

12.09.23 - Presstext / 1

Erzeugt die Verteilung von Presstexten Duplicate Content?

Pressemitteilungen können über Presseportale vielfach dupliziert werden. Entstehen dadurch doppelte Inhalte, die für den Herausgeber nachteilig sind?

In der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit begegnet Unternehmen oft die These, dass mit der Verbreitung ihrer Nachrichten auf Presseportalen sogenannter „Duplicate Content“ erzeugt wird. Die Duplizierung von Inhalten führt nach allgemeinem Verständnis zu einer Herabstufung im Ranking, weil sie von Suchmaschinen als Betrugsversuch gewertet wird. Demnach müssten alle Pressemitteilungen, die in unterschiedlichen Presseportalen identisch publiziert werden, dem Herausgeber der Meldung schaden.

Die Expertin für Presse- und Imagetexte Annette Dobesch weiß aus ihrer Berufspraxis, dass diese These nicht korrekt ist. So gibt es beispielsweise von Google nach eigenen Aussagen keine Abstrafung der Herausgeber mehrfach verbreiteter Presstexte. Auch werden externe Links, die auf den Herausgeber verweisen, von Suchmaschinen als wertvoll eingestuft – je mehr themenbezogene Links, umso besser.

Nutzerorientierte Inhalte

„Presseportale sind wertvolle Multiplikatoren von Pressemitteilungen“, erklärt Annette Dobesch. „Sie erreichen ein breites Publikum, das sowohl Journalisten, Redakteure und Pressestellen anspricht, als auch Kunden, Interessenten und Konsumenten. Die daraus entstehenden indirekten Touchpoints in Form von Erwähnungen in Fachmagazinen, Bewertungen oder Backlinks werden von Suchmaschinen nicht als Duplicate Content eingestuft, sondern als Mehrwert für User, weil sie vielfach geteilt, weiterverwendet und verbreitet werden.“

Diese Tatsachen werden auch durch den google-Experten John Mueller bestätigt, der in unterschiedlichen Quellen kommentierte, dass doppelte Inhalte „für viele User im Internet nicht vollständig vermeidbar“ seien und dass es für das Suchmaschinenranking vorrangig sei, „ein qualitativ hochwertiges Ergebnis für den Nutzer zu schaffen“.

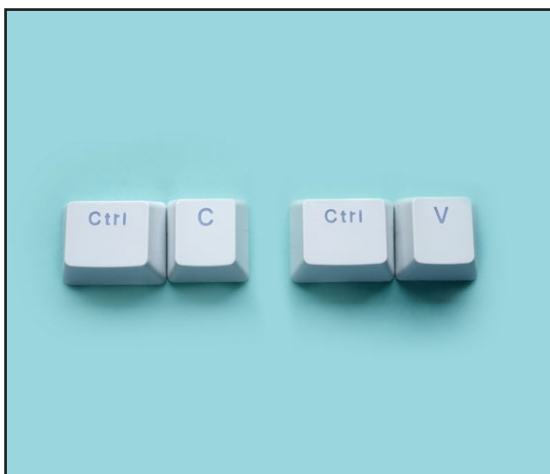
12.09.23 - Pressetext / 2

Positive Berichterstattung

Die Verbreitung von Nachrichten über thematisch relevante Portale bietet aus Sicht von Annette Dobesch weitere Vorteile: die Sichtbarkeit von Webseiten wird gefördert und dadurch die Präsenz von Unternehmen im Internet verbessert.

„Zum einen sind da Ihre Leser, die Ihre Pressemitteilungen weiterleiten oder in persönlichen Gesprächen davon erzählen. Zum anderen wird die positive Berichterstattung durch Journalisten und Redaktionen als verlässlich und glaubwürdig beurteilt. Wenn man Ihre Aussagen, Ereignisse, Produkte und Projekte teilt. Wenn die Öffentlichkeit Ihrem Fachwissen vertraut und Sie als Experte zitiert. Kurz gesagt, wenn man positiv über Sie und Ihre Themen spricht, ist das eine sehr gute Reputation für Ihr Unternehmen, Ihre Institution, Ihren Cluster.“

Die Verteilung von Nachrichten über thematisch relevante Presse- und Themenportale ist daher auch ein wichtiger Aspekt für seriöse Imagebildung.



Bildunterschrift:

Erzeugt die Verteilung
von Pressetexten
Duplicate Content?

Bildrechte:

Adobe Stock | Bayu

(Das Bild darf unter Angabe
des Bildnachweises verwendet
werden.)

Statistik:

Zeichen mit Leerzeichen: 2920

Wörter: 373

(Word- und Bilddatei im Anhang der E-Mail)

12.09.23 - Presstext / 3

Annette Dobesch

Pitch kurz:

Annette Dobesch schreibt Presse- und Imagetexte für Unternehmen, Cluster, Forschungseinrichtungen und Verlage.

Pitch lang:

Annette Dobesch, freie Texterin aus Augsburg, schreibt seit 2015 Presse- und Imagetexte für Unternehmen, Cluster, Forschungseinrichtungen und Verlage.

Profil:

Annette Dobesch ist freie Texterin aus Augsburg. Seit 2015 schreibt sie Presse- und Imagetexte für Unternehmen, Cluster, Forschungseinrichtungen und Verlage. Ihre Arbeit konzentriert sich auf Recherche und Erstellung von praxisorientierten Inhalten für Webseiten und Printmedien. Mit Presstexten und Fachartikeln berichtet sie über Expertenwissen. Persönliche Aussagen und Fakten vermittelt sie in authentisch geschriebenen Imagetexten. In Zusammenarbeit mit Verlagen und Werbeagenturen ergänzt sie das Editorial Design durch Inhaltsrecherchen, redaktionelles Schreiben und Editorial Text.

Pressekontakt:

Annette Dobesch
Spenglergäßchen 16 b
86152 Augsburg

T: 0151 61610582
presse@annette-dobesch.de
www.annette-dobesch.de
www.linkedin.com/in/annette-dobesch