

Mehr Millionen fürs Geld

djd erzielt höhere Auflagen bei gleichem Kosteneinsatz

Reichenberg, im Januar 2008. Lebensmittel, Heizen, Autofahren – fast alles wird jedes Jahr teurer. Doch es gibt eine gute Nachricht für alle Unternehmen, Verbände und Agenturen mit einem schlanken Kommunikationsbudget. Die Preise für verbraucherorientierte Pressearbeit sind in den vergangenen Jahren um ca. 25 Prozent gesunken, zumindest für Kunden der deutschen journalisten dienste (djd). Die Jahresbilanz des spezialisierten Pressedienstes für Verbraucherthemen brachte es an den Tag: Im Vergleich zum Jahre 2000 erzielten djd Kunden im letzten Jahr durchschnittlich fast ein Viertel mehr Auflage zum selben Preis. Geschäftsführer Uwe Still hat dafür eine einfache Erklärung: „Die Optimierung unseres redaktionellen Angebots findet Gefallen bei immer mehr Medien. Die Redaktionen nutzen unsere Inhalte noch intensiver als früher.“ Das beweisen auch die absoluten Zahlen. So konnte der fränkische Dienstleister 2007 zum ersten Mal eine Gesamtauflage von über 3 Milliarden Exemplaren für seine Kunden dokumentieren, im Jahr 2000 waren es „nur“ 738 Millionen. Mehr als 45.000-mal fanden sich redaktionell gestaltete PR-Texte der djd Kunden in insgesamt 3030 verschiedenen Anzeigenblättern, Zeitungs- und Zeitschriftentiteln. Wegen der hohen Akzeptanz, die djd Themen in den Redaktionen genießen, können sich Kommunikationsverantwortliche, die verbraucherorientierte Pressearbeit betreiben, auf garantierte Abdruckerfolge in Millionenhöhe verlassen: djd bietet eine bequeme Geld-zurück-Garantie.

Kontakt:

Jens Guder
Tel. 0931/60099-19 - Fax /60099-44
E-Mail guder@djd.de
Internet: www.djd.de + www.pressestreff.de

 **djd**
deutsche journalisten
dienste GmbH

Bahnhofstraße 44
D-97234 Reichenberg

Telefon 0931 60099 0
Fax 0931 60099 44

Internet www.djd.de
E-Mail info@djd.de

Geschäftsführer Uwe Still
HR Würzburg B 5314

Bankverbindung
VR-Bank Würzburg
Konto 1270168
BLZ 790 900 00

USt. ID DE176952629