

Hier steht Ihre Überschrift: Eine Nachricht ist etwas, das sich von der Routine unterscheidet

Pressemitteilung - Musterstadt, 1. Januar 2019



Visuelle Inhalte

Bilder, Videos und Präsentationen geben Ihrer Pressemitteilung eine extra Dimension. Die Bilder sollten komprimiert werden, damit sie nicht so viel Platz im E-Mail-Postfach Ihres Empfängers einnehmen.



Die Pressemitteilung entspricht in etwa der journalistischen Darstellungsform einer Nachricht. Der erste Absatz ist Ihr Lead und beantwortet die wichtigen W-Fragen: Wer? Was? Wo? Wann? usw. Drei Eigenschaften stehen im Vordergrund: Kürze, Verständlichkeit und Prägnanz. Der Nachrichtenwert der Mitteilung sollte zum Ende hin abnehmen, denn für einen Artikel wird meist zuerst von hinten gekürzt. Üben Sie die Kunst sich kurz zu halten z.B. mit einem „Küchenzuruf“. Wenn Sie jemanden im Nachbarraum mittels eines Zurufs über das Thema informieren möchten – was würden Sie sagen? Das ist Ihr Mitteilungskern.

Im ersten Absatz hat der Leser einen Überblick erhalten. Nun erfährt er mehr über das Ereignis. Halten Sie sich dabei an eine einfache Sachdarstellung und vermeiden Sie wertende, ausufernde Bemerkungen oder Eigenlob. Die Aufgabe des Journalisten ist es, die für Leser wertvollen Informationen zu filtern. Führen Sie die eben angerissenen W-Fragen weiter aus und geben Sie Antworten auf Fragen, die Journalisten wirklich interessieren. Das gelingt am besten, indem Sie sich in dessen Lage versetzen. Würden Sie über dieses Thema berichten? Sind die Informationen vollständig und können diese bedenkenlos nachgewiesen werden? Überlegen Sie sich vorher, wen Sie erreichen möchten und für wen Ihre Neuigkeit eine Bedeutung hat (z.B. Öffentlichkeit, Mitarbeiter, Fans, Kunden, Politik). Je relevanter der Inhalt Ihrer Pressemitteilung für die Allgemeinheit ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass darüber berichtet wird.

Thematische Absätze können helfen, die wesentlichen Inhalte schneller zu erfassen. Achten Sie darauf, auch Zitate einfließen zu lassen: *„Zitate hauchen einer Pressemitteilung mehr Leben ein und die Meinung eines Experten steigert die Relevanz der Meldung“*, so Mia Nordborg, Chief Customer Success Officer, Mynewsdesk Schweden.

Eine Pressemitteilung sollte nicht mehr als 2.500 Zeichen beinhalten. Halten Sie sich also kurz und versuchen nicht mehr als eine A4 Seite zu füllen. Die Kunst ist es, die relevanten Informationen in Kürze zusammenzufassen und verständlich darzustellen.

Sie können die Pressemitteilung mit einem Link zu Ihrem Pressebereich oder verwandten Themen abschließen. [Lesen Sie hier mehr über die Arbeitsweise von Journalisten.](#)

Über Ihr Unternehmen

Am Ende Ihrer Pressemitteilung sollten Sie eine Beschreibung Ihres Unternehmens geben. Zum Beispiel den Namen, die Branche, das Gründungsjahr oder relevante Kennzahlen. Diese erleichtert die Einordnung der Meldung und bietet dem Journalisten die Möglichkeit, zusätzliche Informationen über Sie einzubinden. Werden Sie nicht zu detailliert. Verwenden Sie auch hier verständliche Begriffe und verweisen Sie auf Ihre Website.

www.mynewsdesk.com

Pressekontakt

In Zeiten von Fake News ist es für Journalisten immer wichtiger geworden, die Quellen von Meldungen zu identifizieren und gegebenenfalls Nachforschungen anzustellen.

Indem Sie Ihrer Pressemitteilung ein Kontaktfeld anhängen, erleichtern Sie Ihrem Gegenüber die Recherche und steigern Ihre Glaubwürdigkeit als vertrauensvoller und wertvoller PR-Kontakt.



Sabine Mustermann
Marketing Manager
hello@mynewsdesk.com
+49 (0) 341 1234567