

10 Tipps für Ihre Presseinformation

1. Machen Sie sich ein Konzept: Wen und was wollen Sie erreichen, auf welchen Kanälen und was soll die Botschaft sein?

Schritte zum Medienerfolg:

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| •Analyse | Wo stehen wir? |
| •Konzeption | Was wollen wir? (Ziele) |
| •Thematisierung | Was sagen wir? (Inhalte) |
| •Instrumente | Mit welchen Mitteln? |
| •Operative Umsetzung | Was machen wir wann wo? |
| •Nacharbeit | Was hat es gebracht? |

2. Form macht Eindruck - Strukturieren Sie Ihre Presseinformation übersichtlich!

Folgende Elemente sollte Ihre Presseinformation enthalten:

- Vollständiger Organisationsname, Adresse, Telefon, Mail- und Internetadresse, Ansprechpartner mit Vorname und Funktion
- Titel „Presseinformation“
- Platz zum Redigieren (rechts ca. 5 cm Rand, Zeilenabstand 1,5 Zeilen)
- Absätze zur optischen Gliederung
- Ggf. Links und Downloads

3. Aufbau bringt Übersicht – Gliedern Sie Ihre Presseinformation wie einen Zeitungsartikel!

- Überschrift – soll Thema kurz und „knackig“ auf den Punkt bringen
- Dach- bzw. Unterzeile – zur näheren Erläuterung
- Vorspann (Lead) – fasst wichtigste Informationen zusammen
- Textteil mit Fakten, Daten, Zitaten
- Ggf. Zwischenüberschriften
- Gliederung - „das Wichtigste zuerst“

4. Content matters – Achten Sie auf inhaltliche Substanz und Relevanz

- Beurteilungskriterien für den Nachrichtenwert sind u.a. Nutzen/ Bedeutung für den Leser, Aktualität, räumlicher Bezug zum Erscheinungsgebiet des Mediums, Prominenz, Kuriosität
- Text muss Antwort auf W-Fragen geben: Wer macht was wann wo wie und warum
- Informationen müssen konkret und objektiv sein
- Keine Übertreibungen, keine Werbung

5. Verständlichkeit ist Trumpf – Schreiben sie knapp und prägnant

- Kurze, unverschachtelte Sätze, wenig Füllwörter
- Fremdwörter und Anglizismen vermeiden !!!
- Substantivierungen auflösen
- 3. Person, kein wir, kein Sie, Kein Herr und Frau, sparsam mit Titeln
- Abkürzungen: erklären oder ausschreiben (auch Prozent, Euro)
- Zahlen bis zwölf ausschreiben, darüber Ziffern

6. Ergänzen Sie Ihre Presseinformation durch aussagekräftige Bilder

- Maximal 3 Bilder einsenden, ideal ist ein Hoch- und ein Querformat
- Lebendiges und kontrastreiches Bildmotiv
- Bildunterschriften/ Quelle
- Digitale Bilder:
 - Dateiformat jpg
 - Auflösung Medienabhängig 72 – 300 dpi

7. Wählen Sie den Weg in die Redaktion mit Bedacht

- Versand per E-Mail
- An Redaktion, nicht an Redakteur
- Verteiler sorgfältig auswählen und aktualisieren
- Kurze Informationen direkt in die Mail, längere Texte als Anhang
- Gängige Dateiformate und Schriftarten verwenden
- Datenmenge von Anhängen klein halten

8. Vernetzen Sie Print, Online und Social Media crossmedial

- Jede Presseinformation gehört auf Ihre Homepage
- Viele Journalisten twittern - nutzen Sie es für Ihre Pressearbeit
- Platzieren Sie Ihre Presseinformation in relevanten Presseportalen
- Suchen Sie Kontakt zu einschlägigen Bloggern

9. Achten Sie auf das richtige Timing

a) Jahresplanung:

- Auf gleichmäßige Verteilung der Medienereignisse achten
- „Saure-Gurken-Zeit“ ausnutzen
- Kollision mit anderen Veranstaltungen/ Ereignissen berücksichtigen

b) Detailplanung

- Presseinformationen ca. 10 Tage im Voraus
- Veranstaltungshinweise ggf. zusätzlich eine Woche im Voraus direkt an Serviceredaktion
- Nachberichte innerhalb nach 1-2 Tagen, max. einer Woche
- bei Magazinen Redaktionsschluss erfragen

10. Erstellen Sie bei Veranstaltungen eine informative Pressemappe

Was rein muss: Presstext
 Hintergrundinformation/ Organisationsdaten
 Programm
 Fotos (Print 13x18, Pressequalität oder Link zu Download im Internet)

Was rein kann: Personenporträts, Redetexte, Prospekte, CD-Rom