

So bleiben Sie im Gespräch

Mit kleinem Aufwand große Wirkung erzielen: Dank der Presseeinladung zum Jubiläum wurde in den Medien über das 55-jährige Bestehen der Esso-Tankstelle in Merzig berichtet.

Nur Benzin verkaufen reicht nicht mehr

Birgit Kremmer übernahm vor zwei Jahren die Tankstelle ihrer Eltern in Hilbringen

Die Tankstelle Kremmer feierte diese Tage ihr 55-jähriges Bestehen. Inhaberin Birgit Kremmer setzt erfolgreich auf Kundenservice, ein umfassendes Shop-Angebot zur Nahversorgung und neue Energieformen wie Erdgas.

Von SZ-Mitarbeiterin Sylvie Rauch

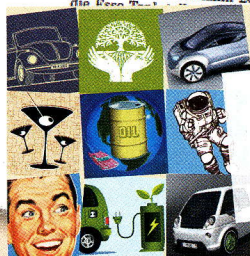
Hilbringen. Als Spätberufene, wie sie selbst sagt, stieg Birgit Kremmer ins Tankstellengeschäft ein. Sie übernahm 2010



verändert, beispielsweise mit dem Shop. Sie haben vor Jahren als erste Tankstelle im Saarland Erdgas angeboten, und auch jetzt hat man hier alle Möglichkeiten zu tanken." Das mache den Erfolg aus, ist sich Fredi Horf sicher.

Marke erfolgreich aufgebaut

Dem pflichtete Landrätin Daniela Schlegel-Friedrich bei: „Sie verkaufen hier immer noch dasselbe Produkt, aber unter gravierend anderen Bedingungen. Sie sind aus der Region nicht mehr wegzudenken. Sie sind nicht nur als Tankstelle bekannt, sondern als 'der Kremmer'. Um eine solche Marke aufzubauen, müsse man viel Arbeit, viel Leidenschaft investieren. Das sei den Eltern und nun auch Birgit Kremmer gelungen. Michael Green, Vertriebsleiter für den Bereich Tankstellen bei Esso lobte Birgit Kremmer für ihre klaren Ziele und die tragfähigen und zukunfts-



BACK TO THE ROOTS: Elektromobilität im Ambiente der 60er Jahre

Frei: Mareike Schuler und Aaron Selcuk

Tankstelle, sie ist eine Marke. Die kennt in Merzig fast jeder." Es sei jedoch sicher nicht ein-

EINLADUNG Samstag | **5.5.2012** | 11-20 Uhr | FestWerkstatt, Merzig

Redaktionelle Mitteilungen an die Presse sorgen dafür, dass Sie und Ihre Tankstelle im Gespräch bleiben. Sie müssen lediglich einen kleinen Text verfassen und ihn an die örtlichen Anzeigenblätter und Tageszeitungen senden. Oder auch die Presse zu besonderen Events einladen. Ein guter Kontakt zu den Redakteuren ist hilfreich.

Es gibt viele Arten von Pressemitteilungen. Sie informieren über besondere Produkte, bestimmte Serviceleistungen, weisen auf spezielle Angebote hin, berichten über vergangene Aktionen oder laden zu Events wie Jubiläen ein. Und sie haben den großen Vorteil, dass sie kostenlos für Ihre Tankstelle werben. Außerdem sind Sie mit einer redaktionellen Veröffentlichung in aller Munde.

Loben Sie einen Wettbewerb aus und laden Sie lokale Medien zur Preisübergabe

ein oder spenden Sie für den stadteigenen Kindergarten und lassen anschließend darüber berichten. Auch Geburtstage oder Jubiläen eignen sich hervorragend für eine Berichterstattung – wie das Aufmacherbild zeigt.

Aber es geht auch ohne Anlass. So lassen sich Fachartikel (über bestimmte Schmiermittel, Waschstraßen oder rund um das Thema Benzin) gut auf Anzeigen-Sonderseiten rund um das Thema Auto unterbringen. Die Redaktionen sind meist dazu bereit, diese Texte mit einem

„Freundlicherweise zur Verfügung gestellt von...“ zu veröffentlichen. Achten Sie beim Verfassen auf eine gute Verständlichkeit des Textes, vermeiden Sie unnötige Fachausdrücke (KISS-Regel: Keep It Simple And Stupid, also kurz und einfach). Denken Sie daran: Sie schreiben als Tankstellenprofi für Laien. Komplette Pressemitteilungen, in denen alle 5 W's zu finden sind. So ersparen Sie dem Redakteur zeitraubendes Nacharbeiten.

Laden Sie die Presse zu sich ein

Fragen Sie öfter mal nach, ob vielleicht Bedarf an einem Fachbeitrag besteht. Gute Kontakte zu Redaktionen zahlen sich dabei aus.

Kommt die schreibende Zunft zum Orts-termin, servieren Sie Getränke und vielleicht einen kleinen Snack. Sagt jemand ab, versorgen Sie ihn anschließend mit einem eigenen Text und eventuell auch Fotos.

Legen Sie sich am besten ein Presseregister an. Darauf vermerken Sie, neben den üblichen Kontaktdaten des Redakteurs, auch dessen Zuständigkeit und den Zeitpunkt des jeweiligen Redaktionsschlusses.

Manuela Gerick

Die 5 W's einer Pressemitteilung

- **Wer** (Absender / und oder Veranstalter, Organisator)
- **Was** (Anlass des Schreibens, worum geht es)
- **Wo** (findet / fand etwas statt)
- **Wann** (findet, fand etwas statt)
- **Warum** (ist diese Pressemitteilung für die Leser interessant)