

## INFO-BLATT: „PRESSEMITTEILUNGEN SCHREIBEN“

Eine gute Pressemitteilung hilft den Medien und dem eigenen Anliegen. Für Journalistinnen und Journalisten ist sie ein Service und erspart Recherchen.

Dafür muss die Pressemitteilung bestimmte **Kriterien** erfüllen:

**Form:** *Format:* A4, Umfang max. 2 Seiten

*Zeilenabstand:* 1,5-fach

*Schrift:* gängige Systemschrift wie Calibri, Arial, Helvetica oder Verdana

*Kennzeichnung:* als „Pressemitteilung“ oder „Presseinformation“, Datum, Ort

*Vollständige Kontaktadresse:* Ansprechpartner, Adresse, (Mobil-)Telefon, E-Mail, Web-Adresse

*evtl. Hinweis,* dass der Text sowie Fotos ebenso auf der Webseite stehen

**Aufbau:** *Überschrift:* 1 bis 2 Zeilen; kurz und aussagekräftig (entscheidend dafür, ob der Journalist weiterliest!)

*Vorspann (erster Absatz):* Das Wichtigste zuerst. Im ersten Absatz der Pressemitteilung sollten die Antworten auf die klassischen „W-Fragen“ beantwortet werden: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?

*Fließtext:* Das Wichtigste an den Anfang. Einzelheiten und Zusatzinformationen stehen am Ende. (Denn Redakteure kürzen von hinten nach vorne). Regelmäßige Absätze.

*Zwischenüberschriften:* erhöhen die Lesbarkeit bei einer längeren Pressemitteilung.

*Modularer Aufbau:* Die Pressemitteilung sollte sich durch einfaches Weglassen von Absätzen oder Sätzen kürzen lassen, ohne dass der Text umformuliert werden muss.

**Sprache:** *Einfache Formulierungen*

*Kurze Sätze:* Nebensätze nur sparsam verwenden (keine Schachtelsätze)

*Zitate:* Nennung von Personen, ggf. mit Titel, Vor- und Nachname, Position/Funktion

**Inhalte:** Die *Aktualität* ist für JournalistInnen eines der wichtigsten Auswahlkriterien.

*Keine werblichen Aussagen* oder geschönte Darstellungen!

*Nutzwert transportieren:* Pressemitteilungen mit aktuellen Zahlen ergänzen.

*Zitate:* sorgen für Lebendigkeit, sollten aber einen neuen Sachverhalt erklären oder bekräftigen, Zitat nicht länger als 25 Prozent des Textes.

*Praktische Beispiele zu Aktivitäten:* helfen, Zusammenhänge anschaulich darzustellen

**Bildmaterial:** Passendes und gutes *Bildmaterial* (Fotos, Grafiken, Illustrationen) werten die Pressemitteilung auf.  
*Fotos:* bereitstellen als Download (Link in der Pressemitteilung) oder direkt im E-Mail (max. 3 Fotos).  
*Auflösung:* 300 dpi (Druckqualität 13 x 8 cm), jpg-Kompressionsstufe max. 8.  
*Bildtext* mit Vor- und Zunamen der abgebildeten Personen.  
Angaben zu *Name und Copyright* der Fotografin/des Fotografen. (Fotos: © Kolping Österreich;  
ODER Fotos: © Max Mustermann)

**Versand:** *Per E-Mail* (als doc- oder pfd-Datei)  
Bei *Mehrfachversand*: Alle Adressen unbedingt unter *Bcc (Blindcopy)* eingeben und versenden!  
Oder im Idealfall an die/den jeweiligen RedakteurIn *persönlich* adressieren.

## Quickcheck: 10 Schritte zur Pressemitteilung

1. Formulierung der Kernbotschaft mit Fokussierung auf die Zielgruppe
  2. Beantwortung der sechs „W-Fragen“ im ersten Absatz
  3. Vorspann/Teaser (maximal drei bis fünf Sätze)
  4. Hintergrundinformationen, Zitate mit Nennung der Quellen, gegliedert in kurze Absätze
  5. Kurze, treffende Überschriften, Zwischenüberschriften bei längeren Pressemitteilungen
  6. ggf. Abbinder (Textblock mit Hintergrund-Info zur Kolpingsfamilie oder Kolping Österreich)
  7. Presse-Ansprechperson mit Kontaktdata
  8. Bei wichtigen Medien: direkte Anrede der wichtigsten Medienvertreter (ChefredakteurIn; RessortleiterIn,...)
  9. Überprüfung auf journalistische Regeln und sprachliche Kriterien
  10. Kennzeichnung als „Pressemitteilung“, Datum und Ort