Tipps für das Verschicken einer Pressemeldung

Praxis-Tipps konkret für die #zukunftsrelevant-Pressemitteilung:

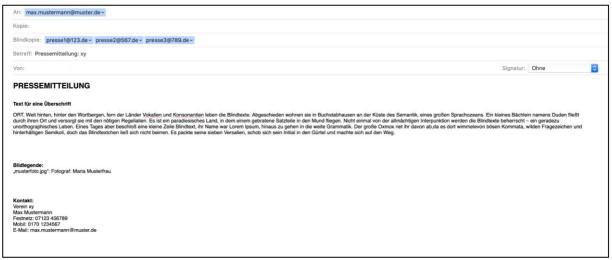
- 1. Medien-Information aktualisieren
- 2. Ansprechpartnerin oder Ansprechpartner für Pressearbeit ergänzen
- 3. Erreichbarkeit für Nachfragen garantieren auch während der Freizeit und Ferien
- 4. Adressen der Redaktionen und/oder der Redakteure/freie Mitarbeitende recherchieren (mit E-Mail und Telefon-Nummer)
- 5. Wenn möglich vorher anrufen und Medien-Information ankündigen
- 6. Medien-Information per E-Mail versenden:
 - "... beiliegend erhalten Sie unsere aktuelle Medien-Information vom XX.XX.2020. Wir freuen uns, wenn Sie über unser Angebot berichten. ..."
 - nicht formulieren: "Wir bitte Sie, die beiliegende Medien-Information abzudrucken".
 - Die Redaktionen entscheiden, was für sie relevant ist und nicht wir schreiben das vor.
- 7. Wenn möglich nach 1 Tag nachfassen, ob PM angekommen und interessant für die Redaktion ist
- 8. Anbieten, die Freizeit zu besuchen und darüber zu berichten
- 9. Pressebesuch vorbereiten (wer sagt was? O-Töne von MA und TN Menschen berühren Menschen)
- 10. Social-Media-Kampagne der aej nutzen:
 - https://www.evangelische-jugend.de/jugendarbeit/wir-sind-
 - zukunftsrelevant/zukunftsrelevant-kampagnenmaterial

Allgemeine Infos zu Pressemitteilungen:

Formalien und allgemeine Infos zu Pressemitteilungen:

- Ganz wichtig: Die Mail-Adressen der Pressevertreter nur im Feld "Blind Copy" (Bcc) einfügen, niemals als sichtbare Adressen.
- Am Anfang der Mail "Pressemitteilung" voranstellen
- Text mit Überschrift einfügen
- Nach der Überschrift den Text mit der Ortsangabe beginnen
- Länge des Textes: maximal 1 A4-Seite, besser weniger
- Unbedingt Kontaktdaten angeben (mindestens Name, Telefonnummer und E-Mailadresse)
- Hinweis: Selbstverständlich kann auch telefonisch vorab Kontakt zu der entsprechenden Zeitung aufgenommen werden. Ist aber kein Muss. Die beste Zeit, Journalisten zu erreichen, ist i.d.R. vormittags gegen 11 Uhr.

Hier ein Muster zu den Formalien:



Text, Inhalt, Sprache

- Im Text möglichst viele der sechs "W-Fragen" beantworten (Um WAS geht es? WER ist beteiligt? WO findet es statt? WANN findet es statt? WIE läuft es ab? WARUM geschieht es?)
- Neutral formulieren! Eine Grundregel im Journalismus ist die Trennung von informierenden und kommentierenden Textarten. Also möglichst neutral und nicht übertreibend schreiben.
- Im Einleitungssatz sollte schon klar sein, worum es geht.
- Journalisten k\u00fcrzen Texte meistens von unten nach oben, bringt die wichtigen Infos also am Anfang.
- Textstil: Journalisten lieben eine klare, sachliche Sprache. Möglichst wenige Fachausdrücke, Schachtelsätze und Füllwörter einsetzen.
- Zitate: Bei Zitaten muss klar erkenntlich sein, wer etwas gesagt hat.
- Überschrift: Die kann gerne peppig / pfiffig sein.
- Tipp: Vor dem Versenden jemanden Korrektur lesen lassen, um Rechtschreibfehler zu vermeiden.

Fotos

- Wenn ihr Fotos mitschickt: Dateigröße pro Foto nach Möglichkeit zwischen 1 und 2 MB.
- Jeweils eine kurze Bildbeschreibung mitschicken und den Namen des Fotografen
- Ganz wichtig: Persönlichkeitsrechte der abgebildeten Personen beachten (nur mit deren Einverständnis!) und Urheberrechte (nur selbstfotografierte Bilder oder Bilder, bei denen der Fotograf euch das Einverständnis gegeben hat). Niemals Bilder aus der google-Suche verwenden.

Presseverteiler

- An wen verschicke ich meine Pressmeldung? An alle Pressorgane (Zeitungen, Mitteilungsbzw. Amtsblätter etc., für die die Infos relevant ist und die in eurer Region gelesen werden).
- Wie komme ich an die Mailadressen der Redaktionen? Schaut, was im Impressum der (gedruckten) Zeitungen steht. Oder schaut auf der Online-Seite eurer Zeitung. Viele Zeitungen haben einen Überblick über die Redakteure. Wenn es den nicht gibt, klickt auf das Impressum. Dort muss immer eine Mailadresse angegeben sein. Nehmt im Zweifelsfall diese Adresse oder ruft unter der angegebenen Telefonnummer an und fragt nach den Kontaktdaten des zuständigen Redakteurs.