



Tipps für die Pressearbeit

Zusammenfassung des PR-Workshops
im Rahmen des 2. Vernetzungstreffens | Neue Wege für Jungs
vom 19.-21.01.2006 in Frankfurt/Main

von Manfred Wiczorek,
freier Journalist

Tipps für die Pressemitteilung

Die Pressemitteilung gehört zum Handwerkszeug der Arbeit in Organisationen, Vereinen, Parteien und Unternehmen. Dutzende von Pressemitteilungen erreichen täglich die lokalen Medien. Aber nur rund ein Viertel werden von den Redaktionen berücksichtigt.

Der Spiegel hat in einer Eigen-Anzeige verdeutlicht, was er von der Informationsflut der diversen Pressemitteilungen hält. Über dem Foto eines Papierkorbes mit zerknülltem Papier stand: Für Belangloses haben wir eine eigene Rubrik. Das ist in einer Lokalredaktion nicht anders.

Was aber ist von Belang? Darüber sollte der Nachrichtenwert entscheiden. Redakteure wählen Informationen nach ihrem Nachrichtenwert aus. Die zwei zentralen Faktoren sind die Bedeutung einer Information und das (vermutete) Publikumsinteresse. Die Bedeutung hängt vom Ausmaß eines Ereignisses (direkte Betroffenheit) und der Konsequenz eines Ereignisses (Reichweite) ab. Für das vermutete Publikumsinteresse gibt es Kriterien wie Aktualität, Prominenz oder so genannte Human-Interest-Elemente wie zum Beispiel Kuriosität, Tragödie, Tiere oder Abenteuer.

Soweit die Theorie. In der Realität entscheidet aber oft auch die Nachrichtenlage. Konkurriert die eigene Pressemitteilung mit anderen Großereignissen, wichtigen aktuellen Entwicklungen oder den Pressemitteilungen relevanter Organisationen? Das ist sicher nicht vorauszusehen.

Aber eine vorausschauende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kann die „Saure-Gurken-Zeiten“ der Medien nutzen. Am Montag füllen oft Polizeimeldungen die Lokalseiten, bestimmen die Freizeitaktivitäten des Wochenendes (zum Beispiel Zirkus oder Ritterspiele) die Schlagzeilen. Rund um Weihnachten oder im Sommerloch sind die Redaktionen auf der Suche nach Themen.

Ansonsten gilt: Eine gute Pressemitteilung hat bessere Chancen ins Blatt zu kommen als eine schlechte. Aber was ist eine gute Pressemitteilung?

Aufbau einer Pressemitteilung:

- Eine Pressemitteilung macht mit den ersten Sätzen klar, worum es geht. Sie fällt mit der Tür ins Haus. Die Nachricht gehört an den Anfang. Das Weitere ist nach abnehmender Wichtigkeit geordnet. Das heißt, eine Pressemitteilung ist **nach Relevanz** des Inhaltes aufgebaut.
- Eine Pressemitteilung ist **nicht chronologisch** aufgebaut. Dann steht die eigentliche Nachricht meist „treffsicher“ am Ende der Pressemitteilung.
- Eine Pressemitteilung ist auch **nicht didaktisch**. Es muss nicht einleitend erklärt werden, warum die im Textverlauf folgende Nachricht relevant ist.

Was muss in einer Pressemitteilung stehen?

Bereits im ersten Absatz sollten die journalistischen W-Fragen beantwortet werden:

- Wer (Unternehmen, Organisation oder Person)
- Was (Ereignis, Geschehen)
- Wann (Zeitpunkt oder Zeitspanne)
- Wo (Ort)
- Wie (Ablauf)

Optional kann um viele andere W-Fragen ergänzt werden:

Warum/Welche Quelle/Wie viel/Wie groß/Wohin/Für wen ... Aber Vorsicht! Den ersten Absatz oder Satz nicht überfrachten!

Das Denken an die W's erleichtert es, die wesentlichen Fakten zu sortieren und in die Pressemeldung einzubauen.

