

Auf den Content gekommen

Für Rottenschlager ist Corporate Publishing die logische Verlängerung der PR.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Die Zeiten, als PR noch bedeutete, ein Produkt auf den Tisch zu stellen, ein paar Informationen dazu zu liefern oder schön verpackt in einer Papiertasche an die zuständige Redaktion zu versenden, sind vorbei. Es braucht heute zusätzlich nicht nur gutes Storytelling, sondern eine Full-Service-Kommunikation, die auch den direkten Weg zum Endkonsumenten geht. Bei Rottenschlager PR Consulting will man diesen Weg einschlagen: „Die

Voraussetzungen für erfolgreiches Corporate Publishing sind in einer PR-Agentur definitiv gegeben. Allerdings muss auch die Qualität der Texte überzeugen. Denn ein klassischer Presstext ist noch kein Direct Mailing, ein Advertorial kein Social Media Post. Dazu gehört schon noch einmal ein Quäntchen mehr an Textkompetenz“, erläutert Klaus Rottenschlager, Eigentümer der Agentur.

Für die Kunden Staud's Wien und den Quellenhof Leutasch kommuniziert Rottenschlager PR Consulting bereits auf allen

Kanälen und lässt auch Corporate Publishing eine besondere Rolle zukommen.

Verschiedene Produktsorten

Vom Presstext, über B2B-Produktinformationen, bis hin zum Rezeptheft für den Endkonsumenten muss eine PR-Agentur heute ineinandergreifend denken, ohne etwas von der zielgruppendifinierenden Eigenständigkeit einzubüßen. Da-

für braucht es entsprechendes Know-how. „Wir haben alles in-house, was man dafür braucht – eine eigene Text-, Lektorat- und Grafikabteilung und außerdem Spezialisten, die solche Projekte auch steuern können“, so Katharina Florian, Head of PR und Senior Consultant. Der Vorteil für den Kunden: Er kommuniziert in eine Richtung, die Agentur verbreitet die Inhalte sinnvoll mit passenden Tools.



© Rottenschlager PR

Alle Kanäle

Für den Quellenhof Leutasch setzt Rottenschlager PR Consulting auf Kommunikation auf allen Kanälen.