

# **Die gute Pressemitteilung**

**Von Wolfgang Weber**

**Vortrag bei Landesverband Hessischer  
Imker (LHI)**

**anlässlich der Tagung der  
Ortsvorsitzenden am 19.10.2008 in  
Grünberg**

# Anlass für eine Pressemitteilung

Bedenken Sie bitte, dass die Zeitungsredaktionen mit Informationsmaterial von allen Seiten überschüttet werden. Achten Sie deshalb darauf, dass Ihre Nachricht wirklich wichtig ist und wählen Sie Anlass und Zeitpunkt der Pressemitteilung sehr genau. Die Redakteure sind auf der Hut: Ein Artikel ersetzt keine Anzeige. *Also: keine Werbung!*

## Anlässe können beispielsweise sein:

- Vereinsversammlung
- Der Bericht über die Vereinsversammlung
- Vorträge / der Bericht über den Vortrag
- Aktionen, Feste, Besonderes und Ungewöhnliches
- Ehrung eines Imkers, Besuch des Landesvorsitzenden oder des Bieneninstitutes, einer Berufsimkerin...
- Neues Honig-Produkt
- Jubiläen, Messen, Ausstellungen, Aktionen
- Neuer Auftritt im Internet
- usw..... (denken Sie einfach einmal selbst darüber nach, was könnte die Leser interessieren?)

# Checkliste für Pressemitteilungen

## Grundlegendes

- kurze Sätze
- Substantivierungen vermeiden
- Zitate einbauen

## Im ersten Absatz

- Kernaussage formulieren
- den eigenen Vereinsnamen erwähnen

## Meiden

- Behördensprache, „Fach-Chinesisch“, allgemeine Floskeln
- Imperativkonstruktionen (wäre, würde....)
- stark wertende Adjektive (die allerbeste...weltgrößte...)

## Formate / Layout

- Text als Pressemitteilung kenntlich machen (z. B. mit „Pressemitteilung“ überschreiben)
- Absender, Kontakt für Rückfragen

# Das Foto

## Gute Öffentlichkeitsarbeit mit Fotos

Wenn Sie mit Ihrem Imkerverein häufig in der Zeitung stehen, steigert das zwar nicht sofort Ihren Umsatz, aber Sie werden bekannter. Und: Man spricht über Sie. Auch Ihre Vereinsfreunde finden sich und Ihre Arbeit gerne in der Zeitung wieder.

So richtig gelungen ist eine Pressemitteilung aber erst, wenn auch ein attraktives Foto dabeiliegt.

Sie kennen ja das alte Sprichwort: Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte.

## Warum Zeitungen gerne Bilder veröffentlichen

Bilder haben zwei Wirkungen auf den Zeitungsleser:

- Sie lenken das Interesse auf bestimmte Artikel.
- Sie lockern die Seite auf, verhindern Langeweile und damit Konzentrationsmängel und Ermüdungserscheinungen beim Leser.

## Warum Sie Bilder verwenden sollten

Machen Sie sich die Überlegungen von Zeitungsredaktionen zunutze:

- Bilder machen den Leser auf Ihre Pressemitteilung aufmerksam.
- Artikel mit Fotos bleiben länger in Erinnerung.
- Gute, geschickt aufgenommene Bilder können Produkte, Personen oder einfach auch das Thema bekannter machen als es jeder noch so gut formulierte Text vermag.
- Außergewöhnliche, originelle oder witzige Bilder werden fast immer abgedruckt und können das Erscheinungsbild der Imker-Veranstaltung lockerer und populärer
- Keine gestellten Fotos, denen man ansieht, dass sie gestellt sind. Lassen Sie die Menschen etwas tun, zeigen Sie sie bei der Arbeit. Gruppenfotos mit drei nebeneinander aufgestellten Leuten gibt es genug
- Fotografieren Sie Menschen von vorne, das Gesicht sollte erkennbar sein. Kein noch so schöner Rücken kann auf einem Pressefoto entzücken. Perspektive auch mal von oben oder unten wählen

## Anforderungen an ein gutes Imker-Pressefoto

Wenn Sie keinen Profifotografen finden: Vielleicht können Sie oder einer Ihrer Vereinskollegen/innen fotografieren. Für Pressefotos müssen einige Regeln beachtet werden:

- Am besten benutzen Sie lichtempfindliche Filme (27 DIN/400 ASA). Das erspart Ihnen manches Foto mit Blitzlicht.
- Wenn Sie Blitzlicht nutzen: blitzen Sie indirekt (z.B. unter eine weiße Zimmerdecke).
- Gängigstes Format für digitale Fotos ist das jpg-Format. Die Auflösung sollte mindestens 300 dpi betragen
- Die Fotos sollten im Format 13 x 18 cm abgezogen werden.
- Gehen Sie nahe genug an Ihre Motive heran.
- Fotografieren Sie Menschen oder Bienen-Details; liefern Sie keine Fotos bei den Redaktionen ab, auf denen nur "tote" Produkte (einfach nur ein Bienenstock oder ein Pokal), Gebäude oder Maschinen zu sehen sind.
- Versenden Sie die Fotos gemeinsam mit der Pressemitteilung  
Beim E-mail-Versand der Pressemeldung wird das digitale Foto als Anhang verschickt.
- Jedes Foto braucht einen Bildtext, der erklärt was auf dem Foto zu sehen ist. Vermerken Sie daher auf Fotos wer (Vor- und Zuname, Funktion), wo (häufigste Reihenfolge: von links nach rechts) auf dem Foto zu sehen ist. Wenn es nicht eindeutig zu erkennen ist, sollten Sie auch beschreiben, was Ihr "Motiv" gerade macht.
- Beim digitalen Foto sollte die Bildunterschrift sowohl am Ende der Pressemeldung (Bildzeile: ...)

## **Wie komme ich in die Zeitung?**

Gut, wenn Sie sich diese Frage schon einmal gestellt haben. Oder haben Sie sich noch nie darüber Gedanken gemacht, wie wichtig es ist, eine interessante Neuigkeit über Ihren Imkerverein der Presse mitzuteilen? Die Gründe liegen doch auf der Hand: Ein Artikel oder eine Meldung über Ihr Hobby, ihre Arbeit in der Zeitung steigert den Bekanntheitsgrad und schafft geschäftliche Erfolge, und verursacht bei denen hoffentlich Neugier auf das Produkt / die Imkerei, die sich vorher nicht damit beschäftigt haben.

## **Wie Sie sich an die Presse wenden?**

Sie schreiben eine Pressemitteilung. Sie liefert den Lokalredaktionen schwarz auf weiß eine wichtige Nachricht direkt auf den Tisch und ist gleichzeitig für den Imker/in preisgünstig und zeitsparend. Damit die Zusammenarbeit mit den Redaktionen erfolgreich verläuft, d. h. Ihre Nachrichten auch veröffentlicht werden, sollten Sie einige Tipps und Hinweise zu Anlass, Inhalt und Form einer Pressemitteilung beachten.

# Aufbau und Inhalt

Der 1. Absatz muss Antwort geben auf die Fragen:

- Wer? (Verein oder Personen)
- Was? (Ereignis, Geschehen)
- Wie? (Ablauf)
- Warum? (Gründe)
- Wo? (Ort)
- Wann? (Zeitpunkt oder Zeitspanne)

Die Reihenfolge der sogenannten W-Fragen ist keinesfalls starr, sondern Anlass und Thema bestimmen, welches "W" das Wichtigste ist und die Pressemitteilung einleitet

## Form

Im digitalen Zeitalter sollten sich auch die Imker der E-Mail bedienen.  
Besorgen Sie sich von Zeitungen, Wochenblättern, Radiosendern,  
Gemeindeheftchen die entsprechenden Adressen.

Für die Post: Am besten eignet sich ein weißer DIN A 4- oder Ihr Vereinsbriefbogen, den Sie deutlich mit Pressemitteilung überschreiben. Verwenden Sie bei allen weiteren Mitteilungen immer wieder die gleiche Aufmachung. Name, Anschrift, Telefonnummer und Datum müssen für Rückfragen gut lesbar sein. Beschränken Sie sich auf 1 bis 1 1/2 DIN A 4 Seiten.

Verschicken Sie die Pressemitteilung gleichzeitig an alle in Frage kommenden Zeitungen, Zeitschriften, Fachblätter und auch an Radio- oder Fernsehstationen. Legen Sie sich ein Verzeichnis an.

# Pressemitteilungen schreiben

Journalisten ertrinken jeden Tag aufs Neue in einer Flut von Informationen. Daher ist es wichtig, sich mit der eigenen Pressemeldung von der Masse abzusetzen. Ein verbreiteter Irrtum ist, dass dies mit besonders spritzigen Texten und pfiffigen Überschriften gelingt. Redakteure haben keine Zeit, eine Mitteilung durchzuarbeiten und dann abzuwägen, ob die Meldung ins Blatt kommt. Der hohe Zeitdruck zwingt sie oft dazu, nach dem ersten Blick ein Urteil zu fällen. Diesem ersten Blick fällt meist alles zum Opfer, was wie Werbung aussieht und keinen Nachrichtenwert erkennen lässt. Zur Sache kommen, heißt es also. Aber wie?

## Tipps

- Formulieren Sie die Neuigkeit, die Sie den Medien mitteilen wollen, möglichst schon in der Überschrift.
- Beantworten Sie in den ersten Sätzen die W-Fragen: Wer? Wo? Was? Wann? und wenn möglich Wie? und Warum?.
- Versuchen Sie, Ihre Mitteilung so aufzubereiten, dass Aktualität und regionaler Bezug unmittelbar deutlich werden.
- Schreiben Sie immer in der dritten Form, indem Sie nicht "ich" oder "wir", sondern den Namen Ihres Vereins oder des Imkers verwenden.
- Bauen Sie Zitate in den Text ein.
- Schreiben Sie in leicht verständlicher Sprache: Kein Fachchinesisch, Anglizismen vermeiden.
- Verwenden Sie kurze an Stelle von langen Wörtern.
- Schreiben Sie in kurzen, übersichtlichen Sätzen, besonders wenn die Inhalte kompliziert sind.

- Weniger wichtige Informationen und allgemeine Erläuterungen gehören an den Schluss der Mitteilung, so dass der Redakteur den Text gegebenenfalls von hinten her kürzen kann.
- Machen Sie einen Vorschlag für die Überschrift. Auch hier gilt: je kürzer, desto besser.