

Leitfaden Pressemitteilung für die Institutionen

Stiftungen sind aufgrund ihrer besonderen rechtlichen Situation zur Leistung eines gesellschaftlichen Beitrages verpflichtet. Daher hat die Öffentlichkeit ein Recht darauf, über die Stiftungsarbeit informiert zu werden – auch über das „FitZ“-Projekt, das die Sparkassenstiftung Zukunft für die Stadt Rosenheim mit initiiert hat.

Denn:

- Wie und ob man von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, kann man selbst beeinflussen!
- Die öffentliche Wahrnehmung und der Bekanntheitsgrad erleichtern es enorm, weitere Förderer oder Sponsoren zu finden.

Ein wichtiges Mittel ist die **Pressemitteilung mit Bild**. Hier finden Sie einige Tipps, was da zu beachten ist:

1) **Das Besondere und Aktuelle**

Eine Pressemitteilung informiert über etwas Neues, Interessantes, Brisantes. Stellen Sie den **Kern Ihrer Botschaft**, der die Öffentlichkeit interessiert, in den Mittelpunkt - und an den Anfang. Die Sparkassenstiftung Zukunft für die Stadt Rosenheim hat Sie bei der Finanzierung Ihres Projekts unterstützt. Setzen Sie möglichst an den Anfang Ihrer Meldung „gefördert von der Sparkassenstiftung Zukunft für die Stadt Rosenheim“.

2) **Wichtig: Antwort geben auf die 5 W-Fragen**

Um den Kern der Botschaft zu formulieren, beantworten Sie folgende Fragen gleich in den ersten 1-2 Sätzen: **Wer** hat **was wann wo, wie** und **warum** getan, *bzw.* **Was** hat sich **wann, wo, wie** und **warum ereignet**? Bitte beachten Sie dabei:

- Die wichtigsten Personen mit Vorname, Nachname, Funktionsbezeichnung nennen. Bei Gruppen von Kindergarten- oder Schulkindern Name der Einrichtung, bzw. Klasse nennen. Bitte nennen Sie auch (i.e.) die Zahl der beteiligten Kinder.
- Schreiben Sie in der dritten Person.
- **Wo?** Gerade für die Lokalberichterstattung sind Ortsmarken wichtig.
- **Warum?** Erklären Sie kurz die Hintergründe. Dazu zählt auch die Botschaft, die Sie und ggf. Ihre Partner persönlich transportieren wollen, z.B. Motivationen und Beweggründe für ein Ereignis. Bei einer FitZ-Veranstaltung ist es interessant, welche Bereiche gefördert wurden und warum sich das, was die Kinder in dem Kurs, Workshop, Ausflug ... gemacht haben, so gut eignet. Diese Fragen kann in der Regel auch der Kursleiter/ externe Anbieter sehr gut beantworten.

3) **Umfang: 1-2 DIN A4-Seiten**

- Eine Pressemitteilung sollte in der Regel eine oder höchstens zwei Seiten lang sein.
- **Hinweis:** Bitte keine Fremdwörter und Abkürzungen, Aktiv statt Passiv, kurze Sätze!

4) **Fotos!**

- Liefern Sie Fotos, die „Geschichten erzählen“: Die abgebildeten Personen tun am besten etwas.
- Qualität: nicht unscharf oder verwackelt; Größe: 1 MB (300 dpi)
- Einverständniserklärung der Abgebildeten muss vorliegen (Eltern!)
- Bildunterschrift, die die abgebildeten Personen von links mit Vor- und Nachname sowie Funktion beschreibt. Fotografen/ Einrichtung nennen, der die Bilder idealerweise zur freien und kostenlosen Verwendung bereitstellt.

5) **Journalisten wollen Emotionen ☺**

Leser, Hörer, Zuschauer und Internet-User interessiert „Menschliches“. Sie wollen mitfühlen, fragen sich, inwiefern sie selbst betroffen sind oder welchen Nutzen sie selbst haben. Gehen Sie darauf ein! Schön sind auch Zitate spontane Äußerungen von Kindern.

VIELEN DANK FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT!