

Checkliste Pressemitteilung

Liebe Aktive der Stadtleitbildgruppen,

Sie setzen sich ehrenamtlich dafür ein, unsere Stadt attraktiver und lebenswerter zu gestalten. Zahlreiche Ideen konnten Sie bereits umsetzen, viele weitere werden folgen. Nutzen Sie die Möglichkeiten einer aktiver Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, um diejenigen zu erreichen, die von Ihrem Einsatz profitieren: die Maintaler*innen, die Besucher*innen unserer Stadt und viele mehr. Berichten Sie rege über die Themen, an denen Sie aktuell arbeiten und über die Projekte, die Sie erfolgreich abgeschlossen haben.

Wenn Sie eine Pressemitteilung schreiben, stimmen Sie diese bitte mit dem /der städtischen Ansprechpartner*in, der Ihrer Stadtleitbildgruppe zugeordnet ist, ab. Dieser schickt dann die Pressemitteilung an die Pressestelle der Stadt Maintal. Von dort aus wird die Pressemitteilung an einen breiten Presseverteiler verschickt. Die Zeitungen entscheiden dann selbst, ob und wann sie die Pressemitteilung abdrucken.

Beim Schreiben von Pressemitteilungen beachten Sie bitte folgende Hinweise:

Aufbau und Format

- Pro Thema (zeitlich möglichst aktuell) eine Pressemitteilung.
- Heben Sie den Nutzwert Ihrer Nachricht hervor, beachten Sie die Zielgruppe: Warum könnte die Mitteilung interessant für die (Zeitungs-)Leser*innen sein?
- Wählen Sie eine aussagekräftige Überschrift. Was ist Ihre zentrale Botschaft? (Formatierung: Arial, 11, fett gedruckt)
- Ergänzen Sie eine Unterüberschrift. Sie ist sachlich, nur eine Zeile lang (Arial, 11).
- Der erste Absatz Ihrer Pressemitteilung ist der „Teaser“ (Formatierung: Arial, 11, fett gedruckt). Dieser soll in wenigen Sätzen (Richtwert: fünf Zeilen) die wichtigsten W-Fragen beantworten, über Neuigkeiten informieren, Ihre Botschaft transportieren.
- Alle weiteren Informationen im Text folgen mit abnehmender Relevanz, Ihr Text muss von hinten zu kürzen sein.
- In den letzten ein bis zwei Absätzen: Hier können Kontaktdaten für Ansprechpartner*innen genannt werden, auf Internetseiten/ Links verwiesen werden. Ggf. auch sinnvoll: Die jeweilige Stadtleitbildgruppe und deren Ziel kurz wiedergeben, die wichtigsten Projekte und Erfolge nennen. Wichtig: Ihre Pressemitteilung enthält zum Schluss keine neuen Botschaften mehr. Grundsätzlich müssen Sie Wichtiges weit oben im Text platzieren.

Sprache und Stil

- Schreiben Sie klar und verständlich.
- Kurze Sätze, Hauptsachen in Hauptsätze, Nebensachen in Nebensätze, möglichst keine Schachtelsätze.
- Schlank schreiben, Füllwörter und Wiederholungen meiden.
- Aktiv nutzen, Passiv vermeiden. Zeitform: Präsens oder Perfekt (aktiv).
- Kein Substantiv, wenn ein Verb möglich ist. Substantivierung meiden.
- Neutral berichten: Schreiben Sie so, wie ein*e Journalist*in über Ihr Thema schreiben würde, z.B. nicht in „Wir“ Form
- Fremdwörter und Fachbegriffe vermeiden oder zumindest erklären.
- Bleiben Sie logisch, halten Sie sich an einen roten Faden.
- Erklären Sie komplexe Sachverhalte so, dass sie ein Laie verstehen kann.

- Nur wahre, belegbare Informationen streuen, ggf. auch Quelle nennen.
- Zitate der handelnden Personen (bei Stadtleitbildgruppen z.B. die Pat*innen) sorgen für Lebendigkeit. Wichtig: Auch Zitate sollen aussagekräftig sein; nicht nur: „Ich freue mich“. Lassen Sie sich Zitate stets von den zitierten Personen freigeben.
- Führen Sie Beispiele an. Das macht Ihre Beschreibung plastischer und verständlicher.

Regeln beim Schreiben

- Umgang mit Namen: Stets die Funktion, den Vor- und Nachnamen nennen.
- Umgang mit Geschlechtern
 - Stets beide Geschlechter ansprechen (Bürgerinnen und Bürger) oder „*“ verwenden, z.B. „Bürger*innen“
- Umgang mit Zahlen und Daten:
 - Nicht 1-12, sondern eins bis zwölf, ab der Zahl 13 in Ziffern
 - Nicht 2,5 sondern zweieinhalb
 - Runden: Nicht 24.986,56 €, sondern „fast 25.000 Euro“
 - Telefonnummern im Format nach DIN-Norm, z.B. 06181 400-449
- Umgang mit Abkürzungen und Symbolen:
 - Nicht %, sondern „Prozent“
 - Nicht €, sondern „Euro“
 - Nicht Mio., sondern Millionen
 - Wenn Abkürzungen verwendet werden, ist bei erster Nennung die Langform anzugeben und die Abkürzung in Klammern zu nennen. Danach kann die Abkürzung genutzt werden.

Bilder:

- Nutzen Sie die Kraft der Bilder: Sie machen ihre Meldungen interessanter, erzeugen mehr Aufmerksamkeit. Aber: Die Bildqualität muss stimmen!
- Das Bildmaterial (Fotos, Grafiken) muss zum Textinhalt passen.
- Auflösung: 300 dpi (Druckqualität), Dateigröße: 1 MB (Richtwert)
- Bildbeschreibung: Fügen Sie Ihrer PM in der Textdatei (Word) unter der Überschrift „Bildhinweis“ o.ä. dafür einen Infokasten bei. Darin ist zu lesen, wer oder was auf dem Bild zu sehen ist (bei Personen: Vor- und Nachname und Funktion). Nennen Sie, bei wem die Bildrechte liegen (Quelle/Name des Fotografen, Nutzungsbedingungen)
- Fügen Sie nur rechtssicheres Bildmaterial bei. Sie müssen das Bild verwenden dürfen. Abgebildete Personen müssen darüber aufgeklärt werden, für welchen Zweck das Bild in welchen Medien verwendet werden soll. Im Zweifel verzichten Sie auf das Bild.

Achtung!

Das Bild- und Persönlichkeitsrecht ist sehr komplex. Es ist in dieser Checkliste deshalb nur grob angerissen, die Erläuterungen keinesfalls abschließend und umfänglich.

Für eine Veröffentlichung auf der städtischen Webseite www.maintal.de gilt: Ohne Abbildung werden Texte dort nicht veröffentlicht.

Fragen zur Pressearbeit beantwortet Ihnen gerne:

Nicole Bilz

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Maintal

Tel.: 06181 400-281

E-Mail: pressestelle@maintal.de

Stand: 15.03.2019