

Damit Ihre Pressemitteilung nicht gleich wieder im Papierkorb der Redakteure landet, hier einige nützliche Tipps, worauf Sie bei der Erstellung einer Pressemeldung achten sollten.

1 Bieten Sie einen wirklichen Nachrichtenwert

Pressemitteilungen sollten immer aktuelle Meldungen enthalten – das erhöht ihren Nachrichtenwert und somit die Wahrscheinlichkeit, dass der Text gedruckt wird. Anlässe, die Neues bieten und Ihre Zielgruppen interessieren, ergeben sich immer wieder: der Beginn eines neuen Großprojektes, ein Firmenjubiläum, die jährliche Bilanz-Presskonferenz, Seminare mit bekannten Vortragenden, neue Vertriebskooperationen usw.

2 Achten Sie auf eine aussagekräftige Überschrift

Die aktuelle Nachricht gehört in den Titel der Pressemitteilung, denn dieser entscheidet darüber, ob der zuständige Redakteur Ihren Text überhaupt liest. Das heißt: Fassen Sie in 3 bis 7 Worten zusammen, was den Leser in der Pressemitteilung erwartet.

Beispiel: Ein Gartencenter stellt am 1. April einen innovativen Hochdruckreiniger vor. Der Titel der Pressemitteilung sollte weder lauten: „Schauen Sie am 1. April bei uns vorbei“ noch: „Weltneuheit im Gartencenter Wolfsberg“. Beiden Varianten fehlen wichtige Informationen – im Gegensatz zu dieser Version: „Premiere des XY-Hochdruckreinigers im Gartencenter Wolfsberg“. Das Datum können Sie auch an den Beginn des Fließtextes stellen.

3 Beantworten Sie die „W-Fragen“

Im ersten Satz der Pressemitteilung erwartet der Redakteur Fakten, Fakten, Fakten. Er will wissen, wer was macht, wie, wann, wo und warum. Beantworten Sie diese „W-Fragen“ kurz und knapp – dadurch sparen Sie dem Redakteur wertvolle Zeit.

Beispiel: „Am 1. April präsentiert das Gartencenter Wolfsberg eine Weltneuheit: den ersten beheizten Hochdruckreiniger von XY.“

4 Schreiben Sie kurz und bündig

In den folgenden Absätzen können Sie dem Redakteur genauere Infos liefern: Was ist das Neue an diesem Hochdruckreiniger? Welche innovative Technologie verwendet er? Wie viel wird er kosten? Wer ist die Zielgruppe?

Aber Achtung: Auch hier sind keine ausschweifenden Erzählungen erlaubt. Bleiben Sie sachlich und betonen Sie den Mehrwert Ihres Produktes. Es geht darum, was Ihr Erzeugnis kann und nicht, was Sie sich von ihm erhoffen.

Alle wichtigen Informationen sollten im ersten Drittel der Pressemitteilung enthalten sein, gefolgt von ergänzenden Anmerkungen. Dann freut sich der Redakteur: Er kann den Text problemlos vom Ende her kürzen und ihn damit jedem Medium anpassen.

5 Liefern Sie Infos zur Firma im Abbinder

Fassen Sie die wichtigsten Fakten über Ihre Firma in einem abschließenden Absatz der Pressemitteilung zusammen: Standort, Mitarbeiteranzahl, Gründungsjahr, Geschäftsbereiche usw. Diesen so genannten Abbinde müssen Sie nur einmal formulieren und können ihn – abgesehen von Aktualisierungen – bei jeder Pressemitteilung verwenden.

6 Bleiben Sie sachlich

Eine Pressemeldung ist kein Werbetext. Auch wenn Sie noch so begeistert sind von Ihrem neuen Produkt oder Ihrer neu erbauten Werkshalle – schreiben Sie weder werblich noch unsachlich. Drücken Sie sich nüchtern und objektiv aus, übertreiben Sie nicht und schreiben Sie verständlich. Vermeiden Sie Fremdwörter und Fachausdrücke, formulieren Sie Ihre Sätze kurz und eindeutig. Ziehen Sie das Aktiv dem Passiv vor, so erhalten Sie einen dynamischen Text.

7 Gestalten Sie die Pressemitteilung übersichtlich

Als Faustregel gilt: Eine Pressemitteilung sollte auf eine A4-Seite passen, eventuell ergänzt um ein „Fact Sheet“ des Unternehmens. Verwenden Sie einen Zeilenabstand von 1 ½ Zeilen, gliedern Sie den Text in lesefreundliche Absätze und lassen Sie rechts rund 5 cm Platz zum Redigieren. Auch informative Zwischenüberschriften sind sinnvoll.

8 Nennen Sie einen Ansprechpartner

Vergessen Sie nicht, einen Ansprechpartner samt Kontaktdaten am Ende der Pressemitteilung anzugeben. Und dieser muss jederzeit erreichbar sein – Journalisten schätzen es gar nicht, wenn sie sich erst durchfragen müssen oder an Mitarbeiter verwiesen werden, die nicht wissen, worum es geht.