

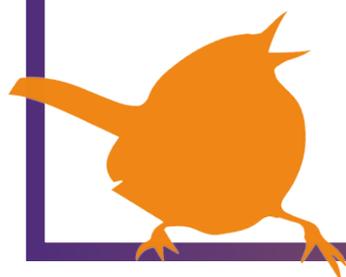
PRESSEMITTEILUNGEN

WAS SIND PRESSEMITTEILUNGEN (PMs)?

PMs sind ein wichtiges Kommunikationsmittel, wenn Ihre Botschaften mittels der Presse verbreiten wollen. In einer PM stehen die wichtigsten Informationen, die Sie der Presse mitteilen wollen, zusammengefasst als ein Text im Stile eines Zeitungsartikels. Sie verschicken sie als E-Mail an Nachrichtenagenturen, Redaktionen und Journalist*innen.

WAS MUSS ICH BEACHTEN, DAMIT MEINE PM AUFGENOMMEN WIRD?

- **Nachrichtenwert:** muss nicht jede PM haben, aber ist entscheidend für Rezeption und eine reine Lebenszeichen-PM sollte nur selten versandt werden
- Jede PM sollte eine **zentrale Botschaft** haben. Sie steht schon in der Überschrift und sollte auch als „Küchenzuruf“ funktionieren. Hierfür müssen Ihre Hauptbotschaften klar sein.
- **Überschrift** (viele Journalist*innen lesen erstmal nicht mehr)
- **Geschichte:** Journalist*innen sind Geschichtenerzähler*innen und dementsprechend sollten Sie ihnen eine möglichst gute liefern
- **Aufbau** (erster Absatz ist entscheidend, siehe Seite 2)
- **Sprache:** die PM sollte im Stile eines Zeitungsartikels geschrieben sein, damit die Journalist*innen sie kopieren und einfügen können. Also möglichst wenig wertend schreiben, in dritter Person von sich selbst sprechen, kurze Sätze, kein Englisch, kein Szenesprech.
- Knackige **Zitate** (da kann und sollte die Sprache vom journalistischen Stil abweichen)
- Richtige **Verschickung** (siehe Seite 3)



WEN SCHREIBE ICH AN?

Ihr braucht einen guten **Presseverteiler**. Je präziser Euer Verteiler sortiert ist, desto genauer könnt Ihr ihn danach einsetzen. Zum Beispiel kann eine regionale Unterteilung sehr sinnvoll sein, da Lokalzeitungen bevorzugt über Nachrichten aus ihrer Region berichten.

Danach ist Pflege wichtig:

- Alle sofort löschen, die nicht mehr drauf sein wollen.
- Auf euren Veranstaltung solltet ihr freundlich zu Journalist*innen sein (aber unbedingt Eure Grenzen wahren und auf Euch achten!), um gute persönliche Kontakte aufzubauen.
- Wenn ihr eine Homepage habt, könnt Ihr dort ein Formular einrichten, wo sich Leute für den Verteiler anmelden können.

WANN UND WIE GEHT DIE PM RAUS?

DO:

- Ihr solltet die PM morgens verschicken, da vormittags Redaktionsbesprechungen sind und am Nachmittag Redaktionsschluss ist. Im besten Fall kommt die PM vor der Redaktionsbesprechung an.
- Fragt ruhig Journalist*innen, wann bei ihnen für PMs relevante Termine sind.
- Eure PM kommt als Text in die Email, die Ihr verschickt. Die Überschrift steht im Betreff.
- Die PM muss im bcc verschickt werden, um die Daten der Empfänger*innen zu schützen.
- Profi-Tipp: Im besten Fall verschickt Ihr die PM nicht als einfache Mail im bcc an viele Empfänger*innen, da das viele Spam-Filter anspringen lässt. Eine Alternative ist es, eine Mailingliste einzurichten, an die nur Ihr schreiben könnt.
- Ladet die PM gerne nach der Verschickung noch auf Eurer Homepage hoch und verlinkt sie in Eurem twitter-account.
- Manchmal kann es sinnvoll sein, keine PM zu schreiben, sondern Geschichten exklusiv zu erzählen – wenn die Story gut genug ist, werden andere Medien auch berichten.

DON'T:

- Die Mail hat keinen Anhang, damit verstopft Ihr nur die Postfächer der Journis. Bilder und Videos könnt ihr verlinken und niemand braucht die PM als pdf.
- Nicht „PM“ oder „Pressemitteilung“ in den Betreff schreiben, das vergeudet Platz und es wissen eh alle.
- Wenn Eure PM sofort übernommen werden darf (es also keine Sperrfrist für die Veröffentlichung gibt), braucht Ihr nicht das Datum der PM in die erste Zeile schreiben, die Mail hat ja schon ein Datum.