



## Checkliste zur Erstellung einer Pressemitteilung

Sie möchten eine Mitteilung an die Presse formulieren? Wir zeigen Ihnen, wie und auch ein Beispiel finden Sie für kurze Zeit auf unserer Homepage.

Für den Erfolg Ihrer Pressemitteilung sind **Regeln und Standards** zu beachten.

|   |
|---|
| <b>Die Form</b>   |
| Beginnen Sie Ihren Text mit dem auffällig platzierten und hervorgehobenen Wort "Pressemitteilung" oberhalb des eigentlichen Textes.   |
| Die Pressemeldung sollte Ort, Datum, Verfasser bzw. Kontaktdaten enthalten.   |
| Halten Sie sich kurz: maximal 1 DIN-A4-Seite, einseitig bedruckt, maximal 25 Zeilen.  |
| Formatieren Sie mit 1-5-fachem Zeilenabstand bei einem Seitenrand von ca. 3 cm.   |
| Verwenden Sie eine Schriftart, die leicht lesbar ist.   |
| Fügen Sie zusätzlich ein kurzes Anschreiben mit dem Briefkopf Ihrer Firma bei und der Bitte um Abdruck.   |
| <b>Der Inhalt</b>   |
| Eröffnen Sie den Text mit einer Headline, die das Interesse für den nachfolgenden Text weckt. Eine sogenannte Subline (Unterüberschrift) ist manchmal sinnvoll und erklärend.   |
| Journalisten arbeiten unter Zeitdruck, überfliegen den eingereichten Text meist nur. Deshalb sollte Ihre Pressemitteilung kurz gefasst sein und der aktuelle Anlass/Aufhänger am Anfang stehen.   |
| Bauen Sie den Text logisch auf. Die wichtigsten Informationen stehen am Anfang, weniger wichtige folgen.  |
| Der erste Abschnitt sollte die Hauptinformationen liefern, hier helfen Ihnen die W-Fragen (wer, was, wo, wann, wie, warum). Dieser Abschnitt sollte maximal drei bis fünf Zeilen umfassen.  |
| Der Folgetext dient der näheren Erläuterung, bringt aber keine weiteren wesentlichen Informationen mehr. Oft werden hier Zitate oder interessante Zusatzinformationen eingebaut.  |
| Vermeiden Sie werbliche Sprache in Ihrer Pressemitteilung. Je mehr journalistische Prinzipien (und nicht die des Werbers) beachtet werden, umso größer ist Ihre Chance, dass die Pressemitteilung abgedruckt und Ihr Unternehmen nach außen repräsentiert wird. |



## Checkliste zur Erstellung einer Pressemitteilung

(Fortsetzung)

|  |
|--|
| Direkte Anreden (ich, wir, du, Sie) sind in Presstexten unerwünscht, schreiben Sie in der dritten Person.  |
| Benutzen Sie kurze, prägnante Sätze.   |
| Vermeiden Sie überflüssige Füllwörter und Superlative.   |
| Erklären Sie gegebenenfalls Fach- und Fremdwörter, um Ihre Mitteilung verständlich zu gestalten.   |
| Behandeln Sie pro Text nur ein Thema.  |
| Bleiben Sie sachlich: stellen Sie die Fakten objektiv dar und übertreiben Sie nicht. Geben Sie Eckdaten und nennen Sie Aspekte, die Ihnen wichtig sind und das Interesse der Redakteure wecken.  |
| Vermeiden Sie Abkürzungen (z. B., o. ä.).  |
| Komplettieren Sie Ihre Pressemitteilung am Ende durch: Name, Funktion, Anschrift, Telefon- und Telefaxnummer, E-Mail- und Internet-Adresse des Ansprechpartners. Dieser ist oft identisch mit dem Verfasser der Pressemitteilung.  |
| Optional können Sie ein Firmenportrait am Ende einfügen, das eine kurze Beschreibung Ihres Unternehmens bzw. der Institution mitliefert.   |
| Fügen Sie zum Schluss die Zeilen und/oder Zeichenanzahl des Presstextes hinzu. Diese Angaben erleichtern dem Redaktionsteam die Platzkalkulation.  |
| Achten Sie bei mitgelieferten druckfähigen Fotografien oder Abbildungen auf gute Qualität, Format 13 x 18 oder 18 x 24 cm, 1 MB sollte jedoch nicht überschritten werden. Denken Sie bei Bildunterschriften daran, sie klar den mitgelieferten Fotos zuzuordnen. Schicken Sie die Fotos separat und nicht in den Text integriert an die Redaktion. |
| <b>Tipp:</b><br>Journalisten wählen nach Aktualität, räumlicher Nähe, allgemeinem öffentlichen Interesse, Fortschritt, Prominenz, Gefühl und Kuriosität aus. Senden Sie daher Ihre Pressemitteilung an einen ausgewählten Verteiler, der wirklich zu Ihrem Thema passt.  |