



## CONTENT GOES MULTIMEDIA:

# Wie Sie Ihre Zielgruppe noch besser erreichen können

Die Unternehmenskommunikation von heute ist vielfältiger denn je, denn digitale Medien boomen und erlauben völlig neue Möglichkeiten für die Pressearbeit. Vorbei sind die Zeiten, in denen (Presse-)Mitteilungen lediglich in Schriftform vorhanden waren. Die digitale PR im Jahr 2023 ist multimedial. Wer mithalten will, muss seinem Content also mehr als nur ein Gesicht geben. Was das bedeutet, erklären wir Ihnen in diesem Beitrag.

### Was die Zielgruppe mit Ihrem Content zu tun hat

Wer erfolgreiches Content Marketing betreiben will, muss seine Zielgruppe kennen. Denn nur wer Inhalte erstellt, die die Zielgruppe auch interessiert, hat überhaupt eine Chance, diese am Ende als Kunden zu gewinnen. Das ist aber noch nicht alles. Nicht nur die Inhalte zählen, auch die Kanäle spielen eine wichtige Rolle. Was bringt die beste Nachricht, wenn sie über den falschen Kanal ausgespielt wird – und die gewünschte Zielgruppe gar nicht erst erreicht?

Eine Zielgruppenanalyse ist also der erste Schritt für die effektive Pressearbeit. Und wer seine Hausaufgaben macht, wird schnell feststellen, dass sich das Verhalten vieler Internetnutzer – und damit auch der eigenen Zielgruppe – in den letzten Jahren verändert hat.

Vielleicht haben Sie schon einmal von der Microsoft Kanada-Studie aus dem Jahr 2015 gehört. In dieser wurde behauptet, dass die Aufmerksamkeitsspanne von Goldfischen mit neun Sekunden länger ist als beim Menschen (8 Sekunden). Auch wenn dieses Statement angezweifelt werden darf, zeigt sie dennoch etwas: Die menschliche Aufmerksamkeitsspanne hat sich tatsächlich verändert.

Und das hat auch auf die PR-Arbeit Auswirkungen. Langatmige und textlastige Mitteilungen sind out, „Snackable Content“ ist in. Das heißt natürlich nicht, dass Sie keine Pressemeldungen mehr schreiben und versenden dürfen. Vielmehr gilt es, die Pressearbeit mit multimedialen Content zu ergänzen – und so an die Zielgruppen von morgen anzupassen.

### Was ist multimedialer Content?

Multimediale Inhalte finden sich mittlerweile überall. Damit ist Content gemeint, der Text, Bilder, Grafiken, Video oder Audio miteinander kombiniert. Das sind zum Beispiel Social Media Posts, etwa auf Instagram oder Facebook, YouTube Videos oder Clips auf TikTok.

Besonders der Bewegtbild-Content ist seit geraumer Zeit auf dem Vormarsch. Die Plattformen YouTube, Instagram und TikTok veröffentlichen tagtäglich unzählige Clips und Videos, die millionenfach gesehen und geliked werden. Das Potenzial von Multimedia-Content ist also immens – und sollte gerade deshalb nicht bei Ihrer Pressearbeit fehlen.

Ist multimedialer Content nur sinnvoll, weil es aktuell „in“ ist? Nein. Tatsächlich haben Studien bereits vielfach gezeigt, dass das menschliche Gehirn visuelle Informationen besser verarbeiten kann als reinen Text. Und weil die Aufmerksamkeitsspanne in der schnelllebigen Internetwelt ziemlich kurz ist, müssen Sie in Sekunden überzeugen können. Ein Bild oder Video als „Eyecatcher“ kann dann das Tor zu tiefergehendem Content sein – etwa wenn Ihre Zielgruppe einen Social Media Post sieht, Lust auf mehr bekommt und Ihre Website besucht.

### Welche Inhalte sind beliebt?

Es gibt unendlich viele Möglichkeiten, wie Sie Ihr Publikum über Multimedia Content ansprechen können. Ihrer Kreativität sind also keine Grenzen gesetzt. Nichtsdestotrotz haben sich einige Formate herauskristallisiert, die oft besser funktionieren als andere.

So ist Bewegtbild-Content weiterhin das Maß der Dinge. Vor allem Erklärvideos und How-Tos sind hier beliebt. Denn dieses Format ist kurz, ansprechend und informativ. Erklärende Videos eignen sich besonders für neue Produkte oder Services, die Sie vorstellen möchten. Auch Unboxing-Videos und Erfahrungsberichte kommen gut an. Sie geben nochmal einen anderen Blick auf ein Produkt, ein Tool oder einen Service. Wichtig ist hier: Der Content muss Ihrer Zielgruppe einen Mehrwert bieten oder unterhalten können.

Eine weitere Content-Form sind Infografiken. Mit einer Infografik können Sie komplexe Informationen visuell und leicht verständlich darstellen. Sie eignen sich besonders gut für Daten oder Statistiken sowie Tipps oder Ratschläge.

