

## Beispiel-Pressemitteilung

1 Pressemitteilung vom Weltladen Musterstadt:

→ **Inhalt / Betreff**

2 **Fairer Handel muss näher zu den Menschen vor Ort**

→ **kurze & aktive Überschrift**, unter 70 Zeichen

3 **Weltladen sucht neues Ladenlokal in der Innenstadt von Musterstadt**

→ **Unterzeile** informiert sachlich

4 **Der Weltladen im Musterviertel plant den Fairen Handel noch weiter in die Innenstadt zu bringen. Jetzt werden Tipps und Angebote für ein Ladenlokal ab 40qm Verkaufsfläche gesucht.**

→ **Der 1. Absatz:**

- *Wer?* Weltladen
- *Was?* Ladenlokal gesucht
- *Wo?* Innenstadt
- *Warum?* Fairen Handel ausweiten
- *Wann?* jetzt
- *Wie?* Tipps & Angebote melden

5 Nachdem der Weltladen viele Jahre ein kleines Geschäft im Musterviertel hatte, suchen die Betreiber jetzt eine Ladenfläche in der Innenstadt. „Leider erreichen wir durch die versteckte Lage nur sehr wenige Menschen in Musterstadt“, sagt Maria Mustermann, die schon lange in der Gruppe ehrenamtlich aktiv ist. Der Traum von einem eigenen Ladenlokal in der Innenstadt ist nicht neu. Gesucht wird dazu ein Geschäft ab 40qm Verkaufsfläche mit Lagerraum und Sanitärbereich in der Innenstadt von Musterstadt. Wer der Gruppe bei der Idee unter die Arme greifen möchte oder selbst eine Immobilie anbietet, kann sich bei Maria Mustermann unter [maria@mustermann.de](mailto:maria@mustermann.de) melden.

→ **Fließtext:**

- nähere Umstände & Einzelheiten
- Zitate
- von unten zu kürzen

Der Anstoß für den jetzt geplanten Umzug war die Mitarbeit vom Weltladen-Team bei der Landesgartenschau in Musterstadt. „Das tolle Engagement unserer Gruppe und die Begeisterung der Besucher hat uns gezeigt was möglich ist. So haben wir auch gleich ein paar neue Mitstreiter für unsere Gruppe gewinnen können“, sagt Maria Mustermann. Diese Begeisterung möchte das Team nun mitnehmen und seinen Wirkungsbereich vergrößern. Neben dem Verkauf von fairen Produkten soll es im neuen Laden auch kleine Veranstaltungen und einige Bildungsangebote geben. Denn die Produkte, die von der Gruppe verkauft werden, sind alle fair gehandelt. Sie zeigen so, wie der eigene Einkauf ohne Ausbeutung der Produzenten möglich ist.

→ **insgesamt bis hier** 1.500 - max. 3.000 Zeichen (*hier 1.700*)

→ **Ist die Pressemitteilung medienrelevant?**

- *Aktuell?* Ja, suchen jetzt!
- *Bedeutend?* Fairen Handel stärken!
- *Hier relevant?* Ja, Weltladen in Musterstadt!
- *Menschlicher Aspekt?* Team freut sich!
- *bekannte Person?* -

6 **Pressekontakt:** Maria Mustermann, Vorsitzende des Vereins,

Mail: [maria@mustermann.de](mailto:maria@mustermann.de), Tel.: 02841/ 1234

→ **Ansprechperson für Presse**

**Bilder:** Unter [www.weltladen-musterstadt.de/presse](http://www.weltladen-musterstadt.de/presse) finden Sie frei nutzbare Bilder, die unseren Vorstand zeigen (v.l.n.r. Maria Mustermann, Max Mustermann, Henriette Mustermann)

→ **Bilder** (inkl. Beschreibung & Verwendungshinweis)

7 Der **Weltladen Musterstadt** setzt sich seit vierzig Jahren ehrenamtlich für mehr Gerechtigkeit im Welthandel ein. Alle Produkte, die von der Gruppe verkauft werden, sind fair gehandelt und zeigen, wie Armutsbekämpfung durch Handel möglich ist. Mehr Infos unter: [www.weltladen-musterstadt.de](http://www.weltladen-musterstadt.de)

→ **Infos zum Absender**

- kurze Beschreibung
- Link zu mehr Infos

## Arbeitsblatt Pressemitteilung

Bevor Ihr mit dem Schreiben der Pressemitteilung loslegt, macht es Sinn, sich zu überlegen, ob bzw. was an eurem Thema medienrelevant ist. Versucht dazu möglichst viele der folgenden Fragen zu beantworten.

### Das Thema Eurer Pressemitteilung ...

ist <b>aktuell</b> , weil...	
ist <b>bedeutend</b> , weil...	
ist vor Ort <b>relevant</b> , weil ...	
hat einen <b>menschlichen Aspekt</b> , weil ...	
handelt von einer <b>bekannten Person</b> , weil...	

### Nun geht es an das Schreiben der eigentlichen Pressemitteilung.

Das folgende Schema soll euch helfen den richtigen Aufbau zu wählen.

<b>1</b> <b>Betreff</b> der E-Mail	
<b>2</b> <b>Überschrift</b>   kurz & aktiv, unter 70 Zeichen	
<b>3</b> <b>Unterüberschrift</b> informiert sachlich	
<b>4</b> <b>Der erste Absatz</b> Wer? Was? Wo? Warum? Wann? Wie?	
<b>5</b> <b>Fließtext</b> nähere Umstände & Einzelheiten, Zitate	
<b>6</b> <b>Ansprechperson für Presse &amp; Bilder</b> Name, Kontaktinfos, ggf. Erreichbarkeit / Bildbeschreibung & Verwendungshinweis	
<b>7</b> <b>Infos zum Absender</b> kurze Beschreibung des Weltