

# Tipps für gelungene Pressemitteilungen



Anne Röder  
MZ Onlineredaktion

# Tipps für gelungene Pressemitteilungen

## Informationsziele erreichen

# Inhalt

1. Wie ticken Ihre Leser?
2. Warum werden Texte gelesen?
3. Wie schreibe ich gute Texte?
4. Was muss eine Pressemitteilung enthalten?
5. Faustregeln für Pressemitteilungen
6. Tipps zur Überschrift

# 1. Wie ticken Ihre Leser?

**Leser lesen vier Zeilen in circa 17 Sekunden,**  
danach entscheiden sie, ob der Text das persönliche Interesse geweckt hat.



## 2. Warum werden Texte gelesen?

Texte werden gelesen, weil der Verfasser etwas **Neues**, **Aufregendes** in einem **verständlichen Ausdruck** und gutem **Stil** berichtet.

Als Verfasser eines Textes, fragen Sie sich nach Ihrem Informationsziel!

1. Wollen Sie ein Ereignis melden?
2. Wollen Sie ein Ereignis kommentieren?
3. Wollen Sie von einem Ereignis berichten bzw. erzählen?

### 3. Wie schreibe ich gute Texte?

1. Laden Sie den ersten Satz, die erste Zeile mit **Kraft** auf.
2. Suchen Sie immer das **Neue** und Besondere (Bsp. Veranstaltung: wem ist der Anlass gewidmet, Menschen die Wettkampf gewonnen haben, Diskussionen über heißeste Thema, wichtige Resultat?)
3. Beschreiben Sie Gehörtes, Gesehenes, Geschmecktes, Gerochenes, Gefühltes.
4. Verwenden Sie Zitate von Zuschauer, Gästen, Teilnehmer/innen
5. Vermeiden Sie Floskeln z.B.. „zu diesem Zeitpunkt“ -> besser: jetzt.
6. Streichen Sie Füllwörter z. B. eigentlich, einigermaßen, nichtsdestotrotz etc.

*„Die Klarheit der Sprache besteht nicht darin, dass man zu einem Satz nichts mehr hinzufügen kann, sondern darin, dass man aus ihm nichts wegstreichen kann.“*

*Isaak Babel*

# 3. Wie schreibe ich gute Texte?

7. Streichen Sie zwei von drei Adjektiven:

- Adjektive weichen den Inhalt auf und vermindern die Klarheit und Kraft der Botschaft
- Vermeiden Sie redundante Adjektive z. B. „seltene Raritäten“

8. Streichen Sie alles Nichtverständliche und Unlebendige aus dem Text.

9. Geizen Sie mit Silben, je weniger Silben, desto verständlicher die Wörter.

- Mit der Kürze wächst die Kraft und Anschaulichkeit

10. Streichen Sie überflüssige Wortdreimaster z. B. ~~a~~nmi~~e~~ten, ~~R~~ück~~a~~n~~t~~wort; in beiden Fällen ist die erste Silbe überflüssig.

11. Haben Sie die Wahl zwischen zwei Wortgattungen, verwenden Sie immer das Verb.

- Außer bei Untätigkeitsverben z. B. geben, handeln, liegen, herrschen, beinhalten.



*„Wenn es möglich ist, ein Wort zu streichen- streiche es!“  
(George Orwell)*

# 4. Was muss eine Pressemitteilung enthalten?

## Die journalistischen W-Fragen

- Wer hat
- Was
- Wann
- Wo
- Und Wie erlebt?

## Formelle Bestandteile sind

1. die Adresse des Absenders,
2. ihre eigene Sachbezeichnung, »Presseinformation«, »Pressemeldung« oder Ähnliches,
3. die Headline und Subline, also Titel und Untertitel (oder Obertitel, »Spitzmarke«),
4. die Einführung (auch »Lead« genannt),
5. der erläuternde bzw. ergänzende Fließtext,
6. die Ansprechpartner (»nähere Auskünfte erteilt ...«) mit Vor- und Nachnamen, Telefonnummer, E-Mail-Adresse u.s.w..

