

# PR Professional – „Auf dem Weg zum führenden Medium der Kommunikationsbranche“

- BRANCHE: Kommunikation
- ZIELGRUPPE: B2B
- PROJEKT: Launch und Weiterentwicklung des PR-Newsletters PR-Professional

PR-Professional ist der Nachrichtenservice für PR-Profis. Fakten und Nachrichten kanalisieren – das ist der Anspruch des Informationsdienstes von Faktenkontor und Landau Media. Der kostenlose Newsletter bietet seit dem 1. März 2007 vierzehntägig aktuelle News, provokante Kolumnen, Expertentipps und spannende Praxisbeispiele aus der PR-Szene. Profis schreiben für Profis und verraten kreative Tricks für den Alltag in der Kommunikationsbranche.

## ZIELSETZUNG

Die Herausgeber Landau Media und Faktenkontor möchten ihre Sichtbarkeit in der PR-Branche steigern und sich als wesentliche Marktakteure in der Fachöffentlichkeit positionieren.

## STRATEGIE

- Aufbau eines Branchen-Newsletters mit hohem praktischen Nutzwert für PR-Profis
- Der Newsletter dient als Plattform für Faktenkontor und Landau Media, vor allem, wenn es um Ankündigungen und die Verbreitung von Terminen oder Studienergebnissen geht
- Anspruch ist es, redaktionell vertretbar beide Unternehmen in die Berichterstattung des Newsletters einzubinden

## MASSNAHMEN

- PR-Professional-Ranking: Regelmäßige Umfragen zu PR-relevanten Themen, gekoppelt mit einer anschließenden Presseverwertung der Ergebnisse
- Kooperationen mit renommierten Multiplikatoren der Branche wie news aktuell, Zimpel, monster u.a.
- Talent-Schmiede 2007: Nachwuchsförderpreis, bei dem der PR-Newcomer des Jahres von PR-Professional gekürt wurde
- PR-Professional Kino-Nacht 2008: Get-together der PR-Branche in gemütlicher Atmosphäre im Düsseldorfer Kino „Cinema“ (zu sehen war die schwarzhumorige Filmsatire „Thank you for smoking“)
- PR-Professional ist Medienpartner der jährlichen Roadshow von Faktenkontor und Landau Media, die 2008 und 2009 von 800 bis 1.000 Vertretern der professionellen PR-Branche besucht wurde.

## BILANZ

- PR-Professional erreicht Mitte 2009 über 30.000 Abonnenten; Mitte 2007 waren es noch ca. 16.000
- PR-Professional wurde von deutschen Pressestellen zum beliebtesten PR-Medium gewählt, sogar noch vor Pressesprecher und PR Report (Quelle: PR-Trendmonitor 2009)
- Deutlich mehr Seitenzugriffe & Besucher auf PR-Professional (seit Anfang 2008 Zuwachs bis zu 45 Prozent)
- Regelmäßige und prominente Veröffentlichungen in den entscheidenden PR-Medien
- PR-Professional wird nicht nur als unabhängiges Medium in der PR-Landschaft angesehen, das hohes Vertrauen genießt, sondern immer mehr auch als beratende Instanz und als Partner: Vermehrt gehen Anfragen zu Informationsbeschaffung, Kontaktsuche, Stellenanzeigen und Werbeschaltung ein

BEST PRACTICE

## PR-PROFESSIONAL: VON PRESSESTELLEN BEVORZUGT

Rang	Kommunikationsmedien	Schulnote im Durchschnitt
1	PR Professional	2,5
2	PR Report	2,5
3	pressesprecher	2,5
4	Kommunikationsmanager	2,7
5	PR-Journal	2,7
6	DerPRBerater	2,8
7	prportal.de	2,8
8	prmagazin	2,8
9	PR-Guide	3