



Pressearbeit-Checkliste



16. Juni 12
Tag der
VERKEHRS
SICHERHEIT

Am besten **persönlichen Kontakt** zu Redakteuren/Journalisten der örtlichen Presse aufbauen.

Pressekonferenzen, Pressegespräche und **Start der Aktion** möglichst vormittags oder mittags, damit die Meldung/das Foto noch in der nächsten Ausgabe gedruckt werden kann.

- **Pressemitteilungen** müssen übersichtlich und verständlich aufgemacht sein. Nach spätestens 100 Zeilen mit 40 oder 50 Anschlägen sollte alles gesagt sein, oft reicht auch weniger.
- Das Gerüst jeder Meldung bilden die fünf „W“. Der Text muss Antworten geben auf die Frage: wer, wann, wo, was, wie?
- Am Anfang der Pressemeldung steht ein aktueller Aufhänger. Er ist für den Redakteur der Nachrichtenwert.
- Dem Bericht wird eine Schlagzeile vorangestellt, die im Text später wieder aufgenommen und weiter ausgeführt wird.
- Informationen werden nach der Rangfolge ihrer Wichtigkeit gegliedert. Das Wichtigste steht am Anfang des Textes.
- Der Text wird in Spaltenschreibweise ausgedruckt, damit der Redakteur einen breiten Rand hat, auf dem er Anmerkungen machen und redigieren kann.

Mit einem **Pressefoto** werden Pressemappen für die Pressekonferenz bestückt, außerdem werden sie bei Anfragen von Zeitungen und Zeitschriften, Agenturen und TV-Sendern verschickt. Die Journalisten, die zu der Veranstaltung kommen, erhalten ebenfalls einen Presstext inklusive Pressefoto und können diesen mit eigenen Eindrücken ergänzen bzw. ein eigenes Foto schießen.

Ein brauchbares Pressefoto hat ein Mindestmaß von 13 x 18 cm. Zu jedem Foto gehört eine Motiverklärung auf der Rückseite: Genaue Beschreibung des Abgebildeten, Datum der Aufnahme, Adresse und Telefonnummer des Absenders. Mit dem Fotografen sollte vereinbart werden, dass seine Rechte mit einer Einmalzahlung abgekauft sind und das Material den Redaktionen ohne Honorarpflicht zur Verfügung steht: Abdruck honorarfrei.