

Presseportale

Ein freies Presseportal ist eine Internetplattform, in dem man seine eigenen Artikel veröffentlichen kann. Gut geschriebene Beiträge in **hochwertigen Presseportalen** sorgen für eine bessere und nachhaltige Sichtbarkeit in den Suchergebnissen, dienen dem Linkaufbau und informieren Journalisten über Neuigkeiten.

Es gibt viele Online-Portale, die Presseartikel veröffentlichen, aber nicht alle sind gleichwertig. Man sollte sich für solche entscheiden, die eine hohe Reichweite, eine gute Reputation und eine hohe thematische Relevanz haben.

Mit Presseartikeln sein Ranking steigern und im Internet gefunden werden



Erfolgreiche Presseartikel verfassen

Presseartikel sind eine effektive Möglichkeit, die Sichtbarkeit und das Ranking einer Website zu erhöhen. Durch die Veröffentlichung von relevanten, qualitativ hochwertigen und aktuellen Inhalten können Presseartikel das Interesse und die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden wecken, die Autorität und das Vertrauen in eine Marke stärken und mehr Traffic und Konversionen generieren.

Um mit Presseartikeln sein Ranking zu steigern und im Internet gefunden zu werden, sollte man einige wichtige Aspekte beachten.

Freie Entfaltung beim PR-Text mit Einschränkungen!

- Es bleibt dem Autor überlassen, welche Details er in seiner Pressenachricht mit einbringen möchte.
- Jeder kann über seine eigenen Gedanken und Meinungen schreiben, sofern es vom jeweiligen Betreiber genehmigt wird.
- Für die Inhalte sind Sie selbst verantwortlich und müssen versichern, dass die Urheberrechte Dritter nicht verletzt werden.
- Jeder PR-Text muss zunächst vor der Redaktion des jeweiligen Presseportals bestehen. Erst dann wird er freigeschaltet.
- Schon kleine Formfehler, oder eine **rein werbliche Ausrichtung** im PR-Text können zu einer Ablehnung führen.
- Generell sind die **Ansprüche der Presseportale** sehr hoch und die Regeln werden streng befolgt (**Pressekodex**). So kommt es häufig vor, dass Presseartikel nicht veröffentlicht werden.

Daher achten Sie darauf, dass Ihre eingereichte Pressemeldung:

- einen Nachrichtencharakter hat,
- ein Ereignis, ein Produkt oder eine Dienstleistung als Thema hat,
- die Sprache einen journalistischen Stil aufweist,
- eine aussagekräftige Schlagzeile beinhaltet, die die Aufmerksamkeit der Leser weckt,
- eine kurze Zusammenfassung (Abstract) hat,
- nach einem Leitfaden geschrieben wird (das Wichtigste kommt zuerst, dann erst folgen die detaillierten Ausführungen zum Schlagzeilenthema).

Schweiften Sie nicht zu sehr in andere Themengebiete ab.

Der rote Faden sollte durchgängig erkennbar sein.

Eigene Werbung mit Vorsicht!

- Ein Presseartikel darf Werbung beinhalten, sollte aber vor allem informativ sein und dem Leser einen Mehrwert bieten!
- Eine direkte Anrede an den Leser ist jedoch in **Presseportalen**, genau wie in Artikelverzeichnissen, nicht erlaubt. Die Pressemeldungen müssen in der dritten Person geschrieben werden. Sätze, wie "Wir bieten Ihnen..." können dazu führen, dass Ihr gesamter Pressebericht abgelehnt wird.
- Man darf in PR-Texten das eigene Unternehmen und auch sein Produkt bzw. Dienstleistung nennen, sofern es der aktuellen Nachricht dient und nicht der eigenen Werbung! (Damit Interessenten Sie kontaktieren können, werden am Ende einer Pressenachricht auch Ihre Unternehmensdaten hinterlassen.)

Begrenzte PR-Texte!

Die jeweilige Textlänge sollte aus ca. 300 Wörtern bestehen, um in Anbetracht eines Top-Rankings bestmögliche Ergebnisse zu erzielen. (Ist der PR-Text zu lang und zu ausführlich, wird sie eventuell von der Redaktion am Ende gekürzt).

Optimierung der Keywords!

Presseartikel sollten die wichtigsten Keywords enthalten, die die Zielgruppe nach der Suche verwendet. Dabei sollte man auf eine natürliche und angemessene Keyword-Dichte achten, um eine Überoptimierung zu vermeiden.

Erstellung von ansprechenden Überschriften!

Die Überschrift ist das Erste, was die Leser sehen, und entscheidet oft darüber, ob sie den Artikel weiterlesen oder nicht. Daher sollte die Überschrift neugierig machen, einen Nutzen versprechen oder ein Problem lösen.

