

10 Tipps zum Schreiben von Pressemitteilungen

Tipp 1

Die Überschrift sollte die Kernaussage der Pressemitteilung wiedergeben und – wenn möglich – Aufmerksamkeit erregen. Eine Standardüberschrift zur Feier eines Vereinsjubiläums wäre z. B. so was wie „Verein XY feiert 50-jähriges Bestehen“ oder „50 Jahre Verein XY“. Das trifft den Kern der Sache, ein Hingucker ist die Überschrift aber nicht. Vielleicht gibt es etwas Besonderes bei der Feier, das in der Headline schon erwähnt werden kann. Ein paar Beispiele:

- Verein XY: 50-Jahr-Feier mit Helene-Fischer-Double
- Scheunenparty zum 50-jährigen Bestehen des Vereins XY
- Verein XY feiert mit Bungee-Jumping und Livemusik (falls nicht gerade das 50-jährige Vereinsjubiläum gefeiert wird)

Eine Überschrift ist auch dann interessant, wenn sie den Nutzen des Artikels für die LeserInnen herausstellt:

- Verein XY berät in Steuerfragen
- Verein XY hilft Eltern bei der Kindergartenwahl
- Verein XY gründet Herzsportgruppe
- Verein XY: Aufwärmen, aber richtig (Ja, auch solche Pressemitteilungen drucken Zeitungen durchaus, wobei jedoch in der Überschrift vermutlich der Vereinsname entfällt. Doch der kommt selbstverständlich auch im Text vor.)

Tipp 2

Die Überschrift der Pressemitteilung muss möglichst kurz sein, denn Zeitungen (auch Online-Zeitungen) haben nur begrenzt Platz. Passt nicht alles Wichtige in eine Zeile, besteht die Möglichkeit, eine Unterüberschrift (Subheadline) zu verfassen. Doch die veröffentlicht nicht jedes Medium, weshalb sie immer nur eine Notlösung ist.

Tipp 3

Die wichtigsten Informationen gehören bei einer Pressemitteilung an den Anfang. Um nichts zu vergessen, sollte man sich beim Schreiben des ersten Absatzes der Pressemitteilung an die fünf Ws halten: Wer macht was, wann, wo und warum?

Tipp 4

Eine Pressemitteilung sollte sich von hinten nach vorn kürzen lassen, damit eine Zeitung oder ein anderes Medium bei Bedarf die ersten Zeilen als Kurzmeldung veröffentlichen kann. Denn manchmal ist nicht genug Platz für einen ausführlicheren Artikel.

Tipp 5

Eine Pressemitteilung beschränkt sich auf Fakten. Wertungen („die großartige Party“, „das beste Geschäft“) gehören nicht hinein.

Simone Harland

Autorin und Redakteurin

www.simone-harland.de

Tipp 6

Werden in einer Pressemitteilung Personen erwähnt, dann immer mit Vor- und Nachnamen, mit ihrer Funktion und bei Bedarf auch mit ihrem akademischen Titel (z. B. bei medizinischen Themen).

Beispiele:

- XY-Geschäftsführer Ralf Meier
- Dr. med. Silke Rosenkötter, Chefarztin der Abteilung Innere Medizin
- Katrin Blauhäher, Vorsitzende des XY-Vereins

Selbst nach der ersten Namensnennung spricht eine Pressemitteilung nicht von Herrn Meier oder Frau Rosenkötter, sondern weiterhin von Ralf Meier bzw. Silke Rosenkötter oder bestenfalls von Dr. Rosenkötter.

Tipp 7

Wörtliche Zitate dürfen in einer Pressemitteilung durchaus vorkommen. Sie lockern insbesondere trockene Fakten auf.

„Firma XY hat ihren Gewinn gegenüber 2014 um 15 % gesteigert“, so Katrin Blauhäher, XY-Pressesprecherin.

Dennoch sollte man sich genau überlegen, ob man Zitate verwendet, denn unter Umständen blähen sie die Pressemitteilung auch unnötig auf.

Tipp 8

Jede Pressemitteilung behandelt nur ein Thema. Zum Beispiel die Feier eines Vereins zum 50-jährigen Bestehen, nicht jedoch die 50-Jahr-Feier **und** die anstehende Mitgliederversammlung. Gut für den Verein: Durch die Ankündigung der Mitgliederversammlung in einer weiteren Pressemitteilung macht er ein zweites Mal auf sich aufmerksam (vorausgesetzt, die angesprochenen Medien veröffentlichen beide Pressemitteilungen).

Tipp 9

Pressemitteilungen sind umso erfolgreicher, je besser verständlich sie sind. Das bedeutet – neben anderem – nur wenige, am besten aber keine Fachbegriffe zu verwenden und kurze Sätze zu bilden.

Tipp 10

Jede Pressemitteilung nennt am Ende eine Kontaktadresse, an die sich JournalistInnen wenden können, falls sie weitere Fragen haben oder Fotos benötigen. Es kann auch sinnvoll sein, ein zur Pressemitteilung passendes Foto mitzuliefern oder es auf einer Website für die Presse kostenfrei zum Download zur Verfügung zu stellen und unter der Kontaktadresse darauf hinzuweisen.

© Simone Harland

Möchten Sie noch mehr über gute Pressemitteilungen wissen? Dann buchen Sie mich doch einfach für einen Workshop. Ich bringe Ihnen und Ihren Mitarbeitern bei, wie Sie bessere Texte schreiben und Pressemitteilungen so verfassen, dass sie gedruckt werden. Gerne übernehme ich auch das Schreiben und Verteilen Ihrer Presstexte. Ein kurzer Anruf unter 05533– 2627 oder eine E-Mail an sh@simone-harland.de genügt!