




PROFESSIONELLE PRESSEMITTEILUNGEN

Was muss ich beachten?

Sascha Lienesch
Pressesprecher der Freiwilligen Feuerwehr Sankt Augustin





Hi.

Euer Referent: Sascha Lienesch

- Von 2002 – 2018
Pressesprecher der CDU Sankt Augustin
- Von 2005 – 2006
Pressesprecher der OWL-Gruppe der
CDU Landtagsfraktion
- Seit 2013
Pressesprecher der Freiwilligen Feuerwehr
Sankt Augustin
- Derzeit beruflich SEO Manager in einer
Online-Marketing-Agentur



Grundsätzliches zur Pressemitteilung

- Klassische Form der Pressekommunikation
- Redaktionen kriegen Dutzende davon jeden Tag
- Auf Briefpapier (PDF) oder auch als E-Mail möglich
- Früher oft per Fax – die Zeiten sind aber wirklich vorbei
- Eine Pressemitteilung sollte immer nur ein Thema beinhalten



Pressemitteilung nur, wenn Du du was zu sagen hast

- Echte Neuigkeit vermelden
- Aktualität sicherstellen
- Über relevante Dinge berichten
(für die Öffentlichkeit interessant)
- Beschränkung auf wesentliche Fakten
- Keine „Fake-News“ (die Glaubwürdigkeit
leidet dauerhaft)



Schreibstil

- Schreib nicht zu werblich
- Erkläre Fremdwörter und vermeide Abkürzungen (mind. 1x ausschreiben)
- Schreib in der „dritten Person“, um Subjektivität und Unglaubwürdigkeit zu vermeiden
- Sätze sollten leicht zu lesen, kurz und prägnant sein
- Zu laxer Sprache schadet der Seriosität
- Unbedingt Korrekturlesen und damit Rechtschreibfehler vermeiden
- Der Titel muss den Kern der Pressemitteilung sofort treffen – er sollte kurz und präzise sein. Lange Titel langweilen.



Überschrift/1

- Nicht länger als eine Zeile
- Nicht größer als Schriftgröße 14 pt
- Aussagekräftig und nicht nur „Pressemitteilung“ oder „Presseinformation“
- Subheadline / Unterüberschrift ist möglich, aber nicht zwingend..
Diese dann etwas kleiner formatieren



Überschrift /2

Achtung bei Pressemitteilungen per E-Mail:

Betreffzeile entscheidet darüber, ob die Mail gelesen wird. Sie muss:

- Eindeutig sein
- Man muss sofort erkennen können, worum es sich handelt
- „Presseinformation“ oder „Pressemitteilung“ allein reicht nicht aus



