

## 7 Basics für eine erfolgreiche Pressearbeit

Grundsätzlich gibt es immer mehr Pressemitteilungen als abgedruckt werden können. Deshalb muss man aus der Menge hervorstechen. Die erste Frage muss sein: Habe ich überhaupt etwas zu sagen? Ist es neu und interessant? Wenn nein, dann sollte man auch keine Presseerklärung verfassen. Wenn ja, dann können diese 7 Tipps hilfreich sein.

### ① Das Wichtigste an den Anfang!

An den ersten Sätzen einer Presseerklärung entscheidet der Redakteur, ob er die Nachricht veröffentlichen will. Deshalb muss dieser Teil hervorragend sein und Lust auf mehr machen. Also: Den Kern der Sache an den Anfang!

### ② Knackige Zitate, bitte!

Redakteure mögen wörtliche Rede und zitieren sie gern, wenn der Inhalt lebendig ist. Spätestens im zweiten Absatz einer Presseerklärung sollte jemand zitiert werden.

### ③ Keine Bandwurmsätze!

Elend lange Sätze liest kein Mensch. In einer Presseerklärung sollten sie maximal 2-3 Zeilen lang sein, einen guten Satzaufbau besitzen und nicht verschachtelt sein. Man muss eine Presseerklärung halt sofort verstehen.

### ④ Kein Aufsatz!

Manchmal muss man seine Schulzeit auch vergessen können, eine Pressemitteilung ist kein Aufsatz. Man muss sie nicht möglichst künstlerisch schreiben oder Wiederholungen um jeden Preis verhindern. Wenn jemand etwas sagt, dann sagt er es halt, man muss diesen Vorgang nicht mit Synonymen umschreiben.

### ⑤ AnsprechpartnerIn nennen!

Eine Presseerklärung muss einen vernünftigen Briefkopf haben und eine/n AnsprechpartnerIn enthalten. Dazu gehört auch eine Handynummer. Wenn man unter dieser Nummer nicht immer zu erreichen ist, dann sollte ein/e zweite/r AnsprechpartnerIn genannt werden. Denn: Nichts ist schlimmer als wenn man Rückfragen hat und niemanden erreicht.

### ⑥ Fakten, Fakten, Fakten!

Eine Pressemitteilung muss in gewissem Maße präzise Zahlen und Namen enthalten. Wenn man von einer Demo berichtet, muss man auch sagen wie viele da waren.

### ⑦ Manchmal ist weniger mehr!

Lieber schickt man eine Pressemitteilung wenig ab, als eine zuviel. Denn: Wenn ein Redakteur zu viele inhaltslose Texte erhält, stigmatisiert er den Absender irgendwann als generell schlecht. Dann haben auch gute Texte keine Chance mehr. Man muss also clever "dosieren".

## Checkliste für Pressemitteilungen:

- Steht das Wichtigste ganz vorn?
- Habe ich wörtliche Rede und knackige Zitate verwendet?
- Ist der Text kurz und verständlich?
- Ist alles für die Zielgruppe interessant?
- Ist die Message klar?
- Sind bei Personen immer Name, Vorname, (Alter) und Funktion angegeben?
- Sind Telefonnummern für Rückfragen angegeben?

Zusammenstellung: Stefan Christmann, [stefan@christmann.org](mailto:stefan@christmann.org), 26.02.02,  
nach: Matthias Brunnert, dpa-Redaktion Südniedersachsen

<http://www.jusos-goettingen.de>

<mailto:info@jusos-goettingen.de>