

Allgemeine Tipps für Ihre Pressearbeit

Tipps für das Verfassen einer Pressemitteilung

Form:

- Die Pressemitteilung sollte idealerweise nicht länger als eine **DIN A4-Seite** (rund 1.500 Zeichen) sein.
- Formulieren Sie eine **kurze, prägnante Überschrift**, die von der Journalistin oder dem Journalisten verwendet bzw. leicht abgeändert werden kann. Ggf. können Sie die interessantesten Informationen in einer **Unterüberschrift** zusammenfassen.
- Verfassen Sie die Mitteilung wie eine **Nachricht** – verzichten Sie also auf subjektive Kommentare außerhalb von Zitaten, denn der Inhalt Ihrer Pressemitteilung sollte von Journalisten leicht zu übernehmen sein. Verzicht auf Wertungen, blumige Sprache und populäre Sprichwörter. Gestalten Sie die Mitteilung so, dass sie sich von hinten nach vorne kürzen lässt.
- Formulieren Sie kurze **aktive Hauptsätze**.
- Halten Sie die Pressemitteilung auch **optisch schlicht**.
- Nehmen Sie am Ende der Pressemitteilung in 3 – 4 Sätzen im sogenannten Abbinder **allgemeine Fakten zu Ihrer Stiftung** auf (z.B. Zweck, Zielgruppe, Historie, Stifter/Stifterin, Vermögen).
- Geben Sie hinter dem Abbinder einen **Ansprechpartner** mit vollständigen Kontaktdaten (ggf. einer Mobilnummer) an.

Inhalt:

- Die Pressemitteilung soll einen konkreten **Nachrichtenwert** transportieren. Fragen Sie sich deshalb: Was genau ist meine Nachricht? Worüber möchte ich informieren und welche passenden Worte nutze ich dazu? Setzen Sie daher das Wichtigste an den Anfang Ihrer Pressemitteilung: Die Bedeutung der Informationen bestimmt die Reihenfolge.
- Beantworten Sie dafür im ersten Absatz die **5 W-Fragen**: Wer? Was? Wann? Wo? Weshalb?
- Nehmen Sie, wenn vorhanden, **sinnvolle Zitate** in Ihre Pressemitteilung auf, um dem Journalisten einen O-Ton, zum Beispiel von Ihrem Stifter, zu geben, den sie oder er direkt in den Artikel einbauen kann. Alle Zitate sollten Sie selbstverständlich vorab mit der zitierten Person abstimmen.
- Stellen Sie den Journalisten ausgewähltes und aussagekräftiges **Bildmaterial** zur Verfügung. Beschränken Sie sich auf einzelne Motive, keine große Bildersammlung. Verzicht auf das Anfügen großer Dateianhänge und stellen Sie Bilder möglichst als Download auf Ihrer Internetseite zur Verfügung. Sollten Sie die Bilder im Anhang der E-Mail doch mitschicken, sollten diese eine Auflösung von 300 dpi nicht überschreiten. Nennen Sie den Fotografen und den Rechteinhaber.
- Weisen Sie auf **Interviewmöglichkeiten** hin, z.B. mit prominenten Gästen.
- Laden Sie bei der Veranstaltungsankündigung die Presse explizit ein.

Formulierungen für Ihre Pressemitteilung:

Am Montag, den 1. Oktober, gibt es Grund zum Feiern: Stiftungen in ganz Deutschland laden zum Tag der Stiftungen ein. Von Münster bis Leipzig, von Bremen bis München zeigt sich die Vielfalt der deutschen Stiftungslandschaft und des damit verbundenen Engagements. Initiator des Aktionstages ist der Bundesverband Deutscher Stiftungen. Unterstützt wird der Tag durch Themenpaten in den Engagementbereichen Bürgerstiftung, Gesundheit, Umwelt und Sport.

Gemeinsam mit weiteren Stiftungen will die [Name der Stiftung] am 1. Oktober über Stiftungen informieren und mehr Menschen für das Stiften und ein Engagement in Stiftungen begeistern.

Am Tag der Stiftungen erhalten Besucherinnen und Besucher on- wie offline die besondere Möglichkeit, die Arbeit der Stiftungen selbst zu entdecken. Mit welchen Projekten machen Stiftungen die Gesellschaft sozialer, inklusiver und zukunftsorientierter? Wie sieht die tagtägliche Arbeit in einer Stiftung aus? Und was macht Stiftungen für die Gesellschaft überhaupt so wichtig? Diese und weitere Fragen stehen im Zentrum des europaweiten Aktionstages.

