



prdienst.de® ist seit 1998 als ebenso leistungsstarke wie ideenreiche Agentur bekannt. Das zehnköpfige Team bietet über das vollständige Leistungsspektrum einer klassischen PR-Agentur hinaus weit reichende Kenntnisse und Erfahrungen auf dem Feld der Online-PR und PR.2.0

## personal-art.de: Produkt-PR bringt wachsende Bekanntheit

Mehrere PR-Aktionen für ein originelles, individualisierbares Produkt führen zu zahlreichen bebilderten Veröffentlichungen in auflagenstarken Medien – und sorgen so für eine stetig wachsende Bekanntheit.

### Das Unternehmen

Personal Art ist ein internationales Kunstdruck-Unternehmen mit ausgeprägter Begeisterung für die verfremdende Darstellung von Porträtaufnahmen. Bekannt geworden zunächst mit Porträt-darstellungen in Anlehnung an die beiden Künstleridole Andy Warhol und Roy Liechtenstein, wird die Palette der verfügbaren Stilrichtungen kontinuierlich weiterentwickelt und ausgebaut. Eine der neueren Kreation heißt „Personal Propaganda“ und orientiert sich an maoistischen Politplakaten.

### Die Aufgabenstellung

Anfang 2006 betritt das Unternehmen, das zu diesem Zeitpunkt bereits in den Niederlanden, Belgien und Großbritannien agiert, mit seiner Website Personal-Art.de auch den deutschen Markt. Kurze Zeit darauf wendet sich der Firmeninhaber an prdienst.de mit der Aufgabe, Personal Art durch Pressearbeit bei der Zielgruppe in Deutschland bekanntzumachen.

### Der Lösungsansatz

Wir empfehlen eine langfristige PR-Arbeit, um das Produkt am Markt zu etablieren, und schlagen vor, dafür insbesondere auch die verschiedenen Anlässe für Geschenktipp in den Medien zu nutzen. Denn aufgrund der Originalität des Produkts, seiner Individualisierbarkeit in technisch-innovativ perfekter Umsetzung sowie auch wegen des ansprechenden Preises sehen wir gute Chancen für Geschenktipp-Veröffentlichungen. Unsere Weihnachts-PR-Aktion mit ausgefallenen Geschenkideen zum Fest, vielfältigen Verbreitungswegen und zahlreichen direkten Redaktionskontakten wollen wir als Einstieg in die PR-Arbeit für Personal Art nutzen. Die Bereitschaft zur Berichterstattung über das interessante Produkt möchten wir zudem dadurch fördern, dass zielgruppengerechten Medien auch Verlosaktionen angeboten werden



MITGLIED IM  
B V D W  
BUNDEVERBAND DIGITALE WIRTSCHAFT

DEUTSCHER  
JOURNALISTEN-  
VERBAND

DPRG  
DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS GESELLSCHAFT E.V.

Case Study personal-art.de

## Die Umsetzung

Zunächst beraten wir Personal Art hinsichtlich des Aufbaus eines Online-Pressebereichs, in dem professionelles Bildmaterial zum Download zur Verfügung steht. Dann führen wir wie vorgeschlagen zunächst eine umfangreich angelegte PR-Aktion durch, um „Personal WARHOL“ und „Personal „Lichtenstein“ den Publikumsmedien als Weihnachtsgeschenktipp vorzustellen. Es gelingt uns, zahlreiche Verlosaktionen bei Printmedien mit einer überwiegend jüngeren Zielgruppe zu arrangieren. Unter denselben Voraussetzungen führen wir dann noch eine Reihe weiterer PR-Aktionen durch – unter anderem auch eine zur Markteinführung des neuen Stils „Personal Propaganda“.

## Das Resultat

Unsere Strategie geht auf und der Erfolg lässt nicht lange auf sich warten. Bereits die erste PR-Aktion führt zu einer Reihe bebildeter Veröffentlichungen bei Stadtmagazinen und Medien mit vorwiegend jugendlicher Leserschaft. Doch auch Computer- und allgemeine Ratgebermedien berichten bereits. Die anschließenden PR-Aktionen bringen zahlreiche Beiträge bei auflagenstarken Publikumsmedien allgemeiner Ausrichtung einschließlich der Tagespresse. Über 70 - meist großformatig bebilderte - Veröffentlichungen werden mit drei PR-Aktionen insgesamt erzielt.

Diese Erfolge haben Personal Art veranlasst, mit prdienst.de kontinuierlich zusammenzuarbeiten.

**Fazit:** Mit einem überzeugenden Produktangebot und einer guten Strategie sind Erfolge in der Pressearbeit nahezu garantiert. Unsere langjährige Erfahrung mit Online-Themen hilft uns dabei, stets den richtigen Weg einzuschlagen.

Gerne stellen wir uns neuen Herausforderungen und freuen uns, auch für Ihr Unternehmen erfolgreich zu arbeiten. Kontaktieren Sie uns unter Freecall 0800 PRDIENST oder kontakt@prdienst.de

Weitere Case Studies finden Sie unter [www.prdienst.de/case-studies/](http://www.prdienst.de/case-studies/)