

PR-Tipp made by muebri.de – #290

Presse-Clipping

Tue Gutes und rede darüber, lautet der wohl bekannteste PR-Grundsatz. Doch Reden alleine bringt nicht viel. Das, was man zu sagen hat, muss auch transportiert werden. Ob dieser „Transport“ funktioniert, lässt sich am besten mit einem Presse-Clipping überprüfen. Es beinhaltet die Zusammenstellung der in den Medien veröffentlichten Berichte zu einem bestimmten Thema, Produkt oder Unternehmen. Ein Presse-Clipping kann sowohl für Printmedien als auch für Online-Medien erfolgen und wird je nach Bedarf täglich, wöchentlich oder monatlich angefertigt. Mit Hilfe dieser Dokumentation kann man die Berichterstattung der Medien über das Unternehmen regelmäßig verfolgen. Die gesammelten Clippings werden anschließend zu einem Pressespiegel zusammengestellt und dienen unter anderem der Erfolgskontrolle.

Struktur für die Erfassung schaffen

Für die Erstellung eines Presse-Clippings gelten bestimmte Formalien: Die gesammelten Veröffentlichungen sollten in einem separaten Clipping-Ordner gespeichert werden. Folgende Angaben müssen dokumentiert werden: Der Name und die Art des Mediums, in dem der Artikel erschienen ist sowie das Erscheinungsdatum. Eventuell kann man noch die Reichweite des Mediums und die Seitenplatzierung erfassen. Neben den Printmedien sollte man auch Webseiten, Blogs, Foren und die Social Media-Kanäle in die Medienbeobachtung miteinbeziehen.

Hier wird schnell klar, die Erstellung eines Presse-Clippings ist eine zeitaufwendige Aufgabe. Wer diese Zeit nicht hat, kann auch spezialisierte Dienstleister beauftragen. Zu deren - natürlich kostenpflichtigem - Service gehört die kontinuierliche Recherche der Medienpräsenz eines Unternehmens anhand bestimmter Suchbegriffe oder Themen. Die Ergebnisse werden anschließend dokumentiert.

Kostenlos: Google Alerts

Neben diesen kostenpflichtigen Angeboten gibt es auch kostenfreie Tools, um online nach veröffentlichten Beiträgen zu suchen. Ein Beispiel ist „Google-Alerts“. Für die Nutzung empfiehlt es sich, bereits im Vorfeld bestimmte Keywords (Schlüsselwörter) festzulegen, unter denen das Unternehmen gefunden werden soll. Diese Schlüsselwörter kann man dann auch bei Google-Alerts festlegen. Tauchen diese Keywords dann auf Webseiten, in Nachrichten oder Blogs auf, erhält man automatisch eine E-Mail, die über die Veröffentlichung informiert.

Gründe für Presse-Clippings

Doch warum sollte man sich die Mühe eines Presse-Clippings überhaupt machen? Aus folgenden Grund: Mit Hilfe der Medienbeobachtung lassen sich die Reichweite und Sichtbarkeit der eigenen Öffentlichkeitsarbeit ermitteln. Das Presse-Clipping hilft dabei, die aktuelle Medienberichterstattung und das eigene Bild in der Öffentlichkeit zu beobachten. Je nachdem wie diese Beobachtung ausfällt, kann man eingreifen und die Berichterstattung positiv beeinflussen. Zudem kann es bei der Medienbeobachtung Sinn machen, auch mal nach rechts und links zu schauen. Wie wird zum Beispiel in den Medien über den Mitbewerber berichtet? Man kann die Entwicklung von Konkurrenten beobachten und gegebenenfalls darauf reagieren.

(hil)

©2017 Medienbüro Müller-Bringmann/07. November 2017