

## PR-Tipp made by muebri.de – #033

### Presstext.

Ein Presstext ist keine Anzeige. Das ist auf den ersten Blick selbstverständlich. Trotzdem kommt es hin und wieder zu Missverständnissen. Zum Beispiel wenn der Kunde nach der Abstimmung eines Textes fragt, wann und wo der Text in der Zeitung erscheint. Das liegt nicht in der Hand der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Denn beim Versand einer Pressemitteilung handelt es sich nur um ein Angebot an die Medien, diesen Text zu veröffentlichen. Ob und wann das geschieht, entscheidet einzig und allein die Redaktion. Schließlich gibt es in Deutschland die Pressefreiheit. Deshalb verbietet sich in aller Regel auch ein Anruf beim zuständigen Redakteur. Im besten Fall ist er oder sie dann nur genervt.

Ist der Presstext gut geschrieben und vermittelt einen interessanten Inhalt, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass die Zeitung, die Zeitschrift, das Internetportal oder der Lokalsender darüber berichtet. Gegenüber einer Anzeige hat der Presstext einen unschlagbaren Vorteil. Er ist nicht nur preiswerter, sondern auch um einiges glaubwürdiger.

(dh)

©2012 Medienbüro Müller-Bringmann