PRESSEMITTEILUNGEN RICHTIG VERFASSEN

Veröffentlicht am 30. Juni 2010 von Thomas

In unserem zweiten Teil der Reihe „Die richtige Eigenvermarktung" zeigen wir Ihnen, nach welchen Kriterien eine Pressemitteilung verfasst wird, um wahrgenommen zu werden [...]

DIE RICHTIGE EIGENVERMARKTUNG: PRESSEMITTEILUNGEN VERFASSEN

In unserem zweiten Teil der Reihe „Die richtige Eigenvermarktung" zeigen wir Ihnen, nach welchen Kriterien eine Pressemitteilung verfasst wird, um von Interessenten und Journalisten auch wirklich wahrgenommen zu werden. Als Leitsatz gilt: Schreiben Sie stets das Wichtigste am Anfang und wecken Sie so das Interesse des Lesers! Wenn Sie sich hieran halten, fällt alles Weitere wesentlich leichter. Stellen Sie sich grundsätzlich die Frage: Was ist das Wichtigste? Welche Information sind für den Interessenten / Journalisten von Nutzen?

Eine gute Pressemitteilung gliedert sich in 5 Teile:

1. Überschrift
2. Der Vorspann – die fünf W-Fragen
3. Fließtext
4. Hintergrundinformationen
5. Kontaktadresse

Die Überschrift
Die Beurteilung nach der Relevanz einer Pressmitteilung läuft innerhalb weniger Sekunden ab. Umso wichtiger ist es, bereits in der Überschrift die Kernbotschaft kurz und prägnant zusammenzufassen. Andernfalls ist alle Mühe umsonst gewesen und man ignoriert sie. Daher

sollten Sie darauf achten, dass ihre Überschrift die Anzahl von 30 bis 40 Zeichen nicht übersteigt.

Tipp: Es hat sich bewährt die Überschrift zum Schluss zu schreiben, denn dann haben Sie alle wesentlichen Fakten bereits niedergeschrieben und sind sich der zentralen Aussage Ihres Artikels bewusst.

Der Vorspann
Hat sich der Leser dazu entschlossen weiter zu lesen, dann haben Sie die erste Hürde genommen. Nun kommt es darauf an, im „Vorspann" - auch „Teaser" oder „Anreißer" genannt - alle wichtigen Fakten in wenigen Sätzen rüberzubringen. Dieser folgt unmittelbar nach der Überschrift und wird besonders gerne in der Tagespresse eingesetzt, um weiteres Interesse zu erzeugen. Damit Sie nichts auslassen, greift man auf die fünf W-Fragen zurück: Wer macht was, wann, wo, wie und warum?

Der Fließtext
Leser, die bis zum Mittelteil ausgehalten haben, freuen sich auf weitere Details über Funktionen, Beweggründe oder die Firma selbst. Doch auch hierbei sollten Sie sich kurz fassen. Es gilt: Erst die Grundinformationen, dann die Beweggründe!

Hintergrundinformationen
Der sogenannte Backgrounder stellt Hintergrundinformationen über Sie oder zu Ihrem Unternehmen bereit: Wann hat wer die Firma gegründet, wieviele Mitarbeiter hat das Unternehmen, welches sind ihre größten Erfolge und die Ziele. Aber auch Auszeichnung können hier Erwähnung finden.

Kontaktadresse für die Presse
Am Schluss jeder Pressemitteilung dürfen keinesfalls Ihre Kontaktdaten fehlen. Stellen Sie dem Interessenten einen Ansprechpartner zur Verfügung, der jederzeit für ihn erreichbar und zu sprechen ist. Dabei sollten Sie auch nicht vergessen, auf Ihre Website hinzuweisen.

Aller Anfang ist schwer, aber mit ein bisschen Übung werden auch Sie Ihre ersten erfolgreichen Pressemitteilungen veröffentlichen. Sofern Sie weitere Fragen haben oder Hilfe beim Verfassen einer Pressemitteilung benötigen, steht Ihnen das Webweisend-Team gerne zur Verfügung und hilft weiter.

In unserem dritten Teil beschäftigen wir uns dann mit dem Thema „In wenigen Schritten zum Fachartikel". Dieses äußerst mächtige Werkzeug wird leider allzu selten angewendet, da es sehr zeitintensiv ist, doch die Wirkung eines solchen Fachartikels kann so manche Pressemitteilung in den Schatten stellen. Also freuen Sie sich auf unseren kommenden Beitrag und viel Erfolg beim Verfassen Ihrer ersten Mitteilungen.