

Leitfaden zum Verfassen einer Pressemitteilung

Der Kurzleitfaden zur Erstellung von Pressemeldungen wurde durch profund in Zusammenarbeit mit der Pressestelle der Freien Universität Berlin erstellt.

Das Verfassen und das Verschicken einer Pressemitteilung muss gut überlegt und durchgeplant werden, damit die Information nicht in der allgemeinen Informationsflut untergeht. Eine Nachbearbeitung der Aktion zeigt Ihnen, was Sie beim nächsten Mal genauso oder anders machen müssen.

Grundsätzliches

- Ist Ihre Nachricht wirklich so wichtig, dass Sie eine Pressemitteilung herausgeben können?
- Haben Sie ausreichend recherchiert, welche Zeitungen/Zeitschriften Interesse an Ihrer Mitteilung haben könnten?
- Haben Sie die richtigen Kontaktdaten und Ansprechpartner der zuständigen Redaktionen?
- Kündigen Sie Ihre Pressemitteilung telefonisch an und fragen Sie gleich, ob ein grundsätzliches Interesse an diesem Thema besteht!
- Haben Sie die unterschiedlichen Redaktionsschlüsse und Erscheinungsweisen der Medien geprüft?
- Haben Sie darauf geachtet, Persönlichkeitsrechte von Dritten nicht zu verletzen?
- Haben Sie darauf geachtet, Ihre vollständigen Kontaktdaten anzugeben?

Aufbau der Mitteilung

- Stellen Sie in einem Satz die Kernaussage Ihrer Mitteilung an den Anfang.
- Die sechs „Ws“ müssen auf einen Blick erkannt werden: wer macht was, wann, wo, wie und warum.
- Verwenden Sie eine klare und deutliche Sprache.
- Journalisten lesen viel, verzichten Sie auf Ausschmückungen und halten Sie Ihre Mitteilung kurz und knapp.

Nachbearbeitung

- Verfolgen Sie nach, ob und welche Reaktionen Sie auf Ihre Pressemitteilung von Kunden/Interessenten erhalten.
- Welche Rückschlüsse müssen Sie daraus ziehen?

Journalisten in Redaktionen erhalten täglich eine Fülle von E-Mails, Faxen und Sonstigem. Deswegen ist es besonders wichtig, positiv aufzufallen und im optimalen Fall persönliche Kontakte zu den Journalisten aufzubauen.

Ansprechpartnerin:

Marion Kuka

Telefon: (030) 838-73656

E-Mail: marion.kuka@fu-berlin.de