

## Checkliste zu Workshop

# „Professionelle Pressemitteilungen schreiben – Was muss ich beachten“

### 1. Anlass der Pressemitteilung

- Aktualität und Nachrichtenwert prüfen
- Zielgruppe und Zielmedien festlegen
- Wenn möglich, im Vorfeld Rücksprache mit Journalistin bzw. Journalist, ob das Thema interessant sein könnte

### 2. Aufbau der Pressemitteilung

- Überschrift: 1 bis 2 Zeilen (entscheidend, ob der Journalist weiterliest).
- Erster Absatz: Wer? Wem? Was? Wann? Wo? Wie? Weshalb? Woher?
- Fließtext: Schreiben Sie das Wichtigste zuerst! Die nachfolgenden Informationen werden immer unwichtiger (der Redakteur oder die Redakteurin kürzt von hinten nach vorn). Einzelheiten und Zusatzinformationen stehen am Ende. Regelmäßige Absätze einfügen.
- Zwischenüberschriften: erhöhen Lesbarkeit bei einer längeren PM. Modularer Aufbau: PM sollte sich durch einfaches Weglassen von Absätzen oder Sätzen kürzen lassen, ohne dass der Text umformuliert werden muss.

### 3. Inhalt der Pressemitteilung

- Haben Sie einen interessanten Einstieg gewählt?
- Wurden überflüssige Fachbegriffe und Fremdwörter vermieden?
- Haben Sie bei längeren Texten an Zwischenüberschriften gedacht? Das macht Sachbotschaften deutlicher und den Text übersichtlicher
- Keine überflüssigen Vorsilben („ändern“ statt „abändern“), keine Füllwörter („schon“, „denn“, „also“, „wirklich“, „eigentlich“), keine leeren Begriffe („innovativ“, „kompetent“, „kundenfreundlich“), keine verschönernden Adjektive („lautes Geschrei“).
- Kurze Sätze: max. 20 Wörter; Nebensätze nur sparsam verwenden (keine Schachtelsätze!): Hauptsachen in Hauptsätze, Nebensachen in Nebensätze, Aktiv formulieren: kein Passiv, wo Aktiv möglich ist; kein Substantiv, wo ein Verb möglich ist.
- Nennung von Personen: vollständig mit Titel, Vornamen, Namen und Position / Funktion.
- Zahlen: Von eins bis zwölf ausschreiben. Unrunde Angaben umschreiben (»fast 600«).
- Wurde der Text durch Zitate in wörtlicher Rede aufgelockert?

- Stimmt die Länge der Pressemitteilung mit der inhaltlichen Aussage überein?
- Unnötige Wiederholungen und unscharfe Formulierungen sind zu vermeiden.

#### ***4. Bildmaterialien in der Pressemitteilung***

- Passendes Bildmaterial (Fotos, Grafiken, Illustrationen) wertet eine PM auf.
- Fotos: bereitstellen als Anhang zur Mail oder online zum Download (Link in der PM)
- Auflösung 300 dpi (Druckformat: 13 x 18 cm)
- Jedes Bild beschriften: Titel, Beschreibung, Quelle / Name des Fotografen, Nutzungsbedingungen („Für Presse Zwecke Abdruck honorarfrei“).
- Wenn kein qualitativ gutes Foto vorhanden ist, dann lieber auf Foto verzichten. Schlechte Bilder werden nicht gedruckt und verstopfen unnötiger Weise das Postfach der Redaktionen

#### ***5. Form der Pressemitteilung***

- Format: DIN A4, Umfang 1 bis max. 3 Seiten
- Sind Datum und Ort richtig angegeben?
- Spaltenbreite des Fließtextes: 45 bis 60 Anschläge
- Zeilenabstand: 1,5-fach
- Seitenrand: 5–7 cm rechts (für Anmerkungen des Redakteurs)
- Schrift: gängige Systemschriften wie Helvetica, Arial oder Verdana
- Keine Sperrungen, Unterstreichungen, Versalien oder sonstigen unruhigen Formatierungen
- Hervorhebungen: sehr sparsam, durch Fettdruck, Kursivschrift oder Unterstreichen
- Vollständige Kontaktadresse: Ansprechpartner, Adresse, (Mobil-)Telefon, Fax, E-Mail, Web-Adresse
- Sind alle Rechtschreib- und Grammatikfehler korrigiert? Wer liest Korrektur?  
Achtung: Vieraugenprinzip