

PRESSEMITTEILUNG - ALLGEMEINE TIPPS

Einige Stichworte und Tipps, die am Beginn stehen: ...

1. thematische Relevanz:

Versenden Sie nur Pressemitteilungen, wenn Sie wirklich etwas Wichtiges und Neues zu sagen haben. Fragen Sie sich: Wieso ist dieser Inhalt von Bedeutung für Journalisten? Was ist neu, aktuell und besonders? Dies sollte in der Pressemitteilung unbedingt beantwortet werden.

2. der richtige Presseverteiler:

Adressieren Sie Meldungen an einen persönlichen Ansprechpartner, anstatt an eine allgemeine Redaktionsadresse, damit der Text nicht in der Masse der Mails untergeht. Die Ansprache des passenden Medienvertreters erhöht die Chance auf eine Veröffentlichung. Bauen Sie selbst einen Presseverteiler auf und aktualisieren sie diesen regelmäßig.

3. der richtige Versandzeitpunkt:

In Zeiten geringer Konkurrenz (Stichwort „Sommerloch“) ist die Chance, dass die Medien eine bestimmte Pressemitteilung aufgreifen, höher. Im Umkehrschluss ist die Zeit-Phase unmittelbar nach den Sommerferien und um Weihnachten schlecht um besondere Beachtung zu finden. Zudem ist es grundsätzlich besser, seine Informationen vormittags statt nachmittags zu verschicken. Im Gegensatz dazu sind Social-Media-Posts (Instagram, etc.) besser in den späten Nachmittags- bzw. frühen Abendstunden zu platzieren.

4. Sprache und Stil:

Verwenden Sie einfache Sätze und möglichst wenige Fachwörter. Falls sich Fachbegriffe nicht vermeiden lassen, erklären Sie diese. Im Unterschied zu Werbetexten sollten Presseinformationen informativ und möglichst sachlich geschrieben werden. Nutzen Sie daher keine Superlative. Ferner sollten ausschmückende Zitate weitestgehend vermeiden werden.

Abkürzungen sollten ebenso vermieden werden. Wenn es nicht anders geht, werden sie beim ersten Mal ausgeschrieben und Kürzel dahinter in Klammern gesetzt. Verwenden Sie keine direkte Anrede und auch keine „ich“-„wir“- oder „man“- Formulierung.

Schreiben Sie den Monat bei einer Datumsangabe aus. Zahlen von null bis zwölf sowie alle runden Zahlen (zwanzig, zweihundert...) werden ausgeschrieben.

5. Textumfang und Formate:

Bei der Länge der Pressemitteilung empfiehlt sich, eine Seite DinA4 nicht zu überschreiten. Texte sind als PDF-Dokument und Bilder als JPG-Datei getrennt voneinander zu speichern und als Anhang dem Anschreiben anzufügen. Dementsprechend besteht die klassische Presseausendung aus 3 Seiten/Dokumenten (Anschreiben, Pressemitteilung, Bilddatei). Alle Dokumente (Dateinamen) sollten eindeutig benannt sein, damit sie direkt zugeordnet werden können.

6. Typografie:

Verwenden Sie möglichst keine durchgehende Großschreibung (Versalien), auch nicht bei Überschriften. Zur besseren Lesbarkeit sind Serifenschriften (Times New Roman) den serifenlosen vorzuziehen.

7. Bilder:

Menschen interessieren sich für Menschen! Reine Reproduktionen von Kunstwerken haben nur geringe Chancen abgedruckt zu werden. Verwenden Sie vielmehr Abbildungen, die Künstler*in und Werk zeigen. Bei Gruppenausstellungen sollte neben einem Gruppenfoto auch ein Einzelbild (mit dem wichtigsten Ausstellenden/Werken) ausgewählt werden. Alle Aufnahmen sind mit den üblichen Quellen-/Urheberangaben zu versehen. Bilddateien sollten als JPG bei einer Größe von 9x13 cm mit einer Auflösung von 200-300 dpi angelegt werden.