



Checkliste:

Pressemitteilungen zur SEO nutzen

Bevor du deine nächste Pressemitteilung veröffentlichst oder verschickst, prüfe diese Punkte:

- **Ist die Meldung wirklich relevant?**
Hat sie einen klaren News-Wert oder bietet sie zumindest einen konkreten Mehrwert?
- **Hast du zwei Versionen erstellt?**
Langversion auf deiner Website, Kurzversion für den Versand, mit abgewandelter Formulierung.
- **Ist die eigene Seite suchmaschinenfreundlich aufbereitet?**
 - Keyword im Titel und Einleitung
 - Struktur mit Zwischenüberschriften
 - interne Links zu passenden Inhalten
 - Meta-Daten optimiert
- **Wurde auf Technik geachtet?**
Canonical-Tag gesetzt (wenn möglich), kein doppelter Index, saubere URL-Struktur
- **Verwendest du sprechende URLs (bei neuen Seiten)?**
Kurz, verständlich, kein Keyword-Stuffing – aber nur bei Neuanlage
- **Hast du gezielt verteilt?**
Nur relevante Presseportale und ggf. persönliche Ansprache von Redaktionen
- **Wurden irrelevante Massenportale vermieden?**
Statt auf generische Presseportale zu setzen, besser gezielt Redaktionen oder Fachmedien direkt ansprechen.

- Wird die Meldung als Content weiterverwendet?
Blog, Social, Video, Newsletter – mindestens ein weiteres Format nutzen
- Tracking vorbereitet?
UTM-Parameter für Links, Monitoring in GSC oder Analytics eingerichtet