Eintrag.

Jürg Fehlbaum

Anzeigen



easytext®

## Wir sorgen für den professionellen Text

**Anhand von Stichworten, Interviews oder Produkt-Unterlagen erstellen wir professionellen Text für**

### PRINT, WEB oder PRESSE

Firmenportraits, Kundenzeitschriften, Newsletter, Erfolgsstorys, Publi-Reportagen, Broschüren, Pressemitteilungen, Anwenderberichte und vieles mehr...

Auf Wunsch gestaltet unser Kreativeteiler Fehlbaum für Sie das gesamte Layout.

Pressbüro easytext J.+ M. Fehlbaum
Telefon 056 610 55 55
www.easytext.ch
info@easytext.ch