

## Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit Die Pressemitteilung

### Inhalte

- Wie kommt man in die Zeitung
- Wie informiert man die Presse
- Anlass für eine Pressemitteilung
- Aufbau und Inhalt
- Form

### Wie kommt man in die Zeitung?

Gut, wenn Sie sich diese Frage schon einmal gestellt haben. Oder haben Sie sich noch nie darüber Gedanken gemacht, wie wichtig es ist, interessante Neuigkeiten über Ihr Unternehmen publik zu machen? Die Gründe liegen auf der Hand: Ein Artikel über Ihr Unternehmen ist eine hervorragende Möglichkeit, sich in der Öffentlichkeit, aber auch gegenüber Kunden, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern zu profilieren. Dies motiviert auch die Mitarbeiter.

### Wie informiert man die Presse?

Damit die Medien über Highlights aus Ihrem Unternehmen berichten können, brauchen die Redaktionen vor allem aktuelle Informationen von Seiten des Unternehmens. Üblicherweise geschieht dies in Form von Pressemitteilungen, die an die Redaktionen geschickt werden. Um die Zusammenarbeit mit den Redaktionen erfolgreich zu gestalten und somit Ihre Nachrichten auch veröffentlicht werden, sollten Sie einige Tipps und Hinweise zu Anlass, Inhalt und Form einer Pressemitteilung beachten.

### Anlass für eine Pressemitteilung

Bedenken Sie bitte, dass die Zeitungsredaktionen mit Informationsmaterial von allen Seiten überschüttet werden. Achten Sie deshalb darauf, dass Ihre Nachricht wirklich wichtig ist und wählen Sie Anlass und Zeitpunkt der Pressemitteilung sehr genau. Die Redakteure sind auf der Hut:

### Anlässe können beispielsweise sein:

- neue Produkte und Verfahren oder Dienstleistungen
- Investitions- und Erweiterungsvorhaben
- geschäftliche Erfolge (Entwicklung von Umsatz, Kosten und Gewinn)
- besondere und ungewöhnliche Aufträge
- Umweltschutzmaßnahmen
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- soziale Leistungen innerhalb des Betriebes
- Jubiläen, Tag der offenen Tür, Messen, Vorträge und Ausstellungen
- Veränderungen der Geschäftsleitung
- MitarbeiterEinstellungen oder -entlassungen
- Kurzarbeit, Umsatzrückgänge, Ertragsminderung
- Inbetriebnahme oder Schließung von Betriebsstätten
- Auslandsgäste oder Besuch von Persönlichkeiten
- des öffentlichen Lebens
- Kooperation oder Fusion mit anderen Unternehmen
- Neuer Auftritt im Internet

**Ein Artikel ersetzt keine Anzeige.  
In eine Pressemitteilung gehört keine Werbung!!**



## Aufbau und Inhalt

Oberstes Gebot: Das Wichtigste zuerst!  
In den ersten Satz gehört der Anlass der Pressemitteilung. Machen Sie neugierig auf weitere Informationen.

Der 1. Absatz muss Antwort geben auf die Fragen

- Wer? (Unternehmen oder Personen)
- Was? (Ereignis, Geschehen)
- Wie? (Ablauf)
- Warum? (Gründe)
- Wo? (Ort)
- Wann? (Zeitpunkt oder Zeitspanne)

Die Reihenfolge der so genannten W-Fragen ist keinesfalls starr, sondern Anlass und Thema bestimmen, welches "W" das Wichtigste ist und die Pressemitteilung einleitet.

- **Aktualität zählt.**
  - **Schreiben Sie in kurzen, einfachen Sätzen, allgemein verständlich (kein Fachchinesisch) und benutzen Sie keine Abkürzungen.**
  - **Nennen Sie sich beim Namen (niemals "wir").** Sie sind die Informationsquelle: „ Die Firma Karl Anton hat zehn neue Mitarbeiter eingestellt. Nach Aussage des Unternehmens ...“.
  - **Kennzeichnen Sie Ihre persönliche Meinung:** „Nach Meinung von Inhaber Müller ...“, „der Firmenchef wies darauf hin ...“.
  - **Haben Sie Mut zu Zitaten in direkter oder indirekter Rede.** Zitate machen die Pressemitteilung lebendiger. Aber Vorsicht: Legen Sie niemandem ein falsches Wort in den Mund.
  - **Tatsachen und keine Werbung zum Beispiel in Form von lobenden Adjektiven sind gefragt.** Aussagen wie „sensationell“, „superbillig“ oder „phantastische Qualität“ werden in den Redaktionen gestrichen und tragen nicht zur Glaubwürdigkeit Ihrer Pressemitteilung bei.
- **In der Kürze liegt die Würze.** Ersparen Sie dem Redakteur das Kürzen eines langen und langweiligen Textes. So können sich Fehler einschleichen. Ihre Chance, veröffentlicht zu werden, steigt erheblich mit einem kurzen und prägnanten Text. Weniger wichtige Informationen und allgemeine Erläuterungen gehören an den Schluss der Mitteilung, so dass der Redakteur den Text gegebenenfalls von hinten her kürzen kann.
  - **Machen Sie einen Vorschlag für die Überschrift.** Auch hier gilt: Je kürzer, desto besser.
  - **Bieten Sie den Zeitungen auch Bildmaterial an** (Hochglanz, Format 13 x 18) oder digital (hochauflösend, 300 dpi). (vgl. auch Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit – Das Pressefoto).

## Form

Am besten eignet sich ein weißer DIN A 4- Bogen oder das Briefpapier Ihrer Firma, wobei Sie den Presstext deutlich mit Pressemitteilung überschreiben sollten. Verwenden Sie bei allen weiteren Mitteilungen immer wieder die gleiche Aufmachung.

Name, Anschrift, Telefonnummer und Datum müssen für Rückfragen gut lesbar sein. Schreiben Sie nur auf einer Seite des Blattes: Zweifacher Zeilenabstand und breiter (etwa 6 cm) Rand für redaktionelle Bearbeitung. Beschränken Sie sich auf 1 bis 1 1/2 DIN A 4-Seiten.

## Haben Sie noch Fragen?

Wenden Sie sich an die Ansprechpartner der IHK Nordschwarzwald

Yvonne Dast-Kunadt  
Tel.: 07231 201 308  
[dast-kunadt@pforzheim.ihk.de](mailto:dast-kunadt@pforzheim.ihk.de)

Michael Hasch  
Tel: 07231 201 307  
[hasch@pforzheim.ihk.de](mailto:hasch@pforzheim.ihk.de)