

Handout: Die Pressemitteilung im Detail

Die Pressemitteilung ist nicht der einzige, für viele Weltläden aber mit Sicherheit der wichtigste Weg zur Presse. Die erste Hürde hier ist zunächst der passende Anlass. Was ist aktuell und neu genug? Was ist für die Leserschaft von Bedeutung und was relevant? Da nicht jedes Jahr ein Jubiläum oder Umzug ansteht, müssen wir hier meist auch ein bisschen kreativ werden und z.B. eine geplante Verkaufsaktion mit einem aktuellen (politischen) Thema oder mit einer kleinen Mitmach- oder Bildungsveranstaltung verbinden. Wenn das Thema einmal gefunden ist, geht es ans Schreiben und schließlich an den Versand. Hierzu soll das folgende Handout eine grobe Richtlinie bieten.

Grundlagen zum Schreiben für die Presse:

- ✓ einfache, kurze & lebendige Sätze
- ✓ viele (echte) Verben
- ✓ Kernaussage im Hauptsatz
- ✓ Zitate mit lebendigen Aussagen
- ✓ von vorne kürzbar
- ✓ immer in der 3. Person

Was ist medienrelevant?

- ✓ Aktuelles / Neues Thema
- ✓ Ausmaß: bedeutendes Thema
- ✓ Nähe: hier relevant
- ✓ *Bedeutung: Konsequenzen vor Ort*
- ✓ *Emotionen/menschliche Aspekte*
- ✓ *bekannte Person/Organisation*

Aufbau einer Pressemitteilung:

1. „**Pressemitteilung** vom Weltladen Musterstadt:“
 2. Aktive, kurze **Überschrift** unter 70 Zeichen
 3. **Unterzeile** informiert sachlich
-
4. Der **1. Absatz**: 2-4 kurze Sätze: wer, was, wann, wo, wie, warum?
 5. **Fließtext**:
 - nähere Umstände & Einzelheiten
 - inkl. 1-2 Zitate: echt, persönlich & einzeln zitierbar→ insgesamt 1.500 – 3.000 Zeichen
-
6. **Ansprechpartner** für Fragen: Name, Funktion, E-Mail, Tel., (ggf. Erreichbarkeit)
 7. Kurzinfo **Absender & Bilder**
 - Bilder: Wo und was sehe ich (bei Personen inkl. Namen) und wie nutzbar (Copyright)?
 - 3-4 Sätze über den Weltladen plus Website

Der richtige Versand per E-Mail:

- ✓ Betreffzeile: „PM Weltladen Musterstadt: *Thema*“
- ✓ keine Grußformel (außer Einladung der Presse zu Veranstaltung/Gespräch)
- ✓ unformatierten Text direkt in die E-Mail, nur Überschrift(en) fett
- ✓ Punkte 6 und 7 vom Fließtext absetzen (z.B. 2 Leerzeilen oder Strich)
- ✓ Bilder als Downloadlink statt Anhang, alternativ: „Kann zugeschickt werden.“
- ✓ Versand möglichst werktags zw. 9-11 Uhr
- ✓ alle Empfänger in BCC setzen oder einzeln anschreiben
- ✓ Wann bei Veranstaltungen? 1-3 Wochen vorher oder 1-2 Tage nachher.
Pauschal = je größer, desto früher

Beispiel-Pressemitteilung

- 1** Pressemitteilung der Eine-Welt-Gruppe Moers:
→ **Inhalt / Betreff**
- 2** Fairer Handel muss näher zu den Menschen vor Ort
→ **kurze & aktive Überschrift**, unter 70 Zeichen
- 3** Eine-Welt-Gruppe sucht neues Ladenlokal in der Innenstadt von Moers
→ **Unterzeile** informiert sachlich
- 4** Die Eine-Welt-Gruppe in der Stadtkirche plant den Fairen Handel noch weiter in die Innenstadt zu bringen. Jetzt werden Tipps und Angebote für ein Ladenlokal ab 40qm Verkaufsfläche gesucht.
→ **Der 1. Absatz:**
 - *Wer?* Eine-Welt-Gruppe
 - *Was?* Ladenlokal gesucht
 - *Wo?* Innenstadt
 - *Warum?* Fairen Handel ausweiten
 - *Wann?* jetzt
 - *Wie?* Tipps & Angebote melden

