

Ein paar Schritte und Tipps für eine Pressemitteilung

Eine gute Pressemitteilung ist nicht einfach, und muss sich genau nach den Bedürfnissen der Journalisten richten. Die nachfolgende Aufstellung hilft, die wesentlichen Dinge zu beachten. Es gilt: je besser eine Pressemitteilung strukturiert und formuliert ist, je höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Inhalte in einem Presseartikel erscheinen.

Die wesentlichen Schritte zur Pressemitteilung sind:

- Schritt 1: **Inhaltsstruktur** (siehe unten)
Die PM muss die Antwort auf die 5 w-Fragen (Wer, Was, Wann, Wie, Wo) enthalten.
- Schritt 2: **Aufbau**
 - Teil A: Titel, 1. Absatz (das wichtigste zuerst, der Leser muss voll im Bild sein, wenn er das gelesen hat)
 - Teil B: Detaillierung der Inhalte, Angabe der Hintergründe
 - Teil C: Schluss / Fazit Ausblick auf die weitere Entwicklung
 - Tipp: eine PM sollte so aufgebaut sein, dass
 - der Journalist sie so 1 zu 1 in der Zeitung abdrucken kann
 - sie absatzweise von unten nach oben gekürzt werden kann,
 - ohne dass die PM unverständlich wird
 - sie nie über eine A4 Seite hinausgeht
- Schritt 3: **Inhaltliche Struktur / Informationen**
 - **WER**
Beispiel: Ägyptologisches Seminar Uschi Rössler (Leiterin des Institutes), Christian Dingenotto Ägyptologe und Marketinmanager in IT-Unternehmen
 - **WAS**
Beispiel: Cultural Business: Neuer Ansatz für Kulturwissenschaften mit dem Ziel kostendeckend zu arbeiten und die Vielfalt in der Kultur- und Unterhaltungslandschaft zu erhalten. Diese praxisbezogene Methode ist speziell auf Geisteswissenschaften und Kulturinstitutionen zugeschnitten und bündelt die Grundlagen und Techniken aus Marketing, Werbung, Kommunikation und Betriebswissenschaft unter Nutzung der Microsoft Office Programme zu einem Gesamtverfahren. Sommerakademie 2005 als Pilotveranstaltung für den Regelbetrieb ab WS 2006. Bundesweit einmaliges Angebot stößt auf bundesweites Interesse. Veranstaltung war bereits innerhalb von 4 Wochen ausgebucht.
 - **WANN**
Beispiel: Ende August 2005; Fester Lehrbestandteil ab 2006 (siehe oben)
 - **WIE**
Wir gründen mit den Teilnehmern einen virtuellen Kulturbetrieb. Für ein fiktives oder reales Projekt (je nach Teilnehmerwunsch) werden innerhalb von 5 Tagen Konzepte, Projekt- und Budgetpläne erstellt und, kombiniert mit einem Marketing- und Werbeplan, zur Umsetzungsreife gebracht.
Anhand dieses Praxisbeispiels werden wesentliche Kenntnisse aus Betriebswissenschaft, Marketing und Werbung vermittelt, welche die Teilnehmer für die (wirtschaftlich) erfolgreiche Durchführung von Kulturprojekten benötigen
 - **WO**
Beispiel: Ägyptologisches Seminar der Uni Bonn
- Schritt 4: aller Anfang ist schwer ;-)
 - So kann der Anfang aussehen Beispiel:
Titel (sinngemäß) **Ägyptologie in Bonn setzt neue Maßstäbe bei der Wirtschaftlichkeit von Geisteswissenschaften.**
Das Lehrangebot Cultural Business, angeboten vom Ägyptologischen Seminar der Uni Bonn, stößt auf bundesweites Interesse ...