



IV. REDAKTIONELLE MASSENMEDIEN

7. Was macht eine gute Presseinformation aus?

Die Presseinformation ist das wichtigste Instrument der Pressearbeit. Der Text einer Pressemitteilung sollte so abgefasst werden, dass er dem Anspruch gerecht wird, unverändert veröffentlicht werden zu können.

Aufbau einer Presseinformation

- **Headline:** schlagwortartig mit Kernaussage
- **Subline:** weitere wichtige Informationen
- **Anreißer oder Vorspann:** Informationen aus Headline und Subline werden aufgegriffen und kurze Antworten auf die W-Fragen gegeben.
- **Mittelteil:** Informationen und Erklärungen, Einzelheiten und detaillierte Beantwortung der W-Fragen; Gliederung in einzelne Abschnitte mit Zwischenüberschriften möglich
- **Schluss, auch Boiler Plate genannt:** Hintergrund- und Zusatzinformationen über den Absender der Presseinformation
- **Kontaktadresse:** Ansprechpartner mit Postanschrift, Telefon, E-Mail und Internetadresse



IV. REDAKTIONELLE MASSENMEDIEN

**7.
Was macht
eine gute
Presseinformation
aus?**

Inhalt: Beantwortung der W-Fragen

- Wer sagt (macht) was wann wo und wie mit wem und warum?
Oder
- Was ist wem wann, wo, wie und warum passiert?

Regel:

- Die Reihenfolge der W-Fragen einhalten.
 - Damit ergibt sich automatisch ein Aufbau nach Kriterien der Relevanz.
 - Die Nachricht kommt zuerst.
 - Gekürzt wird vom Ende, gelesen wird von vorn.
- 



IV. REDAKTIONELLE MASSENMEDIEN

7. Was macht eine gute Presseinformation aus?

Stil und Stilelemente einer Presseinformation

- Sachlich und seriös mit Daten und Fakten arbeiten
- Keine Sprachspiele, keine Superlative, kein Humor, keine Werbesprache
- Kein Vorwissen voraussetzen. Der Text muss selbsterklärend sein
- Fachbegriffe meiden, allgemeinverständlich formulieren
- Kurze Sätze. Jeden neuen Gedanken mit einem neuen Satz anfangen
- Möglichst wenig Adjektive
- Mut zur Lücke: Es muss nicht jedes Detail einer Geschichte erwähnt werden
- Zitat: Ein bis zwei griffige Zitate (maximal zwei Sätze) machen den Presstext persönlich. Aber: Den Text nicht mit Zitaten überfrachten
- Wer sich per Zitat zu Wort meldet, muss etwas Wichtiges mitzuteilen haben

Tipp: Überlegen Sie sich, ob Sie ein Thema über eine Presseinformation an die Medien transportieren oder ob Sie Medienvertreter zu einer Veranstaltung einladen. Falls Sie einladen, dient die Presseinformation dem Medienvertreter als sogenannter Waschzettel.

IV. REDAKTIONELLE MASSENMEDIEN

8. Was macht ein gutes Pressebild aus?

Ein gutes Pressebild

- ist technisch und handwerklich sauber (richtig belichtet, die wesentlichen Bildteile sind scharf, der Horizont ist gerade)
- ist unretuschiert und unverfälscht (keine auf der Kamera vorinstallierten oder im Internet angebotenen digitalen Filter verwenden, Aufhellen oder Nachschärfen ist natürlich erlaubt)
- ist für den Einsatz in Printmedien mindestens 3.000 Pixel breit und nicht komprimiert
- zeigt Menschen und dabei viele Gesichter und wenige Rücken
- passt zum Text und enthält idealerweise eine Zusatzinformation
- hat eine erklärende Bildzeile
- ist frei von Rechten Dritter und wahrt die Persönlichkeitsrechte der abgebildeten Personen
- hat im Idealfall eine interessante Perspektive
- ist in der Regel ein Querformat

Tipp: viele Journalisten freuen sich aber, wenn sie zusätzlich zum Querformat ein Hochformat bekommen

**Oft gibt
das Bildmaterial
den Ausschlag, ob ein
Presstext
veröffentlicht wird.**

**Diese Regeln
gelten auch für Bilder, die
auf der eigenen
Website oder in sozialen Medien
eingesetzt werden.**