

# Die Medienmitteilung

## Tipps und Regeln

Geben Sie keine Medienmitteilungen heraus, wenn Sie nicht etwas Neues, Aktuelles, Wichtiges mitzuteilen haben. Wenn Sie jedoch wirklich etwas mitzuteilen haben, dann tun Sie es.

Geben Sie der Medienmitteilung einen oder zwei informative Titel, einen kurzen, attraktiven Haupttitel und einen etwas längeren erklärenden Untertitel. Gute Titel informieren über das Wichtigste und regen zum Lesen an.

Fassen Sie bei längeren Artikeln im ersten Abschnitt (Lead) das wichtigste Neue Ihrer Mitteilung kurz zusammen. Wählen Sie zum Einstieg eine attraktive Perspektive (z.B. die Sicht der Betroffenen).

Bauen Sie Medienmitteilungen so auf, dass das Wichtigere immer vor dem weniger Wichtigen steht. Überprüfen Sie die Vollständigkeit nach dem Frageschema: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?

Gliedern Sie Medienmitteilungen in Abschnitte (Faustregel: 5 bis 7 Manuskriptzeilen) und setzen Sie bei längeren Texten Zwischentitel.

Vermeiden Sie Wertungen, Eigenlob und zu viele Adjektive.

Schreiben Sie Medienmitteilungen nie in der Ich- oder Wir-Form.

Machen Sie kurze Sätze und vermeiden Sie vor allem «Bandwürmer» und Schachtelsätze.

Wählen Sie Wörter, die allgemein verständlich sind. Nötige Fremd- und Fachwörter erklären Sie in Klammern. Vermeiden Sie Abkürzungen, die nicht bekannt sind.

Schreiben Sie diese und ähnliche Kürzel aus: Nicht %, sondern Prozent, nicht Mrd. sondern Milliarden, nicht Fr. 40.--, sondern 40 Franken.

Schreiben Sie bei Personen den Vornamen immer aus und setzen Sie ihn vor den Nachnamen. Statt des akademischen Titels können Sie auch die Berufsbezeichnung nennen.

Schreiben Sie nicht «heute» oder «gestern», sondern stets den Wochentag: Am Dienstag. Erlaubt ist auch gestern Dienstag.

Illustrieren Sie Medienmitteilungen mit Fotos, Grafiken, Tabellen, Kopien von Powerpoint-Präsentationen und so weiter. Schicken Sie Geschäftsberichte, Firmenbroschüren und Ähnliches mit.

## **Formalien**

### Medienmitteilung

Papier im Format DIN A4 verwenden.

Mit Zeilenschaltung 1 ½ oder 2 schreiben.

Links und rechts einen Rand von je etwa 4 cm.

Wer eine A4-Seite überschreitet, sollte gute Gründe dafür haben.

Längere Texte aufsplitten, zum Beispiel in News und Background.

Seiten nummerieren.

Am Kopf der ersten Seite den Absender des Presstextes angeben inklusive E-Mail-Adresse.

Allfällige Sperrfrist zu Beginn des Textes deutlich hervorheben.

Das Versanddatum anfügen.

Für Nachfragen Name und Vorname der Auskunftsperson angeben, mit E-Mail-Adresse, Telefon-, Fax- und Handynummer.

Bildlegenden zu Fotos und anderen Illustrationen auf ein separates Blatt schreiben.

### Begleitbrief

Zum Versand einer Medienmitteilung gehört auch ein Begleitbrief. Der Brief wird an die Redaktion mit allgemeiner Anschrift geschrieben (zum Beispiel: Sehr geehrte Damen und Herren) sofern man die Redaktorin oder den Redaktor nicht mit Namen kennt.

Weisen Sie in ein bis drei Sätzen auf das Besondere, Bedeutungsvolle, Aktuelle Ihrer Medienmitteilung hin.

Absender mit E-Mail-Adresse, Telefon-, Fax- und Handynummer nicht vergessen.

### Übermittlung

Klären Sie ab, welche Übermittlungsart gewünscht wird, E-Mail, Fax oder Briefpost.

Bei Übermittlung per E-Mail: Welches Dateiformat wird gewünscht?

## **Titel**

Griffig und richtig, anregend und knapp sollten Überschriften formuliert werden. So einfach diese Postulate lauten, so schwierig sind sie umzusetzen. Hat man beispielsweise einen pfiffigen Titel gefunden, trifft er den Inhalt nicht genau; stimmt der Inhalt, ist der Titel zu lang(weilig). Doch das Feilen am Titel lohnt sich. Davon hängt es auch ab, ob der Artikel gelesen wird.

