

## Checkliste für die perfekte Pressemitteilung

### 1. Definieren Sie Zielgruppen (Wirtschaftspresse, Fachpresse etc.)

- Nehmen Sie die Perspektive der jeweiligen Persona ein: Was kennzeichnet ihren Alltag? Welche Probleme hat sie?
- Welche Nachricht begeistert die Persona? (Nachrichtenfaktoren: Prominenz, Nähe, Gefühl, Sex, Fortschritt, Folgeschwere, Konflikt, Kampf und Kuriosität)

### 2. Schreiben Sie eine Überschrift

- Schreiben Sie die Essenz der Nachricht aus Sicht der Persona.
- Halten Sie die Überschrift inhaltlich und sprachlich simpel.
- Die Überschrift darf nichts versprechen, was der Text nicht einhält.

### 3. Schreiben Sie eine Einleitung

- Starten Sie mit dem Küchenzurf.
- Bringen Sie die Nachricht in drei knackigen Sätzen auf den Punkt.
- Beantworten Sie möglichst viele W-Fragen (Wer, was, wann, wo, wie, warum/wozu, woher?).

### 4. Schreiben Sie den Fließtext

- Stellen Sie das Wichtigste nach vorn (Die Pressemitteilung muss von hinten kürzbar sein)
- Recherchieren Sie ggf. Hintergrundinformationen (Studienergebnisse etc.)
- Beweisen Sie Ihre Behauptungen.
- Vermeiden Sie: Passiv-Konstruktionen, Schachtelsätze, Fachbegriffe (oder zumindest erklären), Modalverben, Adjektive, lange Wörter, unpersönliche Sprache, Füllwörter und Nominalstil.

### 5. Organisieren Sie Bilder

- Investieren Sie in gutes Fotomaterial (Auflösung für Printmedien: 300 dpi. Auflösung für Online-Medien: 72 dpi).

### 6. Verschicken Sie die Pressemitteilung

- Erstellen Sie einen Verteiler mit Kontakten (per Hand oder mithilfe eines Onlinedienstes wie Zimpel oder Cision).
- Verschicken Sie den Presseartikel vorzugsweise dienstags, mittwochs oder donnerstags (möglichst kurz vor Geschäftsbeginn).

**Viel Erfolg beim Texten!**

**Ihr Patrick Schroeder**

#### **Schroeder Kommunikation**

Patrick Schroeder (M.A.)

Raderbergerstraße 158b

50968 Köln

E-Mail: [info@schroederkommunikation.de](mailto:info@schroederkommunikation.de)

Tel.: +49 (0) 221 / 379 75 155

mobil: +49 (0) 163 / 976 13 38