

Eine Medienmitteilung hat zum Zweck, einem grossen Publikum Neues von allgemeinem Interesse mitzuteilen. Nicht mehr und nicht weniger. Wer eine Presse- oder Medienmitteilung als Werbeersatz oder Gratiswerbung betrachtet, wird sie auch so verfassen. Mit dem Resultat, dass sie im Papierkorb der Redaktion landet.



Hans Suter
Chefredaktor
hans.suter@ep-group.ch

Medienmitteilungen verfassen

So kommt die Botschaft an

Am Anfang des Verfassens einer Medienmitteilung stehen zwei Überlegungen: Ist die Mitteilung wirklich von allgemeinem Interesse? Und: Für wen ist sie bestimmt, für ein allgemeines Publikum oder für ein Fachpublikum? Hat die Meldung keinen journalistischen News-Wert, sollte darauf verzichtet werden. Bei einem allgemeinen Zielpublikum sind die regionalen oder gar nationalen Tages- und Wochenzeitungen in Betracht zu ziehen.

Richtet sich die Meldung an ein Fachpublikum, bedient man die entsprechenden Fachmedien. Nähere Angaben über die in Frage kommenden Medien sind erhältlich bei Werbe- und PR-Agenturen sowie bei Annoncen-Agenturen.

Verfassen der Mitteilung

Inhaltlich richtet sich die Gliederung der Meldung nach den «5 W»: Wer, was, warum, wann und wo (Reihenfolge variabel). Damit ist alles Wichtige gesagt. Am Schluss der Meldung können durchaus in knappen Zügen einige Angaben zur Firma gemacht werden. Beispiel: «Das Unternehmen ist im Bereich der Feinmechanik tätig und erwirtschaftete 2002 mit 53 Mitarbeitenden einen Umsatz von 16 Mio. Franken.» Es liegt in der Kompetenz der Redaktion, diesen Satz zu belassen oder zu streichen. Grundsätzlich ist die Meldung so kurz und verständlich wie möglich und ohne persönliche Anrede zu verfassen. Auf das «Sie» und «Wir» ist ebenso zu verzichten wie auf blumige Ausschmückung mit Adjektiven. Richtet sich die Meldung an ein Fachpublikum, sind einschlägige Fachbegriffe erlaubt. Bei einem allgemeinen Zielpublikum ist hingegen darauf zu achten, dass auch Laien den Inhalt mühelos verstehen. Für Rückfragen seitens der Redaktion ist jeder Medienmitteilung eine Kontaktperson mit Telefonnummer zu benennen.

«Good News» oder «Bad News»?

Von der inhaltlichen Charakteristik her lassen sich die Meldungen in zwei grundlegende Kategorien einteilen: in «gute» und «schlechte» Nachrichten. «Good News» sind beispielsweise Investitionen, Neueröffnungen oder gute Geschäftsabschlüsse, «Bad News» sind Konkurse, Entlassungen oder hohe Defizite. Insbesondere bei schlechten Nachrichten ist es unabdingbar, dass der Redaktion ein Ansprechpartner des Unternehmens mit

CHECKLISTE

- Gefragt sind News.
- Die Meldung muss von allgemeinem Interesse sein.
- Zielpublikum und entsprechende Medien möglichst exakt definieren.
- Sachliche, dem Medium und seinen Lesern angepasste Sprache wählen.
- Möglichst kurz fassen.
- Keine persönliche Anrede.
- Kein Eigenlob.
- Daten zur Firma (wenn nötig) am Schluss.
- Kontakt für die Redaktion angeben (und erreichbar sein).

MERKE

- Eine Pressemitteilung ist kein Inserate-Ersatz!
- Seitens der Redaktion besteht keine Verpflichtung zum Abdruck.
- Die Redaktion redigiert die Meldung nach internen Regeln (ohne «Gut zum Druck»).

Telefonnummer benannt wird. Ärgerlich ist, wenn zwar eine Person benannt, jedoch nicht erreichbar ist.

