

MERKBLATT für eine Pressemeldung

Für die DKV-Erlebniswoche Kanu 2010 vom 1.-9. Mai stellt der Deutsche Kanu-Verband dieses Merkblatt mit Kurz-Informationen für seine Vereine bereit, um schnell und erfolgreich den Medien Material liefern zu können.

1. Gestalte eine Pressemitteilung wie einen Fließtext

Der Text sollte nicht stichpunktartig zusammengefasst sein, sondern klassisch mit einer Eröffnung (Aufmacher), einem Hauptteil und einer abschließenden Einladung zur Veranstaltung versehen sein.

2. Gestalte das eigentliche Thema der Pressemitteilung kurz

Neben dem Motto der DKV-Erlebniswoche Kanu 2010 „Kanusport tut Deutschland gut“ sollte das Interesse mit dem Slogan „Kanusport ist am schönsten im Verein“ geweckt werden. Allerdings nicht mit einem „erschlagend“ langen Text. Bessere Chancen bei den Medien hat man mit einem inhaltsreichen, aber knappen Text. 1.000 Zeichen sind knapp, 2.000 sind ausreichend und über 3.000 sind zu viel.

3. Das Wichtigste zu Beginn

Bereits in den Aufmachersatz sollten alle wichtigen Informationen: Ort, Zeit, Art der Veranstaltung, Verein. Ein Leser könnte faul sein und den Text nicht zu Ende lesen, daher schon zu Beginn den wesentlichen Inhalt bringen.

4. Gestalte den Text mit Besonderheiten

Eine Stimme bzw. Zitat des Ausrichters, interessante Zahlen (wie Mitglieder des Vereins, Anzahl sonstiger Veranstaltungen/Fahrten), Besonderheiten der Veranstaltung, Besonderheiten des Gewässers und viele weitere Dinge runden einen Text ab und sorgen dafür, diesen bis zum Ende zu lesen.

5. Knackige Überschriften

Auch hier sollte etwas Besonderes im Fokus stehen. Bitte keine „Nichts-Sagende“-Überschrift, nichts vom Wetter oder nur einer erfolgreichen Veranstaltung (gerade das Wort „erfolgreich“ wird sehr oft in Presstexten verwendet, daher sollte die Überschrift ansprechender gewählt werden).

6. Abschluss des Textes

Am Ende des Textes sollte unbedingt ein Ansprechpartner / Kontakt ggf. ein Zeitplan der Veranstaltung, die Einladung für alle Interessierten und die Bitte zur Veröffentlichung genannt werden. Ein oder mehrere Bilder erhöhen die Wahrscheinlichkeit der Veröffentlichung.

7. Versendung

Versende Deine Pressemitteilung vormittags unter der Woche. Keinesfalls am Wochenende oder am späten Nachmittag. Versende die Pressemitteilung (falls in einer Mail) direkt an dich. Die Adressaten (lokale Medien) in Blindkopie. Die gängigen Formate sind: Den Text in der Mail direkt versenden, als angehängtes Word-Dokument oder als PDF-Dokument. Bilder ausschließlich im JPEG-Format versenden.

Für weitere Fragen steht der Deutsche Kanu-Verband gerne unter presse@kanu.de zur Verfügung.