Strukturierung des Textes!

Presseartikel sollten klar und übersichtlich gegliedert sein, mit Absätzen, Zwischenüberschriften, Aufzählungen und Bildern. Das erleichtert das Lesen und das Verständnis des Inhalts.

Qualitativ hochwertige Verweise!

Presseportale bieten meistens die Möglichkeit innerhalb der PR-Texte ca. zwei Deeplinks zu setzen und verlinken zudem im Pressekontakt zu Ihrer Seite. Dies gibt gute Backlinks und stärkt Ihre Linkstruktur (wenn sie richtig erstellt wurden).

Kostenlose Internetwerbung!

- Presseartikel dienen der Auffindbarkeit im Netz. Ein PR-Text in hochwertigen Portalen, wird in den Ergebnislisten (SERPs) gut geschaltet.
- Bei einigen Portalen werden die Artikel zusätzlich in die Datenbanken anderer Dienste eingestellt.
- Manche Presseportale haben Kooperationen mit anderen Verzeichnissen, die Ihre Pressemeldung ebenfalls veröffentlichen.

Keine zeitlichen Grenzen!

Die Veröffentlichung ist zumeist zeitlich unbeschränkt. Die aufgenommenen Presseartikel verbleiben **dauerhaft** in den jeweiligen Portalen. Auch noch Jahre nach der Erstveröffentlichung werden **Berichte aus Presseportalen** auf der ersten Suchergebnisseite bei Google geschaltet!

Keine Veränderungen möglich!

Nur wenige Presseportale bieten die Möglichkeit, dass erstellte Texte jederzeit durch den Autor verändert werden können. Ist der Artikel erst mal veröffentlicht, hat man somit meist keine Chance mehr den Inhalt zu korrigieren. Daher sollte man sich beim Schreiben genügend Zeit nehmen.

Presseartikel sind eine wertvolle Strategie, um mit qualitativem Content Marketing sein Ranking zu steigern und im Internet gefunden zu werden.

Wenn man diese Tipps befolgt, kann man die Vorteile von Presseartikeln optimal nutzen.

Hier eine Auswahl an bekannten **Presseportalen**:

- ▶ [openPR](#)
- ▶ [Firmenpresse.de](#)
- ▶ [TRENDKRAFT](#)
- ▶ [inar Presseportal](#)
- ▶ [businessportal24.com](#)
- ▶ [LIVE-PR](#)
- ▶ [NEWS8.DE](#)

Was sind Presseverteiler?

Ein **Pressedienst** bietet eine Liste mit thematisch sortierten Presseportalen in denen man seine eigenen Artikel und Nachrichten senden kann. Der eingestellte Pressebericht wird multipliziert, ohne dabei Gefahr von „Duplicate Content“ zu laufen. Spezielle Pressedienste bieten auch die Verteilung von aktuellen Pressemeldungen an Zeitungen, Radio und TV. (Pressedienste sind allerdings meistens kostenpflichtig).

Presseverteiler benützen › ja oder nein?

Es spricht nichts dagegen, seine PR-Texte oder Unternehmens-News mit Hilfe von einem Presseverteiler zu verbreiten. Achten Sie aber darauf, wo Ihr Artikel landet. Er sollte auf jeden Fall nur in **themenrelevante Presseportale** veröffentlicht werden!

Eine gute Möglichkeit seinen Bekanntheitsgrad zu steigern und wichtige Unterseiten mit Backlinks zu stärken, ist die [Veröffentlichung von Presseartikeln!](#)

Online-Verzeichnisse, Erfahrungsberichte, Internetwerbung, Offpage-Optimierung » Tipps & Infos:

- ▶ [Firmeneinträge in Branchenportale](#)
- ▶ [Vor- und Nachteile bei Webkatalog Einträgen](#)
- ▶ [Über Artikelverzeichnisse & Leitfaden für Fachartikel](#)
- ▶ [Über Presseportale & Ratschläge für Presseartikel](#)
- ▶ [Über Anzeigenmärkte & Kleinanzeigen](#)
- ▶ [Sinn und Zweck von Blogbeiträgen & Gastartikeln](#)
- ▶ [Über Social-Bookmarks & Bookmark Einträge](#)
- ▶ [Über Bewertungsportale & Erfahrungsberichte](#)
- ▶ [Über unterschiedliche Formen von Internetwerbung](#)
- ▶ [OffPage-Optimierung: Was ist das und warum ist es wichtig?](#)
- ▶ [Über Lokales Marketing im Internet](#)

Zurück zur Übersicht » [SEO Infos, Wissen & Ratgeber](#)