

# Checkliste: Pressemeldung

Jeder Redakteur einer Zeitung, oder eines Radio- bzw. Fernsehsendern erhält jeden Tag ein Vielzahl von Pressemeldungen. Als erstes landen die Meldungen im Papierkorb, die die formellen Regeln nicht einhalten. Dann folgen die mit nichts sagenden Überschriften und die mit Werbeaussagen. Was dann bleibt sind eine Handvoll Informationen, die die 10 goldenen Regeln einhalten

## Die Pressemeldung - 10 goldene Regeln, die Sie beachten sollten

1. Jede Pressemeldung beginnt mit einer aussagekräftigen Headline.
2. Je nach Lust und Laune folgt die Sub-head oder es gibt über der Headline eine so genannte Dachzeile. In jedem Fall gibt diese Zeile Zusatzinformationen zur Headline.
3. Dann folgt der so genannte Leadtext. Hier stehen die wichtigsten Infos in Kurzform.
4. Jetzt beginnt der Copy-Text. Hier werden die oben angepriesenen Inhalte ausführlich dargestellt.
5. Grundsätzlich gilt für alle Pressemeldungen: Das Wichtigste steht oben. Jede gute Pressemeldung kann vom Ende zum Anfang gekürzt werden, ohne wesentlich an Inhalt einzubüßen.
6. Am Ende der Pressemeldung folgt das Unternehmens-Profil; eine Kurzdarstellung des Unternehmens.
7. Last but not least: Die Ansprechpartner mit Telefon-Durchwahl und persönlicher E-Mail.
8. Versenden Sie nur dann eine Pressemeldung, wenn Sie wirklich etwas Neues zu sagen haben. Denken Sie daran: Hund beißt Mann, ist nicht neu: aber Mann beißt Hund erweckt das Interesse des Redakteurs.
9. Hüten Sie sich vor Superlativen (Beste, Schönste, Schnellste, etc.) Das ist Werbesprache und bei Journalisten nicht sonderlich beliebt.
10. Nutzen Sie einen aktuellen Verteiler und verzichten Sie auf telefonische Nachforschungen, weshalb ihre Meldung nicht erschienen ist.