

Pressemeldung schreiben

In 4 Schritten eine optimale Pressemeldung schreiben

Öffentlichkeitsarbeit für Unternehmen erhöht den Bekanntheitsgrad, fördert das Firmenimage, bildet Meinungen und schafft Vertrauen für bestehende und potenzielle Zielgruppen. Das wohl meist genutzte Instrument, um diese Kommunikationsziele zu erreichen, ist die Pressemeldung. Sie informiert über Neuerungen, Ereignisse, Produkte oder Veranstaltungen des Unternehmens. Eine gute Möglichkeit, um Neuigkeiten zu veröffentlichen sind Presseportale im Internet. Presseportale erreichen Medienkontakte und Endkunden gleichermaßen und unterstützen eine gute Platzierung in den Suchmaschinen. Pressemeldungen können hier zum größten Teil sogar kostenlos veröffentlicht werden. Doch ob die Nachricht das Interesse weckt und veröffentlicht wird, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Um die Chancen auf eine Veröffentlichung zu steigern, lohnt es sich für Unternehmen, etwas Zeit und Mühe in das Verfassen eines Pressetextes zu investieren und einige grundsätzliche Regeln zu beachten.

Pressemeldung schreiben: Mit interessanten Inhalten Aufmerksamkeit erregen

Die Informationsflut in den Medien ist hoch. Leser überfliegen meist nur die Überschriften und vertiefen sich nur in Artikel, die ihr Interesse wecken. Dabei entscheiden bestimmte Nachrichtenkriterien, ob eine Pressemeldung die Aufmerksamkeit des Publikums erregt. Wenn das Thema aktuell und der Informationsgehalt der Mitteilung hoch ist, stehen die Chancen für ein gewecktes Leserinteresse nicht schlecht. Hinzu kommen weitere inhaltliche Faktoren, die den Wert einer Nachricht bestimmen. Dazu zählen Aktualität, Betroffenheit, Folgeschwere, Konflikträchtigkeit, Dramatik, Prominenz oder Kuriosität einer Nachricht. Idealerweise wird zudem die aktuelle und brisante Nachricht mit einem griffigen und aussagekräftigen Titel ggf. auch Untertitel gekrönt. Je mehr dieser Kriterien in der Pressemeldung enthalten sind, desto eher wird sie beachtet.

Pressemeldung schreiben: Mit klaren Formulierungen punkten

Zunächst einmal sollten Pressemeldungen sachliche Informationen enthalten. Rein werbliche Mitteilungen sind dagegen wenig erfolgsversprechend. Darüber hinaus ist es wichtig, dass der Sprachstil einigen Richtlinien folgt.

Für die Textgestaltung ist die Zeitform Präsens, also Gegenwart ideal. Ebenso sollte die Nachricht in der 3. Person verfasst werden (Nicht „Wir eröffnen mit ‚Guenstigerkaufen.de‘ einen neuen Onlineshop.“, sondern besser „Handelsunternehmen Müller eröffnet mit ‚Guenstigerkaufen.de‘ einen neuen Onlineshop.“).

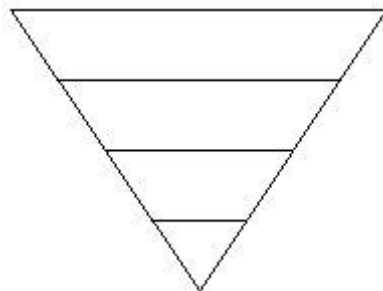
Eine entscheidende Rolle spielen auch verständliche Formulierungen. Ein Leser wird einen Satz nicht zweimal lesen, wenn er eine Textpassage aufgrund von verschachtelten Satzkonstruktionen, komplizierten Fachbegriffen oder blumigen Ausdrücken nicht versteht. Er wird vielmehr eine Nachricht vorziehen, die eine klare Ausdrucksweise hat und in der Fachausdrücke und Abkürzungen erklärt werden. Füllwörter wie „eigentlich“, „irgendwann“, „möglicherweise“, „wahrscheinlich“, oder „sicherlich“ sind nicht optimal. Es kommt also darauf an, einen Text zu verfassen den die Zielgruppe versteht.

Pressemeldung schreiben: Aufbauprinzip „Das Wichtigste zuerst“

Eine optimale Pressemeldung besteht aus:

- Ort und Datum
- einem aussagefähigen Titel und ggf. einem Untertitel
- einem Einführungstext (Teaser oder Lead) mit den wichtigsten Inhalten in 2-3 Sätzen
- dem eigentlichen Presstext (Body) in 3-5 Absätzen
- einem Abbinde (Boilerplate) mit den wichtigsten Unternehmensinformationen und
- den Kontaktinformationen mit Angabe eines Ansprechpartners.

Eine Pressemeldung schreiben folgt dem Prinzip einer umgekehrten Pyramide.



Aufgrund des großen Informationsangebotes in den Medien, ist die Aufmerksamkeitsspanne eines Lesers nicht sehr groß. Deshalb sollte der erste Absatz die wichtigsten Fakten enthalten und die W-Fragen beantworten: Wer – Was – Wann – Wo – Wie - Warum. Die folgenden Informationen werden dann in absteigender Wichtigkeit angeordnet. Grundsätzlich beginnt die Nachricht also mit der Hauptaussage, dann folgen Hintergrundinformationen und Einzelheiten.

Für eine Veröffentlichung der Pressemeldung auf Presseportalen sorgen Schlagwörter (Keywords) im Header und Teaser für eine bessere Auffindbarkeit der Pressemitteilung in den Suchmaschinen.

Pressemeldung schreiben: Bilder und Zitate sprechen lassen

Bilder sind eine schöne Möglichkeit, um eine Nachricht visuell abzurunden. Wichtig dabei sind eine gute Bildqualität und aussagekräftige Bildunterschriften. Zitate sind ebenso ein wichtiger Bestandteil einer Pressemitteilung. Sie sind Ausdruck von persönlichen Meinungen und hauchen so

einer Nachricht Leben ein. Sie sollten ausdrucksstark sein und Neuigkeitswert besitzen. Leere Floskeln des Geschäftsführers, die den Inhalt der Pressemeldung nur noch einmal wiedergeben, sind dagegen weniger interessant.

Ist die Pressemeldung erstellt, wird sie über den klassischen Presseverteiler an die Redaktionen verschickt. Um jedoch weitere Zielgruppen zu erreichen, bieten Verteilerdienste, aber auch viele kostenlose Presseportale im Internet eine ideale Ergänzung. Es lohnt sich also, die Pressemeldung auf möglichst vielen Portalen zu veröffentlichen. Die Reichweite der klassischen Pressearbeit lässt sich so um ein Vielfaches steigern.