

Verfassen einer professionellen Pressemitteilung

Relevante Punkte	Erledigt
Bevor geschrieben wird	
• Wer soll die Publikation lesen?	☐
• Wer entscheidet über die Veröffentlichung?	☐
• Welches sind die Schwerpunkte in der externen Kommunikation für das Unternehmen?	☐
Themensuche	
• Sich in die Lage der Redaktion und Leserschaft versetzen: Welches Thema interessiert sie, was ist lesenswert und hat einen Nutzwert?	☐
• Pro Thema eine Pressemitteilung	☐
• Aktuellen Aufhänger finden!	☐
• Thema und Aufhänger sollten genug Stoff für einen Artikel bieten	☐
• Keinen Werbetext schreiben- Leserschaft schätzt Geschichten, die nutzenstiftend sind	☐
• Verfolgung relevanter Themen über mehrere Pressemitteilungen	☐
Aufbau	
• Neugier weckende kurze, prägnante Überschrift	☐
• Im ersten Absatz müssen die „ 5 W's“ beantwortet werden	☐
• Mit aktuellen Informationen beginnen, dann zum Grundlegenden zum Produkt und dann zum Unternehmen	☐
• So kurz wie möglich fassen und solange wie nötig	☐
• Keine langen Sätze	☐
• Mit einem Erscheinungsdatum versehen	☐
Formale Elemente	
• Erste Seite auf Geschäftspapier drucken. Die Folgenden können auf normalem Papier gedruckt werden	☐
• Ausreichender Rand für die Notizen der Redaktion	☐
• Den Namen, die Position, die Telefondurchwahl und die E-Mail-Adresse der Ansprechperson an den Schluss setzen	☐
• Interviewtermine, Betriebsbesuche oder Produktepräsentationen anbieten. Für das ein Extrablatt mit vorgefertigten Antworten beilegen	☐
Anlagen	
• Bildmaterial ist besonders wichtig!	☐
• Präsentationen zur Verdeutlichung von komplizierten Sachverhalten für Fachredaktion	☐

PR

Verteiler	
• Anlegen eines Adressvertailers sortiert nach Art des Mediums	☐
• Regelmässige Überprüfung des Verteilers	☐