



Informationen für die Presse

Presseeinladung

Die *Presseeinladung* ist die kürzeste Form der Pressearbeit und lädt Journalisten zu einer Veranstaltung oder einem Pressetermin ein. Sie sagt kurz, knapp und deutlich, was geschehen ist oder wird und ist so geeignet für die Ankündigung von Veranstaltungen, besondere Aktionen innerhalb der Einrichtung/ des geförderten Projektes und ähnliches.

Die Presseeinladung verschickt man ca. acht Tage vor Veranstaltungsbeginn an die Redaktion. Der Grundsatz „lieber früher“ wäre hier falsch. Denn: Redakteure planen in Anbetracht der Flut von Veranstaltungen kurzfristig.

Pressemeldung

Pressemeldungen sollen kurzgefasst, das Wesentliche verständlich darstellen, dabei Abkürzungen und Fachsprache vermeiden. Je einfacher und knapper desto besser. Hilfreich sind Beispiele und die Auflistung von Fakten, Orten und Namen.

Eigene Meinungen (außer im Zitat) und Eigenlob sollte vermieden werden.

Aktueller Anlass für ein Meldung kann die symbolische Übergabe der Fördersumme sein (mit Bewilligung), Fertigstellung einer Baumaßnahme, der erfolgreiche Abschluss oder Start eines Projektes (PC-Schulung oder Freizeit-Ferien-Angebote), Übergabe eines Dienstfahrzeugs, die Grundsteinlegung oder ein „Tag der offenen Tür“ bei dem sich die Einrichtung präsentiert (siehe auch Hilfs- und Werbematerialien hierzu). Aber auch der regionale/ soziale Bezug ist dabei interessant.

In einer Pressemeldung/ -einladung sollen die sogenannten sieben W-Fragen beantwortet werden:

- Wer? Was? Wann? Wo?
- Mit wem? Für wen?
- Wie?
- Warum? Mit welchem Ziel?

Die Wahrscheinlichkeit, dass eine Pressemeldung veröffentlicht wird, steigt mit den so genannten Nachrichtenwerten. Hier die wichtigsten:

- Aktualität des Themas
- Nähe zum Publikum/ lokaler Aspekt
- Folgeschwere für Betroffene
- Öffentliche Bedeutung
- Glaubwürdigkeit der Quelle
- Kuriosität / Unterhaltungswert
- Möglichkeiten zur Identifikation für Leser, Zuhörer, Zuschauer
- E(motions)-Faktor wie Liebe, Kampf, Gefühl



Die Pressemeldung muss verständlich, aktuell, sachlich und überprüfbar sein. Überlegen Sie, bevor Sie die Pressemeldung formulieren:

- Um welche Menschen geht es in meinem Projekt?
- Wer hat welchen Nutzen vom Projekt bzw. der Projektförderung?
- Konnte durch das Projekt/die Projektförderung ein Problem gelöst werden?
- Welches interessante Thema berührt mein Projekt?

Dies könnte Ihnen die Idee für eine besonders ansprechende Überschrift und den ersten Satz/Absatz liefern. Wenn Sie hier Interesse gewinnen können, steht der Berichterstattung kaum mehr etwas im Wege.

Beim Schreiben einer Pressemeldung ist folgendes wichtig:

- Nachrichten werden immer von hinten gekürzt, deshalb auf die Reihenfolge der Informationen achten.
- der Absender (=Ansprechpartner) muss klar identifizierbar sein: Name, Anschrift, Telefonnummer, ggf. E-Mail dürfen nicht fehlen
- auf 1 - max. 2 DIN A4 Seiten können neben dem zentralen thematischen Aspekt auch Zusatz- und Hintergrundinformationen angeboten werden.
- im Text können besonders gut Zitate eingebaut werden. Dabei muss Vor- und Nachname (und relevante Funktionen) genannt werden.