5 Nachdem die Eine-Welt-Gruppe viele Jahre einen eigenen kleinen Marktstand in der Innenstadt hatte, ist sie vor vier Jahren in die Stadtkirche umgezogen. Jetzt soll ein eigenes Ladenlokal her. „Wir sind sehr dankbar dafür, dass wir die Räume in der Kirche kostenlos für den Verkauf fairer Produkte nutzen zu können. Leider erreichen wir durch die versteckte Lage aber nur sehr wenige Menschen in Moers“, sagt Maria Mustermann, die schon lange in der Gruppe ehrenamtlich aktiv ist. Der Traum von einem eigenen Ladenlokal ist nicht neu. Gesucht wird dazu ein Geschäft ab 40qm Verkaufsfläche mit Lagerraum und Sanitärbereich in der Innenstadt von Moers. Wer der Gruppe bei der Idee unter die Arme greifen möchte oder selbst eine Immobile anbietet, kann sich bei Maria Mustermann unter maria@mustermann.de melden.

- **Fließtext:**
- nähere Umstände & Einzelheiten
 - Zitate
 - von unten zu kürzen

Der Anstoß für den jetzt geplanten Umzug war der erzwungene Stillstand der letzten Monate und die Mitarbeit bei der Landesgartenschau in Kamp-Lintfort. „Das tolle Engagement unserer Gruppe und die Begeisterung der Besucher hat uns gezeigt was möglich ist. So haben wir auch gleich ein paar neue Mitstreiter für unsere Gruppe gewinnen können“, sagt Maria Mustermann. Diese Begeisterung möchte das Team nun mitnehmen und seinen Wirkungsbereich vergrößern. Neben dem Verkauf von fairen Produkten soll es im neuen Laden auch kleine Veranstaltungen und einige Bildungsangebote geben. Denn die Produkte die von der Gruppe verkauft werden sind alle fair gehandelt. Sie zeigen so, wie der eigene Einkauf ohne Ausbeutung der Produzenten möglich ist.

→ **insgesamt bis hier** 1.500 - max. 3.000 Zeichen (*hier 1.900*)

- **Ist die Pressemitteilung medienrelevant?**
- *Aktuell?* Ja, suchen jetzt!
 - *Bedeutend?* Fairen Handel stärken!
 - *Hier relevant?* Ja, Fairer Handel in Moers!
 - *Konsequenzen?* Bald neuer Weltladen in der Innenstadt!
 - *Menschlicher Aspekt?* Team freut sich!
 - *bekannte Person?* -

6 **Pressekontakt:** Maria Mustermann, Vorsitzende des Vereins,
Mail: maria@mustermann.de, Tel.: 02841/ 1234
→ **Ansprechpartner für Presse**

Bilder: Unter www.weltladen-musterstadt.de/presse finden Sie frei nutzbare Bilder, die unseren Vorstand vor der Stadtkirche zeigen (v.l. Maria Mustermann, Max Mustermann, Henriette Mustermann)
→ **Bilder** (inkl. Beschreibung & Verwendungshinweis)

7 Die **Eine-Welt-Gruppe** in der Stadtkirche setzt sich seit vierzig Jahren ehrenamtlich für mehr Gerechtigkeit im Welthandel ein. Alle Produkte die von der Gruppe verkauft werden sind fair gehandelt und zeigen wie Armutsbekämpfung durch Handel möglich ist.
Mehr Infos unter: www.weltladen-musterstadt.de
→ **Infos zum Absender**

- kurze Beschreibung
- Link zu mehr Infos

Arbeitsblatt Pressemitteilung

Bevor Ihr mit dem Schreiben der Pressemitteilung loslegt, macht es Sinn sich zu überlegen ob bzw. was an Eurem Thema medienrelevant ist. Versucht dazu möglichst viele der folgenden Fragen zu beantworten.

Das Thema Eurer Pressemitteilung ...

ist aktuell , weil...	
ist bedeutend , weil...	
ist vor Ort relevant , weil ...	
hat Konsequenzen für den Ort, weil ...	
hat einen menschlichen Aspekt , weil ...	
bietet eine bekannte Person/Organisation , weil...	

Nun geht es an das Schreiben der eigentlichen Pressemitteilung. Das folgende Schema soll Euch helfen den richtigen Aufbau zu wählen.

1 Betreff der E-Mail	
2 Überschrift kurz & aktiv, unter 70 Zeichen	
3 Unterüberschrift informiert sachlich	
4 Der erste Absatz Wer? Was? Wo? Warum? Wann? Wie?	
5 Fließtext nähere Umstände & Einzelheiten, Zitate, von hinten kürzbar	
6 Ansprechpartner für Presse & Bilder Name, Kontaktinfos, ggf. Erreichbarkeit / Bildbeschreibung & Verwendungshinweis	
7 Infos zum Absender kurze Beschreibung des Weltladens mit Link	