## **Tipps**

### **Die Aussagen im Titel sind meistens im Präsens formuliert**

Gewerkschaftsbund kritisiert Lohnpolitik der Unternehmer

### **Gemässiger Telegrammstil erlaubt**

Frei mangels Beweisen / Rauere Zeiten für die Schweiz

### **Nicht alles verraten**

Dahinter lauert der Tod / Stoff für einen Konflikt mit den Russen

### **Doppelpunkttitle: Retter in Platznot**

Drogen in der Armee: Neue Richtlinien / Euro: Greenspan lobt und warnt

### **Fragen wecken Neugier**

Was treibt Krankenkassenprämien in die Höhe? Werden unsere Löhne bald in Euro bezahlt?

### **Kontraste schaffen Spannung**

Haute Couture neben dem Miststock / Vereinte Nationen – geteilt

### **Pointierte Zitate**

«Hier herrscht totale Anarchie» / «Der Fund ist ein Wunder»

### **Verfremdung, Anspielung**

Er schmückt sich mit fremden Federn / Don Schawinski im Kampf mit den Windmühlen

### **Alliterationen**

Milch macht müde Männer munter / Bündner Bonzen betteln

### **Wortspiele und bildhafte Ausdrücke für Titeltüftler**

Ein zerbrochener Schädel bereitet Kopfschmerzen / Langfinger lebt auf grossem Fuss

In manchen Zeitungen wird ein Ober- oder Untertitel beigefügt. Damit lassen sich bildhafte, plakative Aussagen des Haupttitels präzisieren und zuordnen.

### **Wichtig:**

- Im Titel keine falschen Versprechungen machen.
- Keine falschen Fährten legen.

## **Attraktiv und verständlich schreiben**

### **Klarheit**

Verständliche Wörter.

Unvertraute Abkürzungen vermeiden.

Einfache Sätze.

### **Ordnung**

Linearer, logischer Aufbau.

Klare Perspektive.

Gliederungshilfe (Absätze, Zwischentitel).

### **Prägnanz**

Wenig Hauptaussagen.

Nicht zu viele Einzelheiten.

Kurz und bündig.

### **Anregung**

Menschen handeln lassen, direkte Rede.

Beispiele, Vergleiche, bildhafte Wendungen.

Kontraste.

Sprachlich visualisieren (z.B.: «Stellen Sie sich vor...»)

## Medienformen

### **Mitteilung Communique Nachricht**

Kürzeste Meldung über einen Sachverhalt.  
Sachbezogen, aktuell, von allgemeinem Interesse.  
Nüchterne, funktionale Nachrichtensprache.  
Gestaltung: 1-spaltig, meist ohne Lead in spezieller Schriftart.

### **Lead-Vorspann**

Fasst zu Beginn eines langen Artikels die wichtigsten Fakten zusammen.  
Orientiert über den Anlass / Aufhänger.  
Soll zum Weiterlesen animieren.  
Eigene Schriftart setzt das Lead vom Lauftext ab.  
Länge: 4 bis 8 Zeilen.

### **Bericht**

Längere Mitteilungsform.  
Ein Bericht schürft tiefer, er gibt Raum für: Hintergründe, Vorgeschichte, Beschreibungen, Entwicklungen, verschiedene Standpunkte und so weiter.  
Sprache: Sachbezogen, weniger nüchtern als bei der Mitteilung, schildernde Elemente oder wertende Aussagen in Zitaten möglich.  
Gestaltung: Lead in eigener Schriftart, Zwischentitel, mehrspaltig.

### **Illustration**

Wichtiger Blickfang.  
Verschiedene Formen: Fotografien, Infografiken, Karikaturen.  
Tipps für Fotografien: Nahe ans Objekt, im Idealfall Bild nicht stellen.  
Digitale Form: Illustration digitalisieren, im Internet oder auf CD-ROM zur Verfügung stellen (nicht vergessen: Bildbeschreibung, Legende, Quellenangabe).  
Analoge Form: Idealformat 13x18, Foto auf Rückseite beschriften, Legende auf Rückseite kleben, Quelle nicht vergessen.

### **Bildnachricht**

Bild mit kurzem Nachrichtentext (maximal ¼ der Bildhöhe).