

Pressemitteilung – einige Grundregeln

Die Aufmerksamkeit von Journalistinnen und Journalisten ist in der alltäglichen Nachrichtenflut eine knappe Ressource! Daher können einige Grundregeln bei der Zusammenstellung einer Presseinformation die Chancen erhöhen, dass Ihr Text wahrgenommen wird.

- Wählen Sie eine griffige Überschrift, die verdeutlicht, worum es geht (max. 100 Zeichen).
- Der Text sollte die sechs **W-Fragen** beantworten:
 - Wer handelt?
 - Was geschieht?
 - Wann?
 - Wie?
 - Wo?
 - Warum geschieht es?
- In einer Pressemitteilung kommt grundsätzlich das Wichtigste zuerst.
(Der Text sollte immer „von hinten“ weggekürzt werden können, ohne dass die wichtigsten Informationen verloren gehen.)
- Erst nach den grundlegenden Informationen folgen Details, Hintergründe oder Beweggründe, Zitate etc.
- Kurze Grundinformationen zur Organisation/zum Projekt/Träger sind hilfreich, z.B. „Die KÖB St. <<< besuchen seit dem Jahr <<< jährlich rund <<< Nutzerinnen und Nutzer.“ oder „Die KÖB St. <<< verfügt über <<< Medien.“
- Links und Kontaktdaten bieten Raum für weitere Informationen, Recherche und Nachfragen.
- Textstil:
 - sachliche, kurze, aktive und einfache Sätze, keine wissenschaftlichen Sätze über mehrere Zeilen.
 - Personenangaben werden nicht mit Herr und Frau ergänzt, sondern nur mit dem Vor- und Nachnamen: „...sagte Jens Mustermann“.
 - Die Texte sind objektiv und wertungsfrei - daher gibt es keine Angaben wie „es war eine schöne Veranstaltung“.
 - Fach- und Fremdwörter nur dann verwenden, wenn sie unvermeidlich. Sie müssen im Text erklärt sein.
- Insgesamt sollte der Text nicht länger als eine DIN A4-Seite in üblicher Schriftgröße sein. Im Allgemeinen reicht eine Länge von einer viertel Seite.

Erhöhen Sie den Mehrwert Ihres Themas

- durch beigefügte oder verlinkte Fotos, bitte passend und in guter Auflösung (angemessene Auswahl von Querformat *und* Hochformat, Breite mind. 15 cm, Auflösung mind. 300 dpi) mit Nennung der Fotografin/des Fotografen (Urheberrecht klären!) und der auf dem Bild zu sehenden Personen.
- durch persönliche und emotionale Zitate thematischer involvierter Personen im Text.
(Text in Anlehnung einer Zusammenfassung des Newsdesks des Erzbistums Köln/2017)

Für weitere Informationen zum Schreiben von Presseartikeln klicken Sie am besten gleich hier [Die Leser im Blick | Pfarrbriefservice.de](#)