LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

Online-Pressemitteilung

Praxistipps für Online-Pressemitteilungen!

Immer wichtiger wird neben der klassischen Pressemitteilung die **Online-Pressemitteilung**. Diese wird im Internet bereitgestellt (z.B. auf der Vereins-Homepage oder einem Online-Presseportal).

Die Online-Pressemitteilung unterscheidet sich von der klassischen Pressemitteilung durch die Zielgruppen und ihren Aufbau.

Eine Online-Pressemitteilung richtet sich nicht nur an Medien. Zur Zielgruppe gehören neben Journalisten auch Social Media-Influencer, Blogger und Vereinskunden (z.B. bestehende und potenzielle Vereinsmitglieder, Kursteilnehmer bzw. Sponsoren). Diese können den Inhalt der Online-Pressemitteilung ohne den Umweg über Journalisten sowie unbearbeitet durch Medienvertreter lesen.

Wenn Sie unsere Tipps für die Erstellung einer Online-Pressemitteilung beachten, stehen die Chancen gut, dass Internetnutzer via Suchmaschinen (Google, Bing und Co.) auf Ihre Pressemitteilung aufmerksam werden.

Praxistipps zum Aufbau einer Online-Pressemitteilung:

- Die Überschrift sollte maximal 55 Zeichen inkl. Leerzeichen umfassen! (Vorteil: Die Überschrift wird vollständig in der Google-Trefferliste angezeigt)
- Platzieren Sie aus Ihrer Sicht relevante Schlüsselbegriffe in der Überschrift (idealerweise in den ersten Wörtern. Schlüsselbegriffe/Keywords sind die Basis für die Auffindbarkeit Ihrer Online-Pressemitteilung)
- Fassen Sie im ersten Absatz (Leadtext) die wichtigsten Inhalte der Meldung zusammen! (Max. 2 Sätze. Max. 145 Zeichen inkl. Leerzeichen sind ideal!)
- Platzieren Sie auch im Leadtext relevante Keywords! (Auch das wirkt sich positiv auf die Auffindbarkeit Ihrer Pressemitteilung im Internet aus)!
- Der Haupttext sollte maximal drei bis fünf Abschnitte umfassen!
- Arbeiten Sie wie bei der klassischen Pressemitteilung mit Zwischenüberschriften!
- Binden Sie Bilder und Videos ein! (Multimediale Inhalte erhöhen die Aufmerksamkeit und führen zu hohen Klickraten! Bilder und Videos verbessern auch die Auffindbarkeit durch Google & Co.)!
- Bauen Sie Backlinks auf die Quelle der Pressemitteilung (z.B. Vereins-Homepage) ein!
- Vergessen Sie auch bei der Online-Pressemitteilung nicht die Kontaktinfos (Vor- und Name des Ansprechpartners im Verein sowie dessen Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Außerdem die Postanschrift sowie die Homepage-URL angeben!). Üblicherweise werden die Kontaktdaten am Ende der Pressemitteilung platziert.