

Botschaften bewegen

CROSS MEDIALE

PR

Wir kommunizieren Industrie und Technik.
B2B-Agentur für crossmediale PR, Marketing und Werbung.



Vor 30 Jahren gegründet. Heute bereit für morgen

Die ICD Hamburg GmbH ist eine inhabergeführte B2B-Agentur für Marketing, crossmediale PR und Werbung, spezialisiert auf technisch orientierte Unternehmen aus den Bereichen Automatisierung, Antriebstechnik, Energie, Elektronik, Elektrotechnik, Logistik/Intralogistik und Maschinenbau.

Wir bieten unseren Kunden umfassende strategische Kommunikation und arbeiten national und international mit kleinen und mittelständischen Unternehmen und global agierenden Konzernen aus der Investitionsgüterindustrie. Kurz gesagt: Wir kommunizieren Technik crossmedial, effizient und zielgerichtet. Mit starken Medienkontakten und Experten für Marketing, PR, Werbung und visuelle Kommunikation sind wir Ihr vertrauensvoller Partner für nachhaltigen Markterfolg.

1995

Gründung der ICD Essen GmbH

2009

Umzug nach Hamburg und Umfirmierung in ICD Hamburg GmbH

Was uns stark macht

Viele Unternehmen haben nicht die Ressourcen für professionelle crossmediale PR, da sie Fachwissen, journalistisches Können, ein starkes Mediennetzwerk und strukturierte Prozesse erfordert. Nachhaltige Sichtbarkeit gelingt nur durch kontinuierliche Platzierung von Inhalten in Print- und Online-Medien, enge Kontakte zu Redaktionen, laufendes Monitoring sowie datengestützte Erfolgskontrolle. Da dieser Aufwand sehr hoch ist, ist die Zusammenarbeit mit erfahrenen und anerkannten PR-Partnern entscheidend, um Reichweite und Wirkung zu maximieren. Genau diese Kombination macht uns zu einem zuverlässigen Partner für wirkungsvolle PR.

2025

ICD feiert drei Jahrzehnte als B2B-Agentur

So arbeiten wir für Ihren Erfolg

ICD übernimmt als externe Pressestelle die Erstellung und Verbreitung von hochwertigen Pressemitteilungen, Fachartikeln und Anwenderberichten. Inhalte werden zielgruppengerecht aufbereitet und über Presseverteiler, PR-Portale, Social Media, Fachforen und Branchenplattformen veröffentlicht. Mit Monitoring-Tools wird die Medienpräsenz kontinuierlich analysiert. Zudem entsteht wertvoller Content für Website, Kundenzeitschriften und Social Media. Durch eine maßgeschneiderte crossmediale PR-Strategie, die klassische und digitale Kanäle verbindet, erzielen wir maximale Reichweite und nachhaltige Sichtbarkeit.

Heute

National und international tätige B2B-Agentur für Marketing, crossmediale PR und Werbung

Botschaften bewegen: mit crossmedialer PR

Crossmediale PR stellt für Unternehmen aller Art und Größe einen bedeutenden strategischen Erfolgsfaktor dar. Unternehmen müssen Wege finden, um potenzielle Kunden über ihr Leistungsangebot zu informieren, komplexe Themen nachvollziehbar darzustellen, Produkte in den Markt einzuführen und langfristig zu etablieren. Mit Hilfe von crossmedialer PR erfahren Ihre potenziellen Kunden, welche besonderen Eigenschaften und Stärken Ihre Produkte und Dienstleistungen auszeichnen.

Bedeutung und Aufgaben

Im Rahmen der crossmedialen PR wird die Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens über mehrere Kommunikationskanäle parallel betrieben. Je mehr unterschiedliche Kanäle genutzt werden desto größer die Zahl an Touchpoints zwischen Zielgruppe und Unternehmen. Eine effektive crossmediale PR ist essenziell, um das Vertrauen der Öffentlichkeit in das Unternehmen, dessen Produkte, Ziele und Werte zu gewinnen. Die PR-Botschaft wird nicht singular wahrgenommen

sondern mehrfach verstärkt und erreicht Menschen dort, wo sie sich bevorzugt informieren. Nur so können auf längere Sicht Akzeptanz, langfristige Verkaufserfolge, Stärkung der Unternehmensreputation und letztendlich das Bestehen des Unternehmens gesichert werden. Crossmediale PR geht über reine Informationsvermittlung weit hinaus. Crossmediale PR erklärt die Leitlinien, Ziele und Handlungsweisen eines Unternehmens und führt einen aktiven Dialog mit der Öffentlichkeit. Crossmediale PR steuert gezielt die Wahrnehmung im Zusammenspiel von Unternehmen und Produkten. Den größten Erfolg verspricht eine Kombination aus Werbemaßnahmen und crossmedialer PR. Die Marktbearbeitung über beide Kommunikationsformen und unterschiedliche Kanäle verstärkt die Zielgruppenerreichbarkeit.

Ziele crossmedialer PR

Ein positives Image ist kein Selbstläufer, sondern das Ergebnis strategisch angelegter Kommunikation. Unternehmen, die aktiv informieren, werden besser verstanden und langfristig akzeptiert.

Crossmediale PR verfolgt mehrere Ziele, um die Wahrnehmung und Kommunikation einer Marke oder Organisation zu optimieren. Die besten Ergebnisse erzielt, wer die analoge und digitale Welt strategisch verknüpft – etwa über Printartikel mit digitalen Zusatzinhalten, QR-Codes oder crossmedialen Kampagnen.

Schließen von Informationslücken innerhalb der Zielgruppe

Verständliche Vermittlung komplexer Sachverhalte

Aufbau und Pflege einer vertrauensvollen Beziehung zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit

Unterstützung der Unternehmensziele durch effektive Kommunikation

Aufzeigen von Expertenwissen und Fachkompetenz

Integrierte Bestandteile crossmedialer PR



📊 45.399



👁️ 5.024

👤 5.429



👤 5.000+

Fachpresse- PR

Die Bedeutung von Fachpresse bleibt weiterhin relevant, jedoch in einem spezifischen und sich wandelnden Kontext.

Die LAE-Sonderauswertung aus 2024 belegt, dass Fachzeitschriften für B2B-Entscheidungsträger unverändert die primäre Informationsquelle darstellen. Insgesamt greifen 85,5 % der Befragten regelmäßig oder gelegentlich auf Fachzeitschriften zurück. 45,2 % nutzen regelmäßig Fachzeitschriften in gedruckter Form oder als E-Paper. Auf Platz zwei überzeugen digitale Fachmedienange-

bote wie Websites, Social-Media-Kanäle, Newsletter, Apps, Podcasts und Webcasts. Websites, Social-Media-Kanäle, Newsletter, Apps, Podcasts und Webcasts von Unternehmen folgen dicht dahinter.

Diese Ergebnisse unterstreichen die weiterhin zentrale Rolle von Fachmedien im beruflichen Kontext. Insbesondere die ausführliche Darstellung in Form eines Anwenderberichtes (auch Case Study oder Erfahrungsbericht) zu Produkten oder Dienstleistungen im konkreten Einsatz bei Ihren Kunden, kann via Printmedien/E-Paper tiefergehend beschrieben und die Problemstellung inklusive Lösungsweg besser aufgezeigt werden. Experten und Entscheidungsträger verlassen sich auf Fachmedien für fundierte Analysen und Hintergrundberichte.

Was Sie gewinnen

Glaubwürdigkeit durch unabhängige Vermittlung

Informationen über Produkte, Leistungen oder Unternehmen werden von einer „neutralen Instanz“ vermittelt und wirken vertrauenswürdiger

Marktdurchdringung durch regelmäßige Präsenz

Regelmäßige Präsenz in der Fachmedienlandschaft trägt mehr zur Marktdurchdringung bei.

SEO- und GEO-Vorteile

Fachartikel und Whitepapers werden gezielt für Suchmaschinen und generative Suchsysteme (KI) optimiert, um organische Reichweite zu generieren.

Content-Recycling

PR-Inhalte können ergänzend auf weiteren Kanälen wie Blogs, Social Media oder Newslettern verwendet werden.

Vertriebsunterstützend

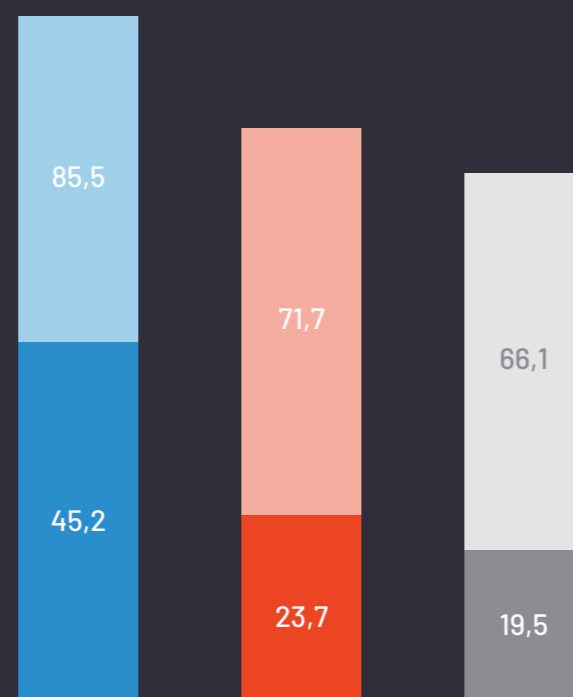
Fachtexte und Presseartikel sind vertriebsunterstützend nutzbar. Sie dokumentieren Ihre Kompetenz in seiner Gesamtheit.

Tiefgehende Informationen

Themen und Produkte können in ihrer Komplexität aufgezeigt und „in der Tiefe“ vermittelt werden.

Nutzung von Informationsquellen durch Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung

- Eine oder mehrere Fachzeitschriften, die sich mit beruflich relevanten Inhalten an Sie wenden (**Print oder E-Paper**)
- Webseiten, Social Media, Newsletter, Apps, Podcasts, Webcasts **von Fachmedien**
- Webseiten, Social Media, Newsletter, Apps, Podcasts, Webcasts **von Unternehmen**



LAE 2024 - Sonderauswertung Fachpresse. © Verein Deutsche Fachpresse 2024. Mit freundlicher Unterstützung der Fachvertretung Fachmedien im MVFP

Online- und Social-Media-PR

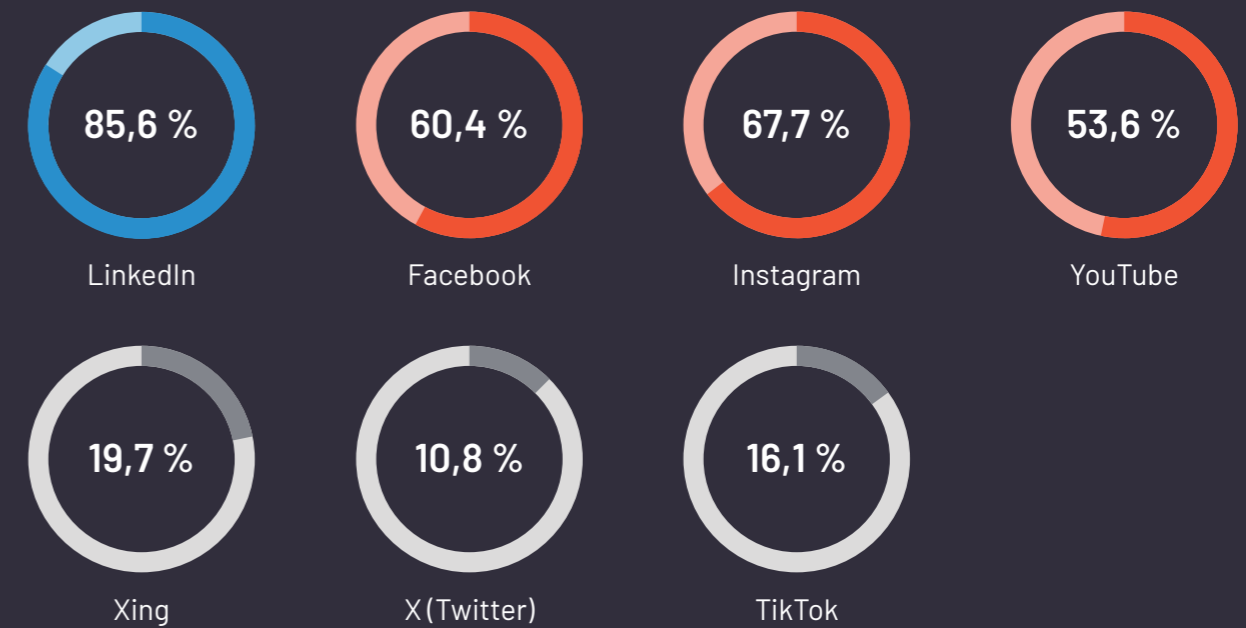
Digitale Kanäle bieten Unternehmen stark erweiterte Kommunikationsmöglichkeiten.

Social Media geht längst über Plattformen wie Facebook und X hinaus. Fachforen, LinkedIn, YouTube oder themenspezifische Blogs sind wertvolle Kanäle, um gezielt mit relevanten Zielgruppen in Kontakt zu treten.

Um die Reichweite und Effektivität von Online-PR zu maximieren, verbreiten Unternehmen ihre Pressemitteilungen auf strategisch relevanten Plattformen, Online-Portalen und Social-Media-Kanälen. Jede zusätzliche Veröffentlichung erhöht die Sichtbarkeit und verbessert das Suchmaschinen-Ranking.

Die Althaller Langzeitstudie, die das Social-Media-Verhalten von B2B-Unternehmen untersucht, zeigt: LinkedIn ist wie kein anderer Kanal geeignet, um die Fachartikel von B2B-Unternehmen zu kommunizieren. Die große Expansionsphase ist vorbei: alle großen Netzwerke verlieren Nutzungsanteile und Unternehmen bündeln Ressourcen auf wenige Kernkanäle – ein Reifezeichen hin zu Tiefe statt Breite.

Plattform-Ranking im B2B-Bereich (DACH)



Social Media in der B2B-Kommunikation DACH 2025 - Langzeitstudie ©Althaller Communication Gesellschaft für Marktkommunikation 2025. In Kooperation mit 1. Arbeitskreis SocialMediaB2B und Mittelstand-Digital Zentrum Illmenau

Was Sie gewinnen

SEO-Vorteile durch Hyperlinks und Keywords

Strategisch platzierte Links und keyword-optimierte Inhalte verbessern das Ranking von Unternehmenswebsites in Suchmaschinen.

Schnelle Verbreitung von Informationen

Neue Trends oder Unternehmensnews können umgehend kommuniziert werden.

Direkte Zielsprache

Unternehmen vermeiden Filter und erlisten, Redaktionste, und potenziell

gruppenan-

meiden redaktion-reichen Journalisten, Medienkontakte, und potenziell

Presseportale und Fachverzeichnisse

Die regelmäßige Präsenz in den online Kanälen der Fachpresse trägt mehr zur Marktdurchdringung bei als reine Anzeigenkampagnen.

GEO-Vorteile durch strukturierte Inhalte

Strukturierte und relevante Inhalte verbessern die Sichtbarkeit in generativen Suchsystemen (KI).

Unsere Leistungen

Crossmediale PR



Integrierte
Konzepte der
Distribution

ICD Hamburg GmbH
Gustav-Leo-Straße 15
20249 Hamburg

+49 (0) 40 46777010
info@icd-marketing.de
www.icd-marketing.de

Fachpresse-PR

PR-Beratung/Strategie

Themenentwicklung

Termin- und Maßnahmenplanung

Texterstellung / Redaktion (Pressemitteilungen, Fachbeiträge, Anwenderberichte, Case Studies, Interviews, Titelreportagen, Gastbeiträge, ...)

Personalisierter, branchenspezifischer Presseverteiler

Vermittlung von Journalistenanfragen und Pressegesprächen

Online- und Social-Media-PR

Social-Media-Strategie

Redaktionsplanung für Social Media

Content-Erstellung für verschiedene Social Media Kanäle, Websites und Blogs

Keyword-optimierte Inhalte für SEO- und GEO-Vorteile

Begleitende Maßnahmen

Medienbeobachtung / Monitoring

Tracking und regelmäßiges Reporting

Redaktion und Produktion von Mitarbeiterzeitungen und Kundenzeitungen

Ausarbeitung und Gestaltung von Vorträgen / Präsentationen

Beratung bei aufkommenden Krisensituationen hinsichtlich angemessener Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Sonstige Aktivitäten, die nötig sind, um die crossmediale PR für Ihr Haus ziel- und erfolgsorientiert zu unterstützen