Keine Werbung

Verfasserinnen und Verfasser von Medienmitteilungen sind immer wieder bestrebt, Schleichwerbung in die Texte einfließen zu lassen. Auf den Redaktionen ist dieses ungeschickte Vorgehen verpönt und verursacht unnötige Redigierarbeit. Angesichts der Fülle an täglich eingehenden Pressemitteilungen werden schlecht geschriebene Texte mit wenig Informationsgehalt häufig direkt in den Papierkorb geworfen. Eine gut geschriebene Nachricht orientiert sich kurz und bündig an den «5 W» und verlässt die Ebene des Sachlichen nicht.

Eine abdruckwürdige Pressemitteilung ist keine Werbebotschaft, sondern eine wertvolle Information an das Zielpublikum. Vor dem Versenden der Medienmitteilung sollte man sich deshalb die Testfrage stellen: Würde mich diese Meldung als aussenstehende Person interessieren? ■



MEDIENMITTEILUNG FÜR EIN ALLGEMEINES ZIELPUBLIKUM

RICHTIG

Mit einem «Tag der offenen Tür» weilt die Feinmechanik AG an der Sonnenstrasse 212 in Aarau am 20./21. September einen Erweiterungsbau ein. Die Produktions- und Büroräume stehen am Samstag von 10 bis 18 und am Sonntag von 10 bis 16 Uhr zur Besichtigung offen. Das Unternehmen investierte 3,5 Mio. Franken in den Erweiterungsbau und erzielte 2002 mit 53 Mitarbeitenden einen Umsatz von 16 Mio. Franken. Durch die Betriebserweiterung kann die Kapazität um 20 Prozent erhöht werden. Dadurch werden acht neue Stellen geschaffen.

FALSCH

Mit grosser Freude laden wir Sie ein, am Wochenende vom 20./21. September anlässlich unseres «Tags der offenen Tür» unseren neuen Erweiterungsbau zu besichtigen. Öffnungszeiten: Samstag von 10 bis 18 Uhr und am Sonntag von 10 bis 16 Uhr. Alle Besucher erhalten ein kleines Geschenk. Nach dem Rundgang lädt die Festwirtschaft zum gemütlichen Verweilen bei Getränken und Grillwürsten zu je 2 Franken ein. Wir freuen uns auf Sie.

Anmerkung an die Redaktion: Wir haben auch Inserate geschaltet. Also veröffentlichen Sie diese Meldung bitte ohne Änderungen!

MEDIENMITTEILUNG FÜR EIN FACHPUBLIKUM

RICHTIG

Chem AG hat ein hochinertes Überdruck- und Steuerventil entwickelt. Dieses schützt Systeme vor übermässigem Druck und fungiert als Steuermodul. Das Ventil der Baureihe 075RS wurde für hochreine und aggressive Flüssigkeiten konzipiert und isoliert das Medium vollständig vom Magneten. Der Überdruck wird werkseitig nach Kundenspezifikationen eingestellt (Standardwerte: 1,4, 2,4, 4,1, 5,9, 7,6, 10,3 Bar). Der Magnet wird von einer Spule angetrieben, der im Dauerbetrieb läuft. Das Ventil lässt sich durch ein 12-V- oder 24-V-DC-Signal öffnen.

FALSCH

Chem AG., einer der führenden Anbieter von Überdruck- und Steuerventil-Technik, hat ein absolut innovatives, hochinertes Überdruck- und Steuerventil entwickelt. Das einzigartige Ventil schützt Systeme vor übermässigem Druck und fungiert zudem als fantastisches Steuermodul. Das geniale Ventil der Baureihe 075RS wurde für absolut hochreine und aggressive Flüssigkeiten konzipiert und isoliert das Medium vollständig vom Magneten. Der hochwertige Magnet wird von einer Spitzenqualitäts-Spule angetrieben, der im uneingeschränkten Dauerbetrieb läuft.

INSERAT Networks