

Vom Geheimtipp zum Auflagenmilliardär

Der Pressedienst djd erzielt für Consumer-Angebote seiner Kunden wöchentlich 100 Millionen Kontakte über redaktionelle Veröffentlichungen - neuer Online-Auftritt präsentiert Branchenlösungen

Reichenberg, im Juli 2007. Kein Produktmanager oder Marketer würde im Kampf um Kunden auf Werbung verzichten. Sie ist fester Bestandteil jedes Marketingplans. Ganz im Gegensatz zur Pressearbeit, die in vielen Unternehmen eher der allgemeinen Imagepflege dient und weniger dazu, Kaufanreize bei Verbrauchern zu setzen. Warum das so ist, versteht Ursula Hülle, Leiterin der Touristinformation der Stadt Ellwangen überhaupt nicht: „Seit wir vor knapp einem Jahr mit der Pressearbeit über djd begonnen haben, sind unsere Übernachtungszahlen um über 15 Prozent gestiegen.“ Sie ist sehr zufrieden mit den Ergebnissen des fränkischen Pressedienstes, der seinen Kunden seit über 18 Jahren zuverlässig hohe Auflagen in Printmedien und damit millionenfache Verbraucherkontakte ermöglicht. Für Ursula Hülle ist klar: „Wir werden djd künftig stärker bei der Planung unserer Marketingaktivitäten berücksichtigen.“

Damit gehört die Stadt Ellwangen zu den rund 600 aktiven Kunden der deutschen journalisten dienste (djd), die vor allem aus den stark endverbraucher-orientierten Branchen wie Bauen & Wohnen, Reise, Gesundheit & Wellness, Food sowie Finanzen stammen. djd-Kunden schätzen die Festpreise für die Leistungen innerhalb des flexiblen redaktionellen Modulsystems sowie die garantierten Millionenauflagen: „Im Vergleich zu der Qualität der Presstexte und der hohen Auflage ist die finanzielle Investition gering und hat sich für uns mehr als gelohnt“, befindet Heike Geiling, Director Marketing Communication Europe der ResMed Europe, internationaler Hersteller diagnostischer und therapeutischer Geräte.

 **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

Neue Homepage zeigt branchenspezifische Lösungen

Anschauliche Beispiele dafür, wie publikumswirksame Pressekampagnen für breite Zielgruppen aussehen können, zeigt die neu gestaltete Website www.djd.de. Sie macht deutlich, warum sich Pressearbeit als Teil der Marketingstrategie neben klassischen verkaufsfördernden Instrumenten wie Werbung und PoS-Aktivitäten unbedingt lohnt. Egal ob aus der Warte eines Produktmanagers, PR-Beraters, Verbandsvorsitzenden, Familienunternehmers oder Global Players betrachtet: Die Website liefert Argumente für die Notwendigkeit effektiver Pressearbeit für nahezu alle Produkte und Dienstleistungen im B2C-Bereich.

djd verlässt sich beim Erzielen auch größter Auflagen ausschließlich auf das Angebot redaktioneller Beiträge – Werbung im Anzeigenraum gibt es nicht. Als Ein-Mann-Unternehmen für Umweltkommunikation gestartet, hat sich djd unter der Leitung seines Gründers Uwe Still zu einem der führenden deutschen Pressedienste mit nun 60 Mitarbeitern entwickelt: Jeden Tag erscheinen in deutschen Zeitungen und Zeitschriften mehr als 110 Artikel mit dem Absender djd, werden wöchentlich rund 100 Millionen Verbraucherkontakte erzielt. Jahr für Jahr dokumentiert djd etwa 2,6 Milliarden Auflage. Kein Wunder, dass sich Still zutraut, die Erfolgsgeschichte seines Unternehmens fortzuschreiben: „Wir möchten der Pressedienst für Verbrauchertemen werden, an dem kein Weg vorbeiführt. Mit unseren Webpräsenzen www.djd.de für Kunden und www.presetreff.de für Journalisten haben wir zwei Meilensteine gesetzt.“

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