

## TIPPS FÜR DIE PRESSEARBEIT

Bonn, 21.10.2014

1 von 3

### **Machen Sie Ihren Erfolg in den Medien bekannt und profitieren Sie von der positiven Resonanz der Leserinnen und Leser!**

Ihre Einrichtung bringt den Kindern Natur und Umwelt nahe? Sie engagieren sich für eine gesunde Ernährung und lassen die Kinder am Wachsen und Werden in Ihrem Garten teilnehmen? Sie sind Teil des Netzwerks „Kinder-Garten im Kindergarten – Gemeinsam Vielfalt entdecken!“?

Ein toller Erfolg, von dem auch andere erfahren sollten. Die meisten lokalen und regionalen Medien berichten gerne darüber, sofern man sie entsprechend informiert. Wir haben für Sie die wichtigsten Tipps für eine erfolgreiche Presse- und Medienarbeit zusammengestellt.

Die Reihe beginnt mit dem Thema „Pressemitteilung schreiben“ (siehe nächste Seite) und wird monatlich erweitert.

#### **Die TIPP-Themen auf einen Blick:**

1. **Pressemitteilung schreiben** (jetzt)
2. Pressemitteilung verbreiten (erscheint Ende November 2014)
3. Pressevertreter einladen (erscheint Ende Dezember 2014)
4. Internetpräsenz optimieren (erscheint Ende Januar 2015)
5. Veranstaltungen organisieren (erscheint Ende Februar 2015)

## TIPP 1: PRESSEMITTEILUNGEN SCHREIBEN. In 5 Schritten zur optimalen Pressemeldung

2 von 3

### 1. Mit interessanten Inhalten und zentraler Botschaft Aufmerksamkeit erregen

Die Informationsflut in den Medien ist hoch; das gilt auch für die lokalen/regionalen Medien im Umkreis der Kindergärten. Die meisten Leserinnen und Leser überfliegen nur die Überschriften und lesen nur dann weiter, wenn ein Artikel sie wirklich interessiert. Aber wann ist das der Fall? Zum Beispiel wenn das Thema aktuell und der Informationsgehalt der Mitteilung hoch ist, etwa, weil es viele Leute im Ort betrifft, weil die Folgen für Familien mit kleinen Kindern gewichtig sind, weil es Konflikte mit der kommunalen Politik gibt. Außerdem bestimmen Dramatik, Prominenz oder Kuriosität den Aufmerksamkeitswert einer Pressemitteilung (PM). Ganz wichtig zudem: eine griffige und aussagekräftige Überschrift und ggf. Unterüberschrift, in der bereits die zentrale Botschaft der PM enthalten ist.

### 2. Mit sachlichen Informationen und klaren Formulierungen punkten

Pressemitteilungen sind sachliche Informationen; rein werbliche oder sonst wie selbstlobende Texte sind dagegen wenig erfolgsversprechend. Darüber hinaus ist der Sprachstil wichtig. Der Presstext wird grundsätzlich in Präsenz, also der Gegenwartsform, geschrieben. Ebenso sollte die Nachricht in der 3. Person verfasst werden (nicht „Wir weihen unser neues Hochbeet ein.“, sondern besser „Die KiTA Spatzennest ...“). Ebenso ist verständliches Formulieren bedeutend. Vermeiden Sie Fremdwörter, erklären Sie Fachbegriffe und Abkürzungen. Auch Füllwörter wie „eigentlich“, „irgendwann“, „möglicherweise“, „wahrscheinlich“ oder „sicherlich“ sind nicht gut. Schreiben Sie kurze Sätze, vermeiden Sie Wertungen und streichen Sie Wiederholungen.

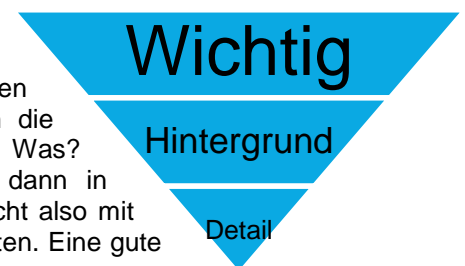
### 3. Aufbauprinzip „Das Wichtigste zuerst“

Eine Pressemitteilung schreiben folgt dem Prinzip der umgekehrten Pyramide. Das bedeutet: Aufmachung und der erste Absatz sollten die wichtigsten Fakten enthalten und die W-Fragen beantworten: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?. Die folgenden Informationen werden dann in absteigender Wichtigkeit angeordnet. Grundsätzlich beginnt die Nachricht also mit der Hauptaussage, dann folgen Hintergrundinformationen und Einzelheiten. Eine gute Pressemitteilung besteht aus:

- Ort und Datum
- einem aussagefähigen Titel (zentrale Botschaft) ggf. einem Untertitel
- einem Einführungstext (Teaser) mit den wichtigsten Inhalten in 2-3 Sätzen
- dem eigentlichen Presstext (Body) in 3-5 Absätzen – max. 1 Seite
- einem Abbinder (Boilerplate) mit den wichtigsten Netzwerkinformationen und den Kontaktinformationen mit Angabe einer Ansprechperson.

### 4. Bilder und Zitate sprechen lassen

Bilder sind eine schöne Möglichkeit, um eine Nachricht visuell abzurunden. Wichtig dabei sind eine gute Bildqualität und aussagekräftige Bildunterschriften. Zitate sind ebenso ein wichtiger Bestandteil einer Pressemitteilung. Sie sind Ausdruck von



persönlichen Meinungen und hauchen so einer Nachricht Leben ein. Sie sollten ausdrucksstark sein und Neuigkeitswert besitzen. Leere Floskeln, die den Inhalt der Pressemeldung nur noch einmal wiedergeben, sind dagegen weniger interessant.

### 5. Nutzen Sie die Zugehörigkeit zum Netzwerk

Nutzen Sie die Zugehörigkeit zum Netzwerk „Kinder-Garten im Kindergarten – Gemeinsam Vielfalt entdecken“ für Ihre Kommunikation! Denn: Ihre Zugehörigkeit ist eine Qualitätsauszeichnung. Es unterstreicht Ihr Engagement sich mit dem Thema Biologische Vielfalt auseinanderzusetzen und bereits die Kleinsten an Natur und Artenschutz heranzuführen. Das sollte auch in Ihrer Pressemitteilung erkennbar sein, indem:

- Sie das Netzwerk-Logo in Ihre Pressemitteilung einbauen ([Download hier](#)).
- Sie im Text auf Ihre Mitgliedschaft im Netzwerk verweisen (siehe exemplarischen Hintergrundtext unten).
- Sie die Internetadresse [www.kinder-garten.de](http://www.kinder-garten.de) angeben.

Hängen Sie eine kurze Erklärung über das Kindergarten-Netzwerk als obligatorische „Hintergrund-Information“ an das Ende Ihrer Pressemitteilung, ggf. als zweite Seite; z.B. so:

#### Hintergrund:

Das Projekt "Kinder-Garten im Kindergarten – Gemeinsam Vielfalt entdecken" will schon die Kleinsten für Natur und Artenschutz begeistern. Dafür wurde ein bundesweites Netzwerk von 200 Kindergärten aufgebaut. Für dieses Netzwerk ist auch die Kita *Musterkita in Musterstadt* [Name und Ort einfügen] ausgewählt worden.

Die Netzwerk-Kindergärten sind Botschafter für mehr biologische Vielfalt im Kindergarten-Alltag – nach innen und außen. Sie tauschen Wissen und Erfahrung aus, etwa in regelmäßigen Workshops zu den Themen Garten, Naturerfahrungen und Ernährung. Die Presse- und Medienarbeit weckt zudem bei der interessierten Öffentlichkeit mehr Bewusstsein für biologische Vielfalt.

Das Projekt wird im Rahmen des Bundesprogramms Biologische Vielfalt vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) mit Mitteln des Bundesumweltministeriums (BMUB) gefördert. Projektträger ist das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL).

Alle Informationen: [www.kinder-garten.de](http://www.kinder-garten.de)

#### Zum Schluss ein schönes Beispiel für eine vorbildliche Pressearbeit:

Klicken Sie mal hier rein: Familienzentrum St. Nikolaus in Nieheim anlässlich eines Workshop-Treffens im September 2014:

[http://www.nw-news.de/owl/kreis\\_hoexter/nieheim/nieheim/11244953\\_Ein\\_Garten\\_im\\_Kindergarten.html](http://www.nw-news.de/owl/kreis_hoexter/nieheim/nieheim/11244953_Ein_Garten_im_Kindergarten.html)

#### Unterstützung und weitere Informationen erhalten Sie bei m&p: public relations:

Ansprechpartnerinnen: Karin Wilhelm (-44), Kathrin Billgen (-46)  
Telefon zentral: 0228 4100 28-3  
Netzwerk-E-Mail: [presse@kinder-garten.de](mailto:presse@kinder-garten.de)