Kostenlose Arbeitshilfe

Die Pressemitteilungs-Vorlage

Das Gerüst mit allen sieben Bausteinen. Ausfüllen, prüfen, versenden.

Kopieren Sie den Text in Ihr Schreibprogramm und ersetzen Sie alles in eckigen Klammern. Was in jedes Feld gehört, steht auf Seite 2.

```
[SPERRFRIST bis TT.MM.JJJJ, HH:UU Uhr]   ← nur wenn nötig, sonst Zeile löschen

PRESSEMITTEILUNG

[Überschrift: die Nachricht in maximal 65 Zeichen]

[Unterzeile: die zweite wichtige Angabe, ein Satz]


[Ort], [TT. Monat JJJJ]. [Lead: Wer hat was wann wo getan,
und warum ist das für die Leserschaft von Belang. Maximal
40 Wörter. Dieser Absatz muss allein stehen können.]

[Hauptteil, Absatz 1: die nächstwichtige Angabe. Zahlen,
Umfang, Beteiligte, Hintergrund.]

[Hauptteil, Absatz 2: Einordnung. Was war vorher, was
ändert sich, was kommt als Nächstes.]

"[Zitat: ein bis zwei Sätze, die eine Haltung oder eine
Bewertung enthalten, die sonst nirgends im Text steht]",
sagt [Vorname Name], [Funktion] der [Organisation].

[Hauptteil, Absatz 3: Ergänzendes, das gekürzt werden darf.]


Über [Organisation]
[Boilerplate: 40 bis 60 Wörter. Was die Organisation tut,
seit wann, wie groß, wo. Keine Selbstbewertung.]


Pressekontakt
[Vorname Name]
[Funktion]
[Telefon mit Durchwahl]
[E-Mail]
[Website]

[Hinweis auf Bildmaterial: Auflösung, Bildnachweis,
Download-Adresse]
```

Bevor Sie ausfüllen

Beantworten Sie in einem Satz: Was ist neu, und für wen ändert sich dadurch etwas? Wenn Ihnen dieser Satz nicht gelingt, gibt es noch keine Meldung. Dann hilft auch die beste Vorlage nicht weiter.

Was in jedes Feld gehört

Sperrfrist

Nur setzen, wenn es einen Grund gibt (Bilanz, Termin, gemeinsame Veröffentlichung). Eine Sperrfrist ohne Anlass wirkt wichtigtuerisch und wird ignoriert.

Überschrift

Die Nachricht, nicht der Werbespruch. Subjekt, Verb, Objekt. Keine Ausrufezeichen, kein Wortspiel. Redaktionen schreiben sie ohnehin um, aber sie entscheiden danach, ob sie weiterlesen.

Unterzeile

Die zweitwichtigste Angabe, die nicht in die Überschrift passte. Darf entfallen.

Ort und Datum

Ort ist der Ort des Geschehens, nicht Ihr Firmensitz. Datum ist der Versandtag.

Lead

Der wichtigste Absatz der ganzen Meldung. Viele Redaktionen drucken nur ihn. Wer, was, wann, wo. Das Warum darf hinein, wenn der Platz reicht.

Hauptteil

Fallende Wichtigkeit. Von hinten wird gekürzt, deshalb steht hinten das Verzichtbare. Ein Gedanke je Absatz.

Zitat

Eine Aussage, die im Sachtext nichts verloren hat. Kein „wir freuen uns“. Vor dem Versand schriftlich von der zitierten Person freigeben lassen.

Boilerplate

Immer gleich, in jeder Meldung. Prüfen Sie einmal im Jahr die Beschäftigtenzahl. Eine veraltete Zahl steht sonst unter allem, was Sie versenden.

Pressekontakt

Eine Person mit Durchwahl, die auch abnimmt. Eine allgemeine info-Adresse kostet Sie Anfragen.

Die Prüfung vor dem Versand

Zwölf Punkte. Wer alle abhaken kann, versendet eine saubere Meldung.

- [ ] Der Lead beantwortet wer, was, wann und wo in unter 40 Wörtern.
- [ ] Jede Zahl im Text stammt aus einer eigenen Unterlage, nicht aus dem Gedächtnis.
- [ ] Das Zitat enthält eine Information, die sonst nirgends steht.
- [ ] Die zitierte Person hat den Wortlaut schriftlich freigegeben.
- [ ] Keine Selbstbewertung wie „führend“, „innovativ“, „renommiert“ oder „einzigartig“.
- [ ] Alle Namen sind gegen Impressum oder Visitenkarte geprüft.
- [ ] Die Rechtsform ist vollständig und richtig geschrieben.
- [ ] Der Text übersteht das Kürzen von hinten ohne Sinnverlust.
- [ ] Die Betreffzeile der E-Mail nennt die Nachricht, nicht den Absender.
- [ ] Ein Ansprechpartner mit Durchwahl steht am Ende.
- [ ] Bildmaterial ist angekündigt, mit Nachweis und ausreichender Auflösung.
- [ ] Die Meldung geht an ausgewählte Adressen, nicht an einen offenen Verteiler.

Weiterlesen auf pr-professor.de

Die ausführliche Anleitung mit vollständigem Beispiel und den zehn häufigsten Fehlern
pr-professor.de/pressemitteilung-schreiben/

Ihre Meldung im Browser prüfen lassen, zwölf Punkte, mit Protokoll zum Ausdrucken
pr-professor.de/werkzeuge/pressemitteilung-pruefen/

Die Meldung mit einem Sprachmodell schreiben, dokumentierter Durchlauf
pr-professor.de/ki/pressemitteilung-mit-chatgpt/

Herausgeber und Kontakt

umbrella today consult, Diplom-Volkswirt Florian Knust
Susettestraße 1, 22763 Hamburg
Telefon 040 22857930 · redaktion@pr-professor.de
pr-professor.de

Wenn Sie weitergehen wollen

Beratung und Training zu Kommunikation: umbrellatoday.de
Kurse zum Einsatz von KI im Marketing: clevermangos.de