Und auch Podcasts entwickeln sich zum immer beliebteren Werbeformat. Der große Vorteil ist dabei, dass Ihre Zielgruppe Podcasts immer und überall anhören kann – und Sie Ihre potenziellen Kunden damit jederzeit erreichen können.

Genau darum geht es auch: Sie müssen Ihrer Zielgruppe mehr Möglichkeiten geben, Sie zu finden und Ihre Inhalte zu konsumieren. Es reicht nicht mehr, sich nur auf einem Kanal zu bewegen und darauf zu hoffen, dass die Zielgruppe von selbst kommt.

### Müssen Sie jetzt alle Kanäle bespielen?

Die kurze Antwort: Nein. Behalten Sie aber alles im Auge, um herauszufinden, welche Kanäle sich für die Pressearbeit eignen. Wichtig ist, dass Sie dort sind, wo auch Ihre Zielgruppe ist.

Hält sich diese beispielsweise nicht auf TikTok auf, brauchen Sie sich auch nicht die Mühe machen, Content für die Plattform zu erstellen. Auf der anderen Seite sollten Sie auf den Kanälen umso präsenter sein, auf denen Ihre Zielgruppe unterwegs ist. Gleichzeitig lohnt es sich, auch ver-

meintlich „uninteressante“ Kanäle zumindest im Blick zu behalten. Vielleicht ergeben sich später Möglichkeiten, diese doch zu bespielen.

### Mit Multimedia-Content auf die Überholspur

Multimediale Inhalte sind im Content-Marketing nicht mehr wegzudenken. Und auch für die PR-Arbeit sind sie längst eine sinnvolle Ergänzung zu textlastigen Pressemeldungen. Insbesondere Videos und Infografiken erlauben es Ihnen, die Informationen für Ihre Zielgruppe verständlich aufzubereiten.

Dynamische und visuelle Inhalte helfen Ihnen darüber hinaus, Ihre Marke zu beleben und Ihren Traffic zu steigern. Schließlich haben Sie schon öfter von einem viralen Video, aber womöglich noch nie von einer viralen Pressemeldung gehört.

Viele Unternehmen setzen trotzdem nach wie vor auf Altbewährtes. Machen Sie es anders und gehen Sie mit multimedialen PR-Inhalten mutig voran. Wenn Sie noch nicht wissen, was funktioniert, probieren Sie es einfach aus. Natürlich sollten Sie dabei immer Ihre Zielgruppe und wo sich diese aufhält im Hinterkopf behalten. Mit ansprechenden Inhalten werden Sie aber schnell merken, dass sich die Mühe lohnt.

### So sollten Sie starten

Bevor Sie jetzt aber munter drauf losproduzieren, sollten Sie sich erst einmal überlegen, wie Sie die Content-Produktion überhaupt angehen wollen. Gerade als kleines oder mittelständisches Unternehmen verfügen Sie womöglich kaum über eine große Marketingabteilung, die alle Content-Arten problemlos abdecken kann.

Eine Überlegung ist es daher, diese auszulagern. Eine Möglichkeit ist es, einen oder mehrere Freelancer für Ihren Multimedia-Content zu engagieren. Dafür müssen Sie aber jemanden haben, der das Ganze inhouse koordiniert. Verfügen Sie über

das notwendige Budget, können Sie auch mit einer Agentur zusammenarbeiten. Der Vorteil hier ist, dass Sie alles aus einer Hand erhalten und am Ende selbst relativ wenig Arbeit haben. Dafür geht das aber schnell ins Geld.

Gibt es in Ihrem Unternehmen hingegen eine richtige Marketingabteilung, können Sie den Multimedia Content zunächst mit einem kleinen Projekt starten. So sehen Sie, ob Sie das Ganze inhouse abdecken können und ob sich die Mühe überhaupt lohnt. Bei der Eigenproduktion profitieren Sie außerdem von kurzen Kommunikationswegen, die oft eine schnellere Umsetzung des Contents möglich macht.

Welchen Weg Sie gehen, hängt immer von Ihrer individuellen Situation ab. Sie sollten Ihre Möglichkeiten aber unbedingt vorher abwägen, damit es am Ende zu keinen teuren Missverständnissen kommt.

**Hinweis:** Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Pressebox



Die PresseBox ist ein etabliertes PR-Portal mit Fokussierung auf die Bereiche IT, Technologie & Industrie. Während Journalisten und Meinungsmacher die PresseBox als umfangreiche Recherchequelle zur Unterstützung ihrer täglichen Arbeit nutzen, wickeln tausende Firmen jeder Größe ihre externe Unternehmenskommunikation über die PresseBox ab.

Sie erhalten bei der PresseBox ein Rundum-Paket für nachhaltig erfolgreiche Pressearbeit und profitieren von einer reichweitenstarken Veröffentlichung von Pressemitteilungen, News, Stellenanzeigen und Firmen-Events. Die Kombination aus zielgerichteter Distribution, umfangreichem PR-Management, integrierter Analyse und individuellem Service macht die Presse-Box zu einem unverzichtbaren Werkzeug für langfristigen PR-Erfolg.

<https://www.pressebox.de/info/>