Hauptteil /1

Bei einer guten Pressemitteilung werden die

W-Fragen

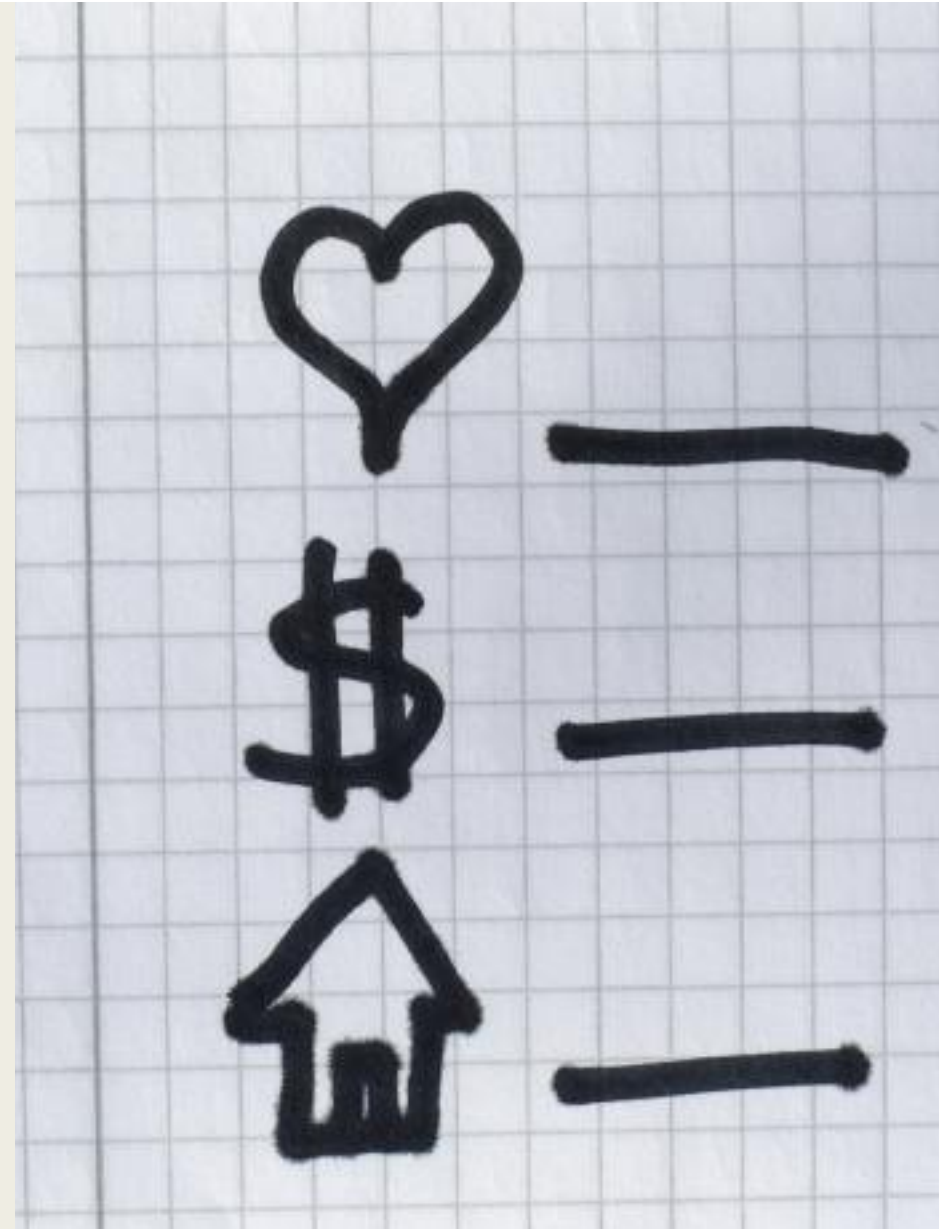
innerhalb des ersten Textdrittels beantwortet.

- **Wer:** Wer ist von den Nachrichten betroffen und wer profitiert von ihnen?
- **Was:** Was ist passiert?
- **Wann:** Wann passiert es / wann ist es passiert?
- **Wo:** Wo passiert es?
- **Wie:** Wie kam es dazu?
- **Warum:** Warum sollte sich jemand dafür interessieren?



Hauptteil /2

- Spare Dir Einleitungen: Fange mit dem wichtigsten im ersten Satz an.
- Ob das Wichtigste am Anfang der Presseinformation steht, testet Ihr, wenn Ihr die Pressemitteilung schreibt, indem ihr die Absätze der Reihe nach von hinten gedanklich streicht und Euch überleget, ob die Pressemitteilung immer noch aussagekräftig bleibt.



Hauptteil /3 - Zitate

Verzichte auf dröge, austauschbare Zitate.
Mach es besser:

- Etwas Überraschendes wird mitgeteilt
- Eine Meinung oder Bewertung wird mitgeteilt
- Etwas Emotionales wird mitgeteilt, gern auch als kleine Story



Abbinder

- Steht am Ende der Pressemitteilung
- Informationen zum Absender der Meldung kurz zusammengefasst.
- Schriftgröße kleiner als die Schrift der Pressemitteilung selbst, damit der Abbinder sich optisch unterscheidet und lediglich als Zusatzinformation wahrgenommen wird.
- Kein zwingendes Element. Oft kann man darauf verzichten, wenn nur die regionale Presse bedient wird, die uns kennt



Kontakt

- Zwingendes Element der Pressemitteilung
- Zentrale Ansprechperson für alle Fragen rund um das Thema der Pressemitteilung sollte genannt werden
- Telefonnummer inkl. Durchwahl und E-Mail-Adresse sollten angegeben werden



Anhänge

- Angehängte weitere Dokumente wie Bilder oder Logos bereichern die Pressemitteilung
- Wird z. B. über eine Studie berichtet, so könnte diese auch angehängt werden oder ein Link zur Quelle angegeben werden.
- Nicht zu viele Fotos anhängen.
Ggf. einen Link zu Dropbox oder ähnliche Cloud mit weiteren Bildern verweisen
- Bilder müssen hochwertig sein.



Presseverteiler

- General-Anzeiger
siegburg@ga-bonn.de
- Rhein-Sieg-Anzeiger
redaktion.rheinsieg@ksta.de
- Rhein-Sieg-Rundschau
Rhein-Sieg.Rundschau@kr-redaktion.de
- Extra-Blatt
redaktion@extra-blatt.de
- Radio Bonn-Rhein-Sieg
redaktion@radio-bonn.de





DANKE!

