



DieRedaktion.de – professionelle Content- und PR- Services für Unternehmen

DieRedaktion.de ist ein verlagsunabhängiger Online-Marktplatz für Qualitätsjournalismus: Er führt Journalisten, Verlage, Corporate-Publishing-Dienstleister sowie Unternehmen und Verbände erstmals auf einer Plattform zusammen. DieRedaktion.de bietet neue Geschäftschancen für den ebenso einfachen wie effizienten Ein- und Verkauf hochwertiger journalistischer Inhalte.

Nach dem Auftakt im März 2011 geht der größte deutsche Online-Marktplatz für Qualitätsjournalismus in die nächste Runde: Kompakte Servicepakete machen es jetzt noch einfacher, die Vorzüge der Plattform auszureizen. Besonders für kleine und mittelständische Unternehmen ist das Servicepaket „PR Plus“ interessant: Damit offeriert Die-

Redaktion.de eine individuelle Pressemitteilung zum Festpreis. Für 599 Euro (Einführungspreis bis 31.12.2012) erhält der Unternehmer einen Text vom Profi inklusive Versand an einen qualifizierten Presseverteiler.

Wer via DieRedaktion.de einen Auftrag ausschreiben möchte, kann nun den Service „Redaktion Individuell“ nutzen. Das Team von DieRedaktion.de nimmt



DIEREDAKTION.DE

- Start der Plattform im März 2011 – Betreiber ist die Deutsche Post AG
- B-to-B-Plattform für Journalisten, Verlage, Corporate-Publishing-Dienstleister sowie Unternehmen und Verbände
- Effizienter Ein- und Verkauf hochwertiger journalistischer Inhalte
- 1900 Journalisten aus allen Ressorts und Themenbereichen
- rund 14.000 Artikel sofort verfügbar
- bequeme Beauftragung und Abrechnung
- keine Gebühren oder Provisionen für Einkäufer.

dem Unternehmer, der Redaktion oder dem Verlag die komplette Arbeit ab und formuliert aus einem kurzen Briefing eine Ausschreibung, wählt nach Wunsch den Journalisten aus und liefert den gewünschten Artikel aus. Das Beste daran: Dieser Dienst ist gratis, der Kunde zahlt nur den Text.

Unternehmen, die beispielsweise für die Website oder einen Newsletter regelmäßig Texte benötigen, können dies ebenfalls elegant über DieRedaktion.de beauftragen. Mit „Content Plus“ werden derartige Artikelpakete von DieRedaktion.de in einem individuellen Angebot unterbreitet. Es umfasst den kompletten



GÖTZ FRANKE,
DieRedaktion.de.

Service: Lieferung der Texte im gewünschten Umfang zu den festgelegten Themen im benötigten Rhythmus – bequem, lizenzrechtlich abgesichert, zum Festpreis.

Für Unternehmen die regelmäßig frische Texte und Content brauchen, eignet sich der Newsletter *Themen der Woche*. DieRedaktion.de stellt jede Woche zehn verschiedene aktuelle Themenvorschläge zusammen. Hinter jedem angeteaserten Vorschlag verbirgt sich ein qualitativ hochwertiger Text, der dann sofort nach Wunsch gekauft werden kann. Die aufwendige Suche entfällt, alles wird mediengerecht serviert. Der Dienst ist gratis, einfach nur für den Newsletter *Themen der Woche* anmelden.

Aber auch neben den Servicepaketen hält DieRedaktion.de für Verlage, Corporate-Publishing-Dienstleister und Unternehmen ein breites Leistungsspektrum bereit: Ob die Vermarktung bereits bestehender Beiträge, der Zugriff auf Fachautoren oder auch der Bezug neuer Artikel – DieRedaktion.de bietet Unternehmen und Verbänden Zugang zu einem umfangreichen journalistischen Content-Pool für die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und ermöglicht die gezielte Ausschreibung eigener Projekte.

Die gesamte Abwicklung geschieht online: Käufer schreiben ihre Aufträge detailliert aus – inklusive Timings und Konditionen. Die Bandbreite der Ausschreibungen erstreckt sich von Presseartikeln über Hintergrundberichte, Studiendokumentationen und Whitepaper bis zu Reden oder Ghostwriter-Aufträge. DieRedaktion.de sucht passende Auftragnehmer und bringt sie mit dem Auftraggeber in Kontakt.

Betreiber der Plattform ist die Deutsche Post AG. Sie entwickelt die Software und stellt die Infrastruktur zur Verfügung. Das Unternehmen versteht sich als neutraler Dienstleister und gewährleistet mit dem neuen Angebot ein innovatives und verlässliches System, das stets weiter entwickelt und neuen Gegebenheiten angepasst wird. Denn das Geschäft mit journalistischen Inhalten in der digitalen Welt ist nicht nur ein technisch anspruchsvolles, sondern bietet auch ein für Deutschland noch größtenteils unerschlossenes Potenzial.

von Götz Franke

Fotos: Unternehmen