Über den Tag der Stiftungen

Der Tag der Stiftungen ist der deutsche Beitrag zum European Day of Foundations and Donors, zu dem in zwölf europäischen Ländern Aktionen stattfinden. In Deutschland wird das Gemeinschaftsprojekt des Donors and Foundations Networks in Europe (DAFNE) vom Bundesverband Deutscher Stiftungen umgesetzt. Der größte Stiftungsverband in Europa hat mehr als 4.300 Mitglieder; über Stiftungsverwaltungen sind ihm insgesamt mehr als 8.400 Stiftungen mitgliedschaftlich verbunden. Damit sind rund drei Viertel des deutschen Stiftungsvermögens im Bundesverband Deutscher Stiftungen organisiert. Der größte und älteste Stiftungsverband in Europa ist das anerkannt führende Kompetenzzentrum für Stiftungen.

Abbilder Ihrer Stiftung

Pressekontakt

Tipps zum Aufbau eines Presseverteilers

- Ihren Presseverteiler sollten Sie in regelmäßigem Abstand **aktualisieren** und an die Inhalte Ihrer Pressemitteilungen anpassen; ggf. verschiedene Verteiler je nach Anlass anlegen.
- Sprechen Sie insbesondere bei lokalen Veranstaltungen lokale Medien an, also die lokalen Tageszeitungen, Anzeigenblätter, Stadtteilzeitungen, Kirchenrundbriefe, Amtsblätter, Stadtmagazine und lokale Fernseh- und Radiosender.
- Nutzen Sie für den Aufbau eines Presseverteilers eine **Mediendatenbank** (z.B. Zimpel, Stamm oder Oeckl). Diese sind allerdings meist kostenpflichtig. Zeitlich befristete Testzugänge werden oft gratis angeboten.
- Suchen Sie im Impressum der Medien oder im Internet die Redakteure, die für Ihr Thema zuständig sind und erfragen Sie bei diesen im Vorfeld, ob sie an Ihren Informationen interessiert sind und ob Sie Ihre Kontaktdaten speichern dürfen (Stichwort **DSGVO**).
- Rufen Sie im Sekretariat der entsprechenden lokalen Redaktion an und lassen Sie sich die Kontaktdaten von dem Journalisten/Redakteur geben, soweit dieser damit einverstanden sind.
- Denken Sie daran, auch Online-Medien oder auch Blogger in Ihren Verteiler aufzunehmen.

Hinweise zum Versand einer Pressemitteilung

- Versenden Sie die Pressemitteilung unformatiert per **E-Mail** und verzichten Sie auf eine Gestaltung des Textes, die beim Empfänger anders angezeigt werden könnte.
- Kopieren Sie dafür den gesamten Text in das E-Mail-Textfeld. Achten Sie aber darauf, dass alle Absätze und Überschriften korrekt übertragen werden.
- Schreiben Sie in die Betreffzeile „Pressemitteilung“ und ihre Überschrift.
- Wenn Sie nicht über ein System oder einen Serienmailer versenden, sondern über Ihr E-Mail-Programm, versenden Sie die Pressemitteilung „portionsweise“ und nicht in einem Rutsch an alle Adressaten, damit Ihre E-Mail nicht als Spam eingestuft wird.
- Achten Sie dabei unbedingt darauf, dass Ihr Verteiler nicht offen für alle Adressaten sichtbar ist. D.h. übertragen Sie die E-Mail-Kontakte der Journalisten in die **Blind-Copy-Spalte (BCC)**!
- Für den Versand von Pressemitteilungen gibt es kostenpflichtige Dienstleister. Aber auch hier sind Testaussendungen zu günstigeren Konditionen möglich.
- Planen Sie für den Versand der Pressemitteilung den unterschiedlichen Redaktionsschluss der Medien ein. Ein monatlich erscheinendes Stadtmagazin oder eine Fachzeitschrift sollten beispielsweise entsprechend früh angeschrieben werden, die Tageszeitung interessiert sich hingegen vor allem für tagesaktuelle Mitteilungen.
- Journalisten, die Sie für besonders wichtig erachten, können Sie ein oder zwei Tage vor der Veranstaltung zusätzlich noch einmal anrufen, um Sie persönlich auf die Veranstaltung aufmerksam zu machen. Treten Sie dabei selbstbewusst, aber nicht fordernd auf, versuchen Sie zu verdeutlichen, warum der Leser oder Hörer das Thema interessant finden könnte. Es gibt kein Recht auf den Abdruck ihres Themas; besonders bei lokalen und kleineren Medien haben Sie durch eine freundliche Art ihr Anliegen zu verkaufen, die größten Chancen.