

AUFBAU EINES GUTEN STATEMENTS

Gehen Sie nach der **5-Satz Methode** vor:

- Beziehen Sie eine **klare Position** oder formulieren einen eindeutigen Einstiegssatz (Warum spreche ich?)
- Formulieren Sie Ihre **erste Botschaft** (Was ist?)
- Formulieren Sie Ihre **zweite Botschaft** (Was müsste sein?)
- Formulieren Sie Ihre **dritte Botschaft** (Wie lässt sich das erreichen?)
- Ziehen Sie ein **klares Fazit** (zum Beispiel eine Aufforderung zum Handeln)

Als Gedankenstütze für Ihren Einstiegssatz kann der sogenannte Küchenzuruf dienen. Henri Nannen (1913–1996), Gründer und Verleger des Stern, definierte diesen so: Ein Mann sitzt im Wohnzimmer und liest Zeitung. Seine Frau kocht gerade in der Küche. Nach der Lektüre eines Artikels ruft er ihr zu: „Mensch Grete, die in Bonn spinnen komplett! Die wollen schon wieder die Steuern erhöhen!“ Er ruft nicht: „Grete, die Sonne schien heute schön, die Politiker haben viele Reden im Bundestag gehalten und in Bonn war Wochenmarkt. Später fand sich dann eine Mehrheit, der die Steuern bei weitem zu niedrig erschien. Schlussendlich kamen sie auf die Idee, diese zu erhöhen.“

AUFBAU EINER GUTEN PRESSEMITTEILUNG

Nutzen Sie auch hier den Gedanken des Küchenzurufs. Schreiben Sie so:

1. Die Neuigkeit am Anfang
2. Hauptsätze, Hauptsätze, Hauptsätze
3. Aktiv statt Passiv

Steigen Sie ohne Umwege direkt in das Thema ein. Bieten Sie unbedingt eine Neuigkeit, die spannend ist. Haben Sie *keine* echte Neuigkeit, schreiben Sie *keine* Pressemitteilung.

Machen Sie *keine* Werbung – dafür sind Journalisten nicht die richtigen Empfänger. Nehmen Sie immer auch einen Perspektivwechsel ein. Stellen Sie den Journalisten in den Mittelpunkt: Was findet der interessant? Denken Sie daran: Zuhörer und Leser wollen unterhalten werden! Langweilen Sie nicht, weder mit zu vielen Hintergrundinformationen, noch mit irrelevanten Details.