Inhaltliche Qualität einer Pressemitteilung:

Eine Pressemitteilung sollte so formuliert sein, dass sie genau so in der Zeitung stehen könnte. Eine gute Pressemitteilung ist also ein Zeitungsartikel und sollte deshalb auch so geschrieben sein.

Checkliste Pressemitteilung:

- Eine Pressemitteilung sollte als solche erkennbar sein (in dem zum Beispiel schlicht Pressemitteilung darüber steht).
- Sie braucht einen erkennbaren Absender.
- Über die Pressemitteilung gehört eine Überschrift, die klar macht, worum es geht
- Der erste Satz einer Nachricht steht im Perfekt, um das vergangene Ereignis an die Gegenwart anzubinden. Dann geht es im Imperfekt weiter.
- Ankündigungen von Ereignissen oder Stellungnahmen werden im Präsens geschrieben
- Möglichst 1,5 zeilig schreiben.
- Rand rechts oder links lassen
- Für Nachfragen sollte ein Ansprechpartner mit Durchwahl angegeben sein, der dann für die Presse auch tatsächlich erreichbar sein sollte.

Zehn Schreibtipps für die Pressemitteilung

- Tipp 1** Setzen Sie einen Punkt. Schreiben Sie kurze Sätze. Wenn Nebensätze nötig sind, fassen Sie sich auch hier kurz.
- Tipp 2** Vermeiden Sie unbedingt Schachtelsätze. Einfach über schwierige Dinge zu schreiben, das ist Ihr Ziel. Schließlich wollen Sie verstanden werden.
- Tipp 3** Schreiben Sie klar, flüssig und einfach.
Kurze Sätze im Aktiv sind in der Regel besser als Passivformulierungen.
Meiden sie substantivierende Verben. Schreiben Sie zum Beispiel nicht:
„Das Gebäude wird einer neuen Nutzung zugeführt“, sondern: „Das Gebäude wird neu genutzt.“
Seien Sie sparsam mit Adjektiven. Sie sind meist überflüssig oder wirken belehrend.
- Tipp 4:** Keine Abkürzungen verwenden, die nicht im Text erklärt werden. Werden Abkürzungen verwendet, dann erst nach ihrer Erläuterung.
Beispiel: „Der Bund Deutscher Architekten (BDA) lädt zu einem Vortrag über Städtebau ein. Der BDA hofft, ...“
- Tipp 5** Nicht in der ersten grammatischen Person schreiben, sondern stets in der dritten. Nicht: Ich oder wir, sondern: er, sie, es
Beispiel: Der Pressesprecher oder die Geschäftsführerin gibt bekannt, sagt, erklärt ...
Niemals ich oder wir.
- Tipp 6:** Vergessen Sie Höflichkeitsformen wie Frau oder Herr. Alle Genannten werden mit ihrem Vor- und Nachnamen genannt. Ein Titel oder eine Funktionsbeschreibung kann hinzukommen. Beispiel: Betriebsratsvorsitzende Monika Muster oder Generalintendant Kurt Müller
- Tipp 7** Aussagen von Personen sind als direkte oder indirekte Rede den Personen klar zugeordnet. Direkte und indirekte Rede wechseln idealtypisch einander ab.
- Tipp 8** Zitate/Aussagen von Personen sind klar erkennbar. Die direkte Rede steht in Anführungszeichen. Die indirekte Rede steht im Indikativ.
Beispiel: „Die Firma xy wird im nächsten Jahr mehr Beschäftigte haben“, sagte Geschäftsführerin Monika Muster. Laut Geschäftsführerin Monika Muster werde die Firma xy im nächsten Jahr mehr Beschäftigte haben.
- Tipp 9:** Gehen Sie sparsam mit Fremdwörtern um. Genutzte Fremdwörter müssen unmittelbar erklärt werden, nicht erst viel später im Textverlauf.
- Tipp 10** Zahlen von eins bis zwölf werden in Buchstaben geschrieben, ab 13 in Ziffern. Nach Möglichkeit Zahlen in Ziffern nicht an den Satzanfang stellen.