

## PR-Tipp made by muebri.de – #091

### Vorurteil Kosten.

Viele Unternehmen scheuen es, Geld für Medien- und Öffentlichkeitsarbeit auszugeben. Der Grund: Der Erfolg der PR scheint für manche kaum messbar zu sein. Und in der Tat, es ist schwer, die Wirkung einer mehrere tausend Euro teuren Werbeanzeige mit der Nennung des Unternehmensnamens in einem Presse-Artikel zu vergleichen. Das eine bekommt man sofort gegen Bezahlung, für das andere muss man eventuell lange arbeiten.

Gelingt es aber, einen Presstext in den Medien zu platzieren, stufen die Leser die Botschaft als glaubwürdig und wichtig ein. Im Gegensatz dazu wird Werbung oft von den Lesern ignoriert oder als unglaubwürdig empfunden. Zudem ist Pressearbeit deutlich günstiger. Ein weiterer Pluspunkt ist die Auffindbarkeit im Internet. Während Werbung nur so lange sichtbar ist, wie sie gebucht wurde, gibt es für Pressemitteilungen kein Verfallsdatum. Fazit: Pressearbeit steigert den Bekanntheitsgrad des Unternehmens, ermöglicht es, neue Kunden zu gewinnen und bringt die Produkte an die Öffentlichkeit.

(hil)

©2013 Medienbüro Müller-Bringmann