# 4. Was muss eine Pressemitteilung enthalten?

Teaser, Subheadline

The image shows a screenshot of the 'DEIN VEREIN' website. At the top left is the logo 'DEIN VEREIN' with the tagline 'Vereinsnachrichten für Deine Heimat'. Navigation links include 'HOME', 'TERMINE', and 'FOTOS'. A star icon is labeled 'VEREINE, DEREN ICH FOLGE'. A horizontal menu lists regions: Anhalt-Bitterfeld, Dessau-Roßlau, Burgenlandkreis, Saalekreis, Halle (Saale), Harz, Mansfeld-Südharz, Salzlandkreis, Wittenberg, and Norden. The main content area features a blue banner with the text 'Du engagierst dich in deinem Verein?' and 'Online ab Januar 2019'. To the right, a news article titled 'MZ Dein Verein - Konzept' is displayed, dated 'DI, 04. Dezember 2018, 10:43 Uhr, Halle Saale'. The article text reads: 'Das zentrale Online-Portal mz-deinverein.de für Vereinsnachrichten gibt Vereins-Engagement eine Heimat'. A 'MEHR →' link is visible below the article.

# Eine Presseinformation ist immer eine **Übersetzung!**

Der Absender möchte positiv und umfangreich in der Presse erscheinen.

Dem gegenüber sind die Leser/ Redakteure, die viele relevante Informationen möglichst **kurz und prägnant** erfahren wollen.

## 5. Faustregeln für Pressemitteilungen (kurz PM)

1. Deshalb sollte eine PM nicht **eine Seite** überschreiten und durch **Zwischenüberschriften** gegliedert sein.
2. Personenangaben müssen immer vollständig sein: Name, Vorname und (bei der ersten Erwähnung) die Funktion.
3. Runde Zahlen sollten ausgeschrieben werden, bei Datumsangaben sollten die Wochentage zusätzlich aufgeführt sein. Zahlenkolonnen sind nach Möglichkeit zu vermeiden.
4. Abkürzungen sind bei der ersten Erwähnung immer auszuschreiben, wenn möglich sollte man ganz auf sie verzichten.
5. Auf eine direkte Anrede sollte man in Pressemitteilungen verzichten.
6. Mit Wertungen und Meinungen sollte man äußerst vorsichtig umgehen.
7. Fotomotive und gegebenenfalls Filmmotive sollten gesondert mit Urheber benannt werden.

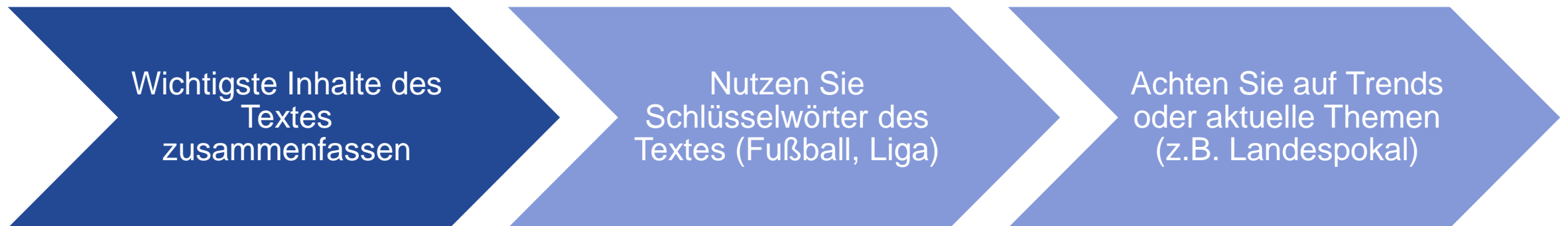
# *Verfassen Sie Ihre Pressemitteilungen nach KISS- Formel*

*„Keep it short and simple“*

## 6. Tipps zur Überschrift

Überschriften werden für einen Online-Text anders ausgewählt, als für einen Text, der in gedruckter Form erscheinen soll.

Eine Überschrift „Rot vor Grünweiß im Wasserspiel“ ist für einen gedruckten Text in Ordnung. Die Fußball-Partie zwischen dem TSV Völpke und dem VfB IMO Merseburg im Regen, hätte im Internet jedoch wenig Chancen, gelesen zu werden, da Suchmaschinen sie nicht finden können.



\*Vermeiden Sie Kosenamen (Oliver Höppner, statt „Höppni“)

## 6. Tipps zur Überschrift

1. Seien Sie klar in der Aussage und verständlich.
2. Die Überschrift des Textes darf den Text nicht verfälschen.
3. Überschrift soll Lust auf den Text machen.
4. Peinlichkeit und unfreiwillige Komik muss sie vermeiden  
*Gay vor dem Höhepunkt (MZ)* → gemeint ist der US-Sprinter Tyson Gay
5. Überschriften sollten generell im Aktiv formuliert werden



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Anne Röder | Projektverantwortung MZ DeinVerein  
[info@mz-deinverein.de](mailto:info@mz-deinverein.de)

Mediengruppe Mitteldeutsche Zeitung GmbH & Co. KG  
Delitzscher Straße 65 | 06112 Halle (Saale)