

CHECKLISTE

Aufbau einer Medienmitteilung (Public Relations)

Medienmitteilungen eignen sich beispielsweise um eine wichtige **Neuigkeit** zu verbreiten oder einen **Event** anzukündigen. Natürlich ist es den Redaktionsteams der Medien überlassen, ob die Nachricht aus ihrer Sicht für die jeweilige Leserschaft interessant ist. Deshalb sollten Sie Medien nicht mit massenweise Mitteilungen zudecken, sondern gezielt dann informieren, wenn Sie wirklich etwas zu sagen haben.

Inhaltsverzeichnis

Aufbau einer Medienmitteilung _____	2
Stil _____	3
Neuigkeiten erzählen _____	3
Tipps _____	4
Wichtig _____	4
Ein Beispiel _____	5

Aufbau einer Medienmitteilung

Kopf-/Fusszeile: Logo und Absenderadresse, Ort und Datum

Headline: Das Wichtigste in Kürze, maximal 5 bis 7 Wörter - kurz, klar und verständlich

Ev. Subline: Zusätzliche Informationen

Lead: Zusammenfassung der Mitteilung. Der Lead gibt Antworten auf die fünf wichtigsten Fragen: Wer? Wie? Was? Wann? Wo?

Lauftext: Der Text enthält die Details. Die Hauptinformationen stehen am Anfang, die weniger wichtigen Aspekte gegen Ende des Textes. Die Mitteilung gibt Antworten auf die Fragen: Wer? Was? Wo? Wann? Wie? Warum? Woher?

Abschluss: Kontaktdaten (URL, Anschrift, Kontaktperson)

Legenden: Geliefertes Bildmaterial benennen und kurz beschreiben

Service: Informationen für die Medienschaffenden: Artikellänge, Zeichen

Stil

- Schreiben Sie einfach, klar und verständlich.
- Vermeiden Sie so weit wie möglich Fremdwörter und Fachausdrücke oder erläutern Sie diese.
- Verwenden Sie aktive Verben statt passive Formulierungen.
- Verdeutlichen Sie Ihre Aussage mit anschaulichen Beispielen.
- Verwenden Sie kurze Hauptsätze - keine Schachtelsätze.
- Erläutern Sie Abkürzungen oder schreiben Sie sie aus.

Neuigkeiten erzählen

Chancen auf eine Publikation haben ausschliesslich interessante Texte.
Meist gilt: News sind interessant.

- Aktuelle Ereignisse oder Veranstaltungen
 - Geschäftserfolge (z. B. Umsatzsteigerung, Gewinnsteigerung, Grossaufträge)
 - Resultate von Studien, Tests, Umfragen, Untersuchungen
 - Ernennungen, Beförderungen, Entlassungen (vor allem auf Stufe Geschäftsleitung und Verwaltungsrat)
 - Neugründungen, Abspaltungen, Geschäftsaufgaben, Kooperationen, Fusionen
 - Sponsoring (Sport, Sozial, Kultur), Spenden, Stiftungen
 - Neue Ziele, neue Strategien, neue Produkte, neue Dienstleistungen, neue Auftritte
 - Geschäftszahlen (Quartalsbericht, Saisonbericht, Jahresbericht)
 - Unfälle, Misserfolge, Gerichtsverfahren, Skandale, Kurzarbeit
-

Tipps

Bildmaterial	Die meisten Medienschaffenden sind froh, wenn Sie ein hochauflösendes Foto zur Bebilderung des Artikels mitschicken.
Gliederung	Gliedern Sie längere Texte mit Zwischentiteln.
Kontakt	Geben Sie für Rückfragen der Medienschaffenden eine Kontaktperson an mit Vor- und Nachname, Funktion, Firma, Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Die angeführte Person muss unbedingt erreichbar sein, sobald die Medienmitteilung versendet ist.
Länge	Eine Medienmitteilung sollte optimalerweise eine A4-Seite, maximal nicht mehr als 4000 Zeichen umfassen (eineinhalb A4-Seiten).
Namen	Nennen Sie bei den erwähnten Personen immer Vor- und Nachnamen sowie Funktion.

Wichtig

Schreiben Sie die Medienmitteilung im journalistischen Stil. Das heisst:
Schreiben Sie objektiv, nicht werberisch, schreiben Sie nur in der dritten Person (vermeiden Sie die persönlichen Fürwörter «ich», «wir» und «Sie» bzw. «Du»).

Ein Beispiel

((Headline))

Innovationsoscar dank Kreativität

((Subline))

Muster GmbH erhält begehrte Auszeichnung.

((Lead))

Grosse Ehre für die Muster GmbH: Die junge Grafikagentur aus Zürich durfte anlässlich des DTP-Tages in Bern am 30. April den renommierten Innovationsoscar der XY-Organisation entgegennehmen.

((Lauftext))

Zürich, 4. Mai 2009 – Mit seiner Kampagne «Himmelhochjauchzend» hat das kreative Team der Muster GmbH den angesehenen Designerpreis der XY-Organisation gewonnen. Die jungen Kreativen setzten sich dabei gegen zahlreiche Konkurrenten durch. Jury-Mitglied Peter Soundso zeigte sich begeistert von der professionellen Arbeit der Jungdesigner: «Die frischen, neuen Ideen haben mich total überzeugt und die Farbgestaltung finde ich äusserst gelungen.»

(...)

((Abschluss))

Kontaktdaten:

Muster GmbH

Beispielstrasse 5

8888 Zürich

www.mustergmbh.ch

Kontaktperson für Rückfragen:

Hans Muster, Mediensprecher

Telefon direkt +41 44 222 22 22

hans.muster@mustergmbh.ch

((Legende))

Die drei ausgezeichneten Kreativen Patrick Peng, Daniela Duck und Sandra Sorgenfrei präsentieren ihre Trophäe. (Bild Nr. 1)

((Informationen für die Medienschaffenden))

Artikellänge: 2500 Zeichen (-> Zeichenzahl inkl. Leerschlägen)
