

Presseinformation

Duisburg, 13.03.14

Neuer Blog: PR-Praxistipps für Unternehmen

„Unternehmen müssen spätestens jetzt umdenken“

Der Duisburger PR-Journalist Andreas Quinkert vermittelt kleinen und mittelständischen Unternehmen per Blog Grundlagenkenntnisse über die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – praktische Tipps für eine zeitgemäße Zielgruppenansprache inklusive.

Duisburg. „Mit klassischer Werbung lockt man kaum noch wen hinter dem Ofen hervor“, sagt der Duisburger PR-Journalist Andreas Quinkert, der seit 2004 als Freiberufler für Unternehmen und Agenturen im Einsatz ist. „Zumal die Musik heute zunehmend im Internet spielt, und dort haben die User nun einmal andere Erwartungen und Bedürfnisse. Das Wegklicken-Müssen von plötzlich aufpoppenden Werbebannern oder Autoplay-Werbespots gehört mit einiger Sicherheit nicht dazu.“

Vielmehr wird „Werbung 1.0“ schon bald ganz aus dem Web verschwunden sein, wie erst vor wenigen Wochen der Informationsdienst TrendScanner prognostiziert hat. „User suchen im Web nach seriösen Informationen und kurzweiliger Unterhaltung, und das moderne Marketing reagiert seit zwei, drei Jahren sehr feinfühlig auf genau diesen Umstand“, so Quinkert weiter.

Content Marketing statt Werbung

„Content Marketing“ heißt das neue Zauberwort, das es bei Google mittlerweile auf 4,5 Millionen Treffer bringt. Tendenz weiter stark steigend. Dahinter verbirgt sich eine immer erfolgreichere, nicht-

werbliche Marketing-Technik, die via Webseiten, Social Media und Blogs eben jene redaktionellen und unterhaltsamen Inhalte bereitstellt, nach denen Zielgruppen im Web auf der Pirsch sind.

„Durch seinen Infotainment-Ansatz unterscheidet sich Content Marketing allerdings nur in Nuancen von herkömmlichen PR-Techniken“, schränkt Quinkert ein. „Der Hauptunterschied besteht lediglich darin, dass die Zielgruppenkommunikation heutzutage über andere, oder besser gesagt: andersartige Kanäle läuft.“

Oft noch ein Buch mit sieben Siegeln

Aus seiner Sicht nutzen vor allem kleine und mittelständische Unternehmen neue Chancen wie diese noch viel zu selten – oder oft komplett falsch. Grund: „Für viele ist Content Marketing ebenso wie Public Relations nach wie vor ein Buch mit sieben Siegeln – und deswegen lassen sie entweder gleich ganz die Finger davon oder verfallen in kopflosen Aktionismus. In beiden Fällen bleibt dann jede Menge Potential ungenutzt.“

Daher greift der 47-jährige PR-Allrounder Unternehmen, Start-ups und Selbstständigen per „Quinkert bloggt“ nun ein wenig unter die Arme: „Wie bei jedem Beratungsgespräch vermittele ich in meinem PR-Blog auf leicht verständliche Weise Basiswissen und gebe erste Praxis-Tipps, um so insgesamt die Hemmschwelle für Neueinsteiger zu senken.“ Denn in einem Punkt sind sich Experten längst einig: Unternehmen, die nicht spätestens jetzt umdenken, werden ihre Zielgruppen künftig nicht mehr in ausreichendem Maße erreichen – und könnten somit bald weg vom Fenster sein.

„Quinkert bloggt“ unter: www.quinkertpr.blogspot.com