



Erfolgreiche Presseinformationen professionell verfassen

Eine gute Pressemitteilung schreibt sich leider nicht von alleine. Gute Pressemitteilungen sind das Ergebnis durchdachter Planungen und gerader Zielsetzungen.

Bis zu 200 Pressemitteilungen erreichen täglich die Redaktion einer Lokalzeitung. Die meisten von ihnen landen ungelesen im Papierkorb. Mit einem Blick erkennt ein guter Redakteur ob die vorliegende Pressemitteilung für ihn wichtig oder unwichtig ist.

Wichtige Kriterien entscheiden über den Erfolg.

- **Aussehen** - In Sekunden muss der Redakteur erkennen können um welche Nachricht es sich handelt.
- **Inhalt** - Der Inhalt der Pressemitteilung muss einen Nachrichtenwert enthalten.
- **Aktualität** - Das Ereignis der Pressemitteilung darf sich erst vor kurzer Zeit ereignet haben.
- **Bedeutung und/oder lokaler Bezug** - Das Thema muss für die Leser der jeweiligen Zeitung interessant sein.
- **Neuigkeit** - Der Inhalt der Pressemitteilung darf bei den Lesern und anderen Redaktionen noch nicht bekannt sein.
- **Originalität** - Drei Berichte über ähnliche Themen bringt keine Zeitung. Deshalb sollte die Nachricht oder das Thema ungewöhnlich oder neu sein.

Die wichtigsten Informationen Ihrer Pressemitteilung sollten immer am Anfang des Textes stehen. Erst am Schluss bleibt dann Platz um Details einzufügen. So hat der Redakteur immer die Möglichkeit eine Pressemitteilung von hinten nach vorne zu kürzen, ohne die eigentliche Nachricht zu zerstören – je nachdem wie viel Platz ihm zur Verfügung steht.

Nachrichten haben Grundsätze

Wie überall, gibt es auch bei Pressemitteilungen Regeln und Grundsätze welche man nach Möglichkeit beachten sollte.

Nachrichtenregeln

Die „Sechs-W-Regel“ gibt an, welche Fragen nach Möglichkeit im ersten Teil einer Pressemitteilung beantwortet werden sollten.

- Wer?
- Wo?
- Was?
- Wie?
- Wann?
- Warum?



Die Reihenfolge dieser Fragen hängt von Ihrer Pressemitteilung ab und manchmal ist auch das eine oder andere „W“ nicht zu beantworten. Denken Sie deshalb immer daran, dass Ihre Nachricht aktuell sein muss.

Schreiben Sie einfach und verständlich. Beachten Sie, dass es auch hier einige Tipps gibt:

- Versuchen Sie Fremdwörter zu vermeiden.
- Enthalten Sie sich jeder Wertung und richten Sie nicht über andere.
- Bilden Sie kurze Sätze.
- Verfassen Sie Ihren Bericht in der dritten Person (er, sie, es).
- Versuchen Sie Hauptwörter mit Endungen auf –keit, -heit und –ung zu vermeiden.
- Finden Sie die interessante Nachricht Ihrer Mitteilung und erfinden Sie sie nicht.
- Möglichst sollten keine Abkürzungen in Ihren Bericht einfließen.
- Schreiben Sie aktiv und nicht mit umständlichen Passivkonstruktionen.
- Berichten Sie wie es ist, nicht wie Sie es gerne haben möchten.
- Fügen Sie Absätze in Ihren Text ein.
- Benennen Sie Personen bei der ersten Erwähnung mit Vor- und Zunamen, Titel und/oder Funktion – später genügt dann der Familienname.
- Fügen Sie nach Möglichkeit keine Fachwörter in Ihre Pressemitteilung ein.
- Beginnen Sie einen Satz nicht mit einer Ziffer. Zahlen von eins bis zwölf schreibt man in Buchstaben, ab 13 werden Zahlen durch Ziffern dargestellt.

Aufbau einer Pressemitteilung

Jede Pressemitteilung beginnt mit einer Überschrift. In der Hauptüberschrift wird knapp aber prägnant die Hauptnachricht dargestellt. Deutlich größer als der Text oder die sogenannte Dach- bzw. Unterzeile und fett gedruckt muss sie direkt ansprechen.

In der Dachzeile wird meistens der Ort der Nachricht oder die Quelle genannt. Zusätzliche Details werden in der Unterzeile mitgeteilt.

Ist Ihre Pressemitteilung länger, dann teilen Sie diese durch Zwischenüberschriften um die Verständlichkeit des Textes zu stärken.

Bevor der eigentliche Text beginnt – steht die sogenannte „Spitzmarke“. Die Spitzmarke den Ort der Pressemitteilung an (also wo die Handlung spielt). Diese wird üblicherweise fett gedruckt. Dann beginnt der eigentliche Text. Der erste und nicht der letzte Absatz muss das Interesse des Redakteurs und der Leser wecken. Bereits die ersten Wörter müssen Neugier wecken und zum Weiterlesen verleiten.

Pressemitteilungen – Wann versenden?

Eine Untersuchung der Zeitschrift iBusiness hat ergeben, dass eine Pressemitteilung den Redaktionen an verschiedenen Tagen unterschiedlich stark auffällt.



Verlagsgruppe
IRIS KATER
Verlag & Medien GmbH

Gerade dienstags, donnerstags oder auch am Sonntag wird eine Pressemitteilung eher beachtet als montags oder freitags.

Am Anfang bzw. am Ende der Woche werden die Zeitungsverlage mit Pressemitteilungen überschwemmt, sodass unverlangte Pressemitteilungen meist ungelesen gelöscht werden.

Dienstags oder donnerstags wurden die eingegangenen Pressemitteilungen bereits bearbeitet, sodass die Chance einer Beachtung wächst. Auch sonntags ist ein guter Zeitpunkt eine Pressemitteilung zu versenden und erhöht dadurch die Möglichkeit eines Abdrucks. Alle Zeitungen die montags erscheinen sind auch sonntags besetzt, die Pressestellen der Unternehmen haben an diesem Tag aber geschlossen.

Tipp: Pressemitteilungen, welche Terminankündigungen erhalten, sollten zehn Tage vor dem Termin bei dem jeweiligen Redakteur vorliegen.



© www.katercom.de