



# PRESSEARBEIT LEICHT GEMACHT!



Der gute Text



Das gute Bild



Neue Medien

## WIE SCHREIBE ICH EINE GUTE PRESSEMITTEILUNG?

### Wer-Was-Wann-Wo-Wie-Warum? Antworten auf die wichtigsten Fragen

Der gute Presstext beantwortet die wichtigsten Fragen:

**Wer** ist der Veranstalter?

**Was** wird zu sehen/hören sein?

**Wann** findet das Ereignis statt?

**Wo** gibt es was zu erleben?

**Wie** ist das Projekt zustande gekommen?

**Warum** soll der Leser sich dahin begeben?

### Das Wichtigste zuerst

Am Anfang der Pressemitteilung soll stehen, was neu, spannend oder interessant ist. So wird das Interesse des Lesers geweckt und man bekommt Lust weiterzulesen.

### Kurz und prägnant

Schreibe kurze Sätze. Begrenze Dich auf das Wesentliche. Schreibe für den Leser.

### An wen sende ich eine Pressemitteilung?

Verschaffe Dir einen Überblick über die Presselandschaft. Worüber schreiben die Zeitungen? Was berichten Radio und Fernsehen? Es gibt Unterschiede zwischen regionalen, überregionalen und etwa grenzüberschreitenden Medien.



Beurteile dann Dein Projekt. Für wen ist es relevant?

Die Kontaktdaten der Redaktionen findest Du auf unserer Homepage (siehe Link umseitig).

### In welcher Sprache?

Für Projekte und Veranstaltungen in der Kulturregion Sønderjylland-Schleswig sollte ein Text immer auf deutsch **und** dänisch verfasst werden. Oft ist es dabei besser, den Text inhaltlich anzupassen, statt wörtlich zu übersetzen.

Schlechte Übersetzungen hinterlassen einen unprofessionellen Eindruck des Projekts.

Ist Dein Vorhaben auch interessant für ein internationales Publikum, denke auch an eine englische Version.

### In welcher Form versende ich die Pressemitteilung?

Die meisten Redaktionen bevorzugen Pressemitteilungen im Anhang einer E-Mail. Unbedingt ein Format wie Word oder Adobe PDF



## WAS SONST NOCH ZU BEACHTEN IST



verwenden. Außer Überschriften sollte der Text keine Formatierungen beinhalten. Fotos als gesonderten Anhang mitschicken.

Ein Teaser - oder bei kurzen Pressemitteilungen der gesamte Text - kann gerne in der eigentlichen E-mail verschickt werden.

Ansprechpartner (Tel./E-Mail) für Rückfragen nicht vergessen! Falls vorhanden, auch eine Internet-Adresse.

### Das gute Foto

Fotos für Printmedien sollten mindestens 2.000 Pixel in der Breite messen und eine Auflösung von 300 dpi haben.

Fotos für Online-Medien (z.B. Kulturfokus.de) sollten mindestens 800 Pixel in der Breite messen. Eine Auflösung von 72 dpi ist dabei ausreichend.

Versichere Dich, dass die Fotos veröffentlicht werden dürfen.

Mehr darüber, wie man gute Fotos macht, findest Du auf unserer Homepage (siehe Link umseitig).



### Welche Medien kann ich erreichen?

- Tagespresse (Print)
- Wochenblätter (Print) - **Deadline beachten!**
- Magazine (Print) - **Deadline beachten!**
- Kulturkalender (Print/online) - **Nur Kurzfassung des Textes!**
- Fernsehen und Radio (lokal, regional, überregional)

### Welche PR-Möglichkeiten kann ich noch nutzen?

#### Pressekonferenzen:

Machen nur bei großen Veranstaltungen Sinn. Pressekonferenzen sind eher auf deutscher Seite üblich.

#### Anzeigen:

Werden öfter in Dänemark erwartet, und die Anzeigekosten sind da auch deutlich niedriger.

#### Flyer/Handzettel:

Farbdruck und unkonventionelle Formate sind auffälliger, aber auch teurer. Überlege Dir, wo und wie sie verteilt/aufgelegt werden sollen. Postkarten können attraktive Alternativen zu Flyern sein.

#### Poster/Plakate:

Große Formate fallen ins Auge, können aber schwer abzusetzen sein. Oft werden nur noch Plakate im Format A4 oder A3 angenommen.



## NEUE MEDIEN/KONTAKT

### Neue Medien

*Facebook* ist eine breit akzeptierte soziale Plattform. News und Bilder können leicht geteilt werden. Siehe z.B. [facebook.com/kulturfokus](https://facebook.com/kulturfokus).

*Twitter* eignet sich für Updates im Telegramm-Stil (140 Zeichen). Es muss aber zuerst ein Publikum von Followern aufgebaut werden.

*Instagram* lässt sich mit Facebook und/oder Twitter kombinieren. Mit Filtern können Handy-Bilder kreativ bearbeitet werden.

*LinkedIn/XING* sind vorwiegend Berufsnetzwerke. Auf beiden Plattformen gibt es aber auch Gruppen für Freizeitinteressen.



### Was finde ich auf [www.kulturfokus.de](http://www.kulturfokus.de)

Tipps und Hinweise für Veranstalter und Kulturakteure findest Du im Bereich **Fachinformation**:

Ausführliche Tipps für Kulturinteressierte

Wie schreibe ich eine gute Pressemitteilung

Der kleine Fotokurs – mit Videoanleitung zum guten Foto

Presseadressen in Deutschland  
Presseadressen in Dänemark

### Kulturkalender

Im digitalen Kulturkalender kannst Du Dir einen Überblick über alle Veranstaltungen in der Region verschaffen, und selber Deine Veranstaltung eingeben.

Außerdem kann man Kulturnews lesen und sich Videos über Kulturprojekte ansehen.



KulturDialog wird finanziert mit Unterstützung der regionalen Partner, des dänischen Kulturministeriums, dem Ministerium für Justiz, Kultur und Europa des Landes Schleswig-Holstein und des INTERREG 4A-Programms Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. der Europäischen Union.



## Kulturregion Sønderjylland-Schleswig

### KulturDialog

Regionskontor & Infocenter  
Lyren 1  
DK-6360 Padborg  
Tel.: +45 74 67 05 01  
[kulturdial@region.dk](mailto:kulturdial@region.dk)



[www.kulturfokus.dk|.de](http://www.kulturfokus.dk|.de)