

10 Tipps

So landen Sie in den News statt im Schredder

Journalisten haben *nie* Zeit. Schon gar nicht für die 45. Medienmitteilung der Woche. Trotzdem sind Medienmitteilung ein gutes Mittel, um eine wichtige News oder spannende Events anzukündigen. Sie wollen, dass ausgerechnet Ihre Mitteilung gelesen und publiziert wird. Dann sollten Sie unbedingt folgende Tipps beachten.

1. **Keine News, keine Mitteilung** – Verschicken Sie nur dann eine Medienmitteilung, wenn Sie auch wirklich etwas (Neues) zu berichten haben. Gleichzeitig sollten Sie aber auch nicht zu viele Infos in eine Mitteilung packen. Grundsätzlich gilt: Pro News-Thema ein Communiqué.
2. **Kurz & knackig** – Der Titel und die Zwischenüberschriften einer Pressemitteilung sollten kurz und prägnant sein. Und trotzdem neugierig machen. Bevor Sie mit der eigentlichen Mitteilung starten, fassen Sie mit einem **Lead** in 3-4 Sätzen die wichtigsten Botschaften zusammen.
3. **Ort und Datum** – Beginnen Sie die Meldung mit einem Ort sowie dem Datum, damit der Leser sofort erkennt, woher diese Medienmeldung stammt.
4. **Kommen Sie auf den Punkt** – Redakteure haben wenig Zeit interessante Meldungen herauszufiltern. Das Wichtigste und Neueste kommt immer am Anfang; Zusatzinfos weiter unten (Prinzip der umgekehrten Pyramide). Schreiben Sie einfach und verständlich. Länger als 1,5 A4-Seiten sollte keine Medienmitteilung sein.
5. **Die W-Fragen** – Wer, was, warum, wie, wo, wann? Redaktor/innen werden an der Journalistenschule drauf getrimmt – und genau deshalb sollten auch Sie alle W-Fragen beantworten. Journalisten haben keine Zeit für Rätselraten. Fehlen wichtige Infos in der Mitteilung, wird sie gelöscht.
6. **Keine Werbung** – Medienmitteilungen sind keine Publireportagen. Vermeiden Sie zu viel Eigenwerbung. Journalisten möchten keine Werbung, sondern interessante neue Inhalte aufbereiten und darüber berichten
7. **Wenn Zitate, dann mit Substanz** – Ein gutes Quote kann eine Medienmitteilung durchaus aufwerten. Aber Achtung: hier lauert die «PR-Falle». Setzen Sie Zitate nur dann ein, wenn diese einen inhaltlichen Mehrwert bieten. Kein Werbe-Blabla!
8. **Kennen Sie Ihre Adressaten:** Verschicken Sie Ihre Medienmitteilung nicht wahllos an hunderte Medienadressen, sondern wählen Sie die Empfänger gezielt aus. (Wenn möglich: Mitteilung regionalisieren). Ein sorgfältig gepflegter Medienverteiler ist empfehlenswert. Publizieren Sie die Mitteilung auch auf den eigenen Kanälen (Website, Social Media).
9. **Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte** – Ein gutes Foto erhöht die Chancen auf eine Veröffentlichung. Beschreiben Sie das Bildmaterial mit einer kurzen Legende (+ Infos zum Fotografen). Geheimtipp: Stellen Sie noch ein Videolink dazu. Die Online-Redaktoren werden es Ihnen danken.
10. **Noch Fragen?** – Geben Sie am Ende der Mitteilung immer einen Kontakt für Rückfragen (inkl. Zeitfenster der Erreichbarkeit) an.