



## Leitfaden zur Erstellung einer Pressemitteilung

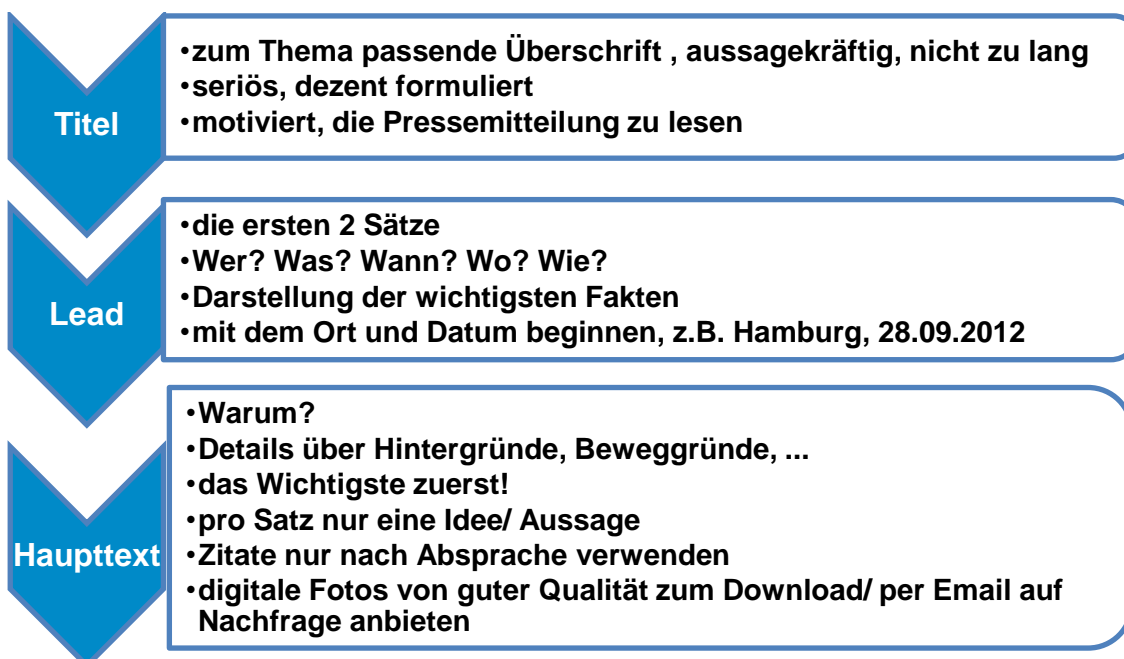
### Welchen Zweck hat eine Pressemitteilung?

- Pressemitteilungen werden von Journalisten gelesen
- Ziel → das Interesse des Journalisten zu wecken, um folglich in den Medien Erwähnung zu finden

### Was ist wichtig, um die Erfolgsaussichten zu erhöhen?

- **Aktualität** (immer eine aktuelle Nachricht beinhalten, z.B. Start einer Kampagne)
- **Relevanz** für die Leser
- **kein Werbetext**
- klare **Struktur, übersichtlich**
- so **einfach** und **kurz** wie möglich → **präzise** Formulierungen (keine Schachtelsätze und Füllwörter) & möglichst nicht länger als **1 Seite**
- **Die Wichtigkeit der Inhalte nimmt von oben nach unten ab, d.h. oben steht das, was dem Absender am Wichtigsten und für die Leser am Relevantesten ist**
- **sachlich, verständlich, leicht erfassbar, themenrelevant**
- Verwendung von **überprüfbaren Daten**
- so formulieren, dass der Text direkt abgedruckt werden könnte (z.B. nicht „Wir...“)
- auf richtige Rechtschreibung und Grammatik achten
- s. Vorlage für Hintergrund und Formatierung

### Wie wird eine Pressemitteilung aufgebaut?



- **letzter Absatz: Vorstellung der Beteiligten**
  - kurze Präsentation der Initiative und ggf. der Lokalgruppe
  - s. "Vorlage" für einen Beispieltext
- **Kontakt für die Presse**
  - vollständige Kontaktdaten (Anschrift, Telefon, Fax, Email)
  - Ansprechpartner, der fachlich kompetent und erreichbar sein muss
- Wenn möglich **druckfähige Bilder** mitschicken oder zum Download bereitstellen. Dabei die Dateigröße beachten. Insgesamt sollte die E-Mail nicht mehr als 2 MB haben.