

Beispielhafter Aufbau einer Pressemitteilung

- Datum und Ort nennen.
- Den Begriff „Pressemitteilung“ im Kopf verwenden (Synonyme: Presseinfo, Medieninfo, Pressemeldung etc.)
- Eine prägnante, informative Überschrift formulieren (am besten gelingt dies, wenn der gesamte Text steht, also ganz zum Schluss).
- Textaufbau:
 - Eine Pressemitteilung muss die sog. **W-Fragen** beantworten: Wer, wann, was, wie, wo, warum. Die Reihenfolge spielt eine untergeordnete Rolle und kann je nach Inhalt der Meldung variieren.
 - Die wichtigste Information muss zu Beginn stehen.
(Journalisten/Redaktionen bekommen täglich viele Pressemitteilungen, sie müssen oft schnell entscheiden, ob eine Information wichtig/aktuell genug ist, um sie zu verbreiten.)
 - Hintergrundinformationen folgen (Je weiter man im Text geht, desto unwichtiger werden die Informationen. Journalisten sind es gewohnt, von unten nach oben zu kürzen.)
 - Zitate verwenden, z. B. vom Bürgermeister bzw. Landrat oder Abteilungsleiter o. ä. (Zitate lockern den Text auf und können dem Thema z. B. durch eine hochkarätige Person, wie etwa dem Bürgermeister/Landrat, ggf. mehr Gewicht verleihen)
- Am Ende der Pressemitteilung folgt ein sog. Abbinder mit den wichtigsten Infos über den Absender (das gilt insbesondere für Unternehmen, Institutionen) sowie ein Kontakt, den der Journalist bei Fragen ansprechen kann. Abschließend sollte der Hinweis stehen: *„Der Text ist selbstverständlich frei zum Abdruck - über ein Belegexemplar bzw. einen Beleglink an die Pressestelle (o.ä.) würden wir uns sehr freuen“.*
- Ein Foto hinzufügen – als separate, druckfähige Datei (**min. 300 dpi**) im Mail-Anhang oder mit Link im Text zur Download-Möglichkeit, denn Bilder sind für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wichtige Elemente, um Informationen zu unterstreichen, zu veranschaulichen oder schlicht attraktiver zu gestalten.
 - Hinweis: Bild-/Nutzungsrechte klären und Persönlichkeitsrechte beachten! (d. h. Einverständniserklärung des Urhebers des Fotos über die Verwendung des Bildes notwendig – Urheber/Rechteinhaber immer als Copyright angeben. Keine Personen abbilden bzw. nicht identifizierbar oder Erlaubnis der abgebildeten zur Nutzung des Bildes einholen).