

## Die Pressemitteilung

Kurz, klar und verständlich sollte sie sein - die Pressemitteilung.

### Ein paar Tipps für das Verfassen

#### Das Aussehen einer Pressemitteilung

Die Frisur muss sitzen. Wichtig ist der Pressekopf, der einen gewissen Wiedererkennungswert besitzen sollte. Im Pressekopf muss der Hinweis "Pressemitteilung" stehen, genauso wie der Name des Projekts/des Vereins mitsamt Logo. Des Weiteren gehören in den Kopf: Anschrift, Telefon- bzw. Faxnummer, E-Mail- und Internetadresse, der Ansprechpartner für die Presse und das Datum.

\*

#### Die Form

Eine Pressemitteilung sollte nicht mehr als eine Seite umfassen. Schwer genug - schließlich nimmt der Pressekopf bereits Platz auf dem Din A4 Blatt ein. Noch schwieriger wird's, da der Zeilenabstand im Text anderthalbzeilig sein sollte. Und Absätze sollten für eine übersichtliche Gliederung sorgen.

#### Darstellung

\*

Eine Pressemitteilung ist kein literarischer Text. Er gehört in die Gattung der Nachricht oder des Berichts. Das heißt, kurz und knapp sollten alle Informationen zu den W-Fragen geliefert werden: Wer?, Was?, Wann?, Wo?, Wie?, Warum? und Woher?.

Der Aufbau gleicht der einer umgedrehten Pyramide: Die wichtigsten Infos gehören nach oben, die Details nach unten. In der dritten Person schreiben und im Idealfall lebendig formulieren und sachlich bleiben. Umgangssprache ist zu vermeiden - genauso gehören Bandwurmsätze verboten.

Meinung und Kommentar strikt voneinander trennen. Die Zahlen und Fakten müssen selbstverständlich stimmen.

#### Überschrift

Eine gute Überschrift sorgt für Aufmerksamkeit und die Lust, die Mitteilung auch zu lesen. Gleichzeitig enthält sie bereits die zentrale Aussage der Information. Eine Überschrift kann aus einer Dachzeile und einer untergeordneten Hauptzeile bestehen.

## **Tipps, wie die Pressemitteilung am besten in die Redaktionen kommt**

Geschrieben ist sie, und nun?

### **Verbreitung**

Mittlerweile werden Pressemitteilungen in der Regel nur noch per E-Mail verschickt. Der Vorteil: Die Redaktion kann den Text gleich in ihr Layoutsystem übernehmen, außerdem können Fotos direkt mitgeliefert werden.

### **Zeitpunkt**

Den besten Zeitpunkt nicht verschlafen. Eine Pressemitteilung, die nachmittags rausgeht, ist für den nächsten Tag kaum noch zu verwenden. Daher die Pressemitteilung möglichst am Vormittag verschicken.

### **Konkurrenz**

Konkurrenz belebt das Geschäft. Doch wenn dadurch die eigene Pressemitteilung unbeachtet in den Redaktionen liegen bleibt, ist es ärgerlich. Daher am besten vorher checken, wie die Nachrichtenlage für die nächsten Tage ist.

Aber natürlich: Eine Garantie für den Abdruck besitzen Sie nicht.