

## Tipps zum Schreiben einer Pressemitteilung

Beim Schreiben von Texten für die Presse gilt die Faustregel „Keep it short and simple“, also halten Sie es kurz und einfach. Kurz, weil Redaktionen jedem Text nur begrenzt viel Platz in ihrem Medium einräumen können. Und einfach, weil Leserinnen und Leser von Tageszeitungen meist nicht über Expertenwissen verfügen, aber trotzdem umfassend informiert werden möchten. In Pressemitteilungen gilt es deshalb auf sprachlicher und inhaltlicher Ebene möglichst verständlich zu schreiben. Nur so können die Inhalte an die Leserinnen und Leser vermittelt werden.

Machen Sie sich deshalb schon vor dem Schreiben klar:

- **Für welche Zielgruppe schreibe ich?**  
Z.B. Fachmagazin oder Tageszeitung
  
- **Welches Thema möchte ich aufgreifen?**  
Eine Pressemitteilung behandelt jeweils nur ein Thema.
  
- **Was ist der Anlass für meine Pressemitteilung? Worin besteht der Nachrichtenwert?**  
→ **Wie aktuell, relevant, informativ ist das Thema?**  
Gut geeignet sind Themen wie zum Beispiel aktuelle Forschungsergebnisse, Start oder Abschluss von Projekten, Forschungsvorhaben, die mit größeren Geldsummen gefördert werden, aber vor allem auch Themen, die für die Allgemeinheit einen hohen Nutzen haben, oder die mit aktuellen Debatten und Terminen zusammenhängen.

## Struktur einer Pressemitteilung

**Das Wichtigste steht immer am Anfang des Textes. Das Unwichtigste kommt zum Schluss.**

Dieser Aufbau ist sinnvoll, um schnell das Interesse der Leserin und des Lesers zu wecken und sie bzw. ihn neugierig zu machen. Aber auch, weil Redaktionen Texte von unten kürzen, also zum Beispiel die letzten Absätze streichen. Stehen die wichtigsten Informationen am Textanfang, geht auch beim Kürzen nur wenig Inhalt verloren und der Text bleibt trotzdem verständlich.

**Orientieren Sie sich für die Inhalte einer Pressemitteilung deshalb an den „5 Ws“:**

**Wer? Was? Wann? Wie? Wo? (ergänzend auch Warum? Woher?)**

Diese Fragen bilden die Grundlage Ihres Textes und sollten bereits im ersten Absatz beantwortet werden. In den darauffolgenden Absätzen können diese Kernaussagen dann weiter ausgeführt und im Detail behandelt werden.

### **Für das Schreiben von Pressemitteilungen gilt außerdem:**

- Bilden Sie kurze und einfache Sätze, so wird die Lesbarkeit ihres Textes erhöht.
- Setzen Sie Verben statt Nominalstil ein. Viele Begriffe, die zum Beispiel auf die Silben „-ung“ oder „-keit“ enden, können durch Verben ersetzt werden.
- Vermeiden Sie Fremdwörter und Fachbegriffe.
- Bauen Sie Zitate ein, um den Text lebendiger und interessanter zu machen. Hier muss aber immer erkennbar sein, wen Sie zitieren.
- Personenangaben sollten Name, Vorname, Titel und Funktion beinhalten.
- Nutzen Sie Vergleiche und „Bilder“ aus dem Alltag. So erzeugen Sie Bilder im Kopf der Leserinnen und Leser. Zum Beispiel „groß wie zehn Fußballfelder“, „das entspricht fünf Badewannen“.
- Nennen Sie konkrete Inhalte und Beispiele. Ohne konkrete Beispiele bleiben der Text und auch die Informationen oberflächlich und haben für den Leser wenig Mehrwert. Schreiben Sie in einem Text z.B. nur „Bei der Tagung gab es verschiedene Standpunkte“, wird sich der Leser an dieser Stelle fragen, welche Standpunkte das waren. Führen Sie deshalb kurz an, welche Standpunkte und Inhalte es gab.

### **Hinweise zur Pressearbeit**

Abgesehen von Fachartikeln in diversen Fachmagazinen gilt eine Pressemitteilung der „Ostfalia“ in den meisten Redaktionen erst dann als autorisiert, wenn sie über die Pressestelle der Hochschule herausgegeben wurde. Nutzen Sie den Kontakt zur Pressestelle auch, um den Presseverteiler abzusprechen.

**Aktualität ist der entscheidende Faktor in der Pressearbeit.** Veranstaltungen, die bereits mehrere Tage zurückliegen, sind für die Tageszeitung nicht mehr relevant und werden nicht abgedruckt. Bitte setzen Sie sich daher rechtzeitig **vor** dem Termin mit der [Pressestelle](#) der Ostfalia in Verbindung.

Nicht jedes Thema eignet sich für eine Pressemitteilung. Aber vielleicht passt es zu den anderen Medien und Kommunikationskanälen der Ostfalia. Das Team der [Hochschulkommunikation](#) berät Sie gerne.

Pressemitteilungen sind Angebote an die Redaktionen. Wir können Ihnen deshalb keine Abdruckgarantie für Ihren Text geben.

Eine Übersicht über die Pressemitteilungen der Ostfalia-Pressestelle finden Sie [hier](#).

Wir freuen uns auf Ihren Textvorschlag!

Mit besten Grüßen

[Evelyn Meyer-Kube](#) und [Nadine Zimmer](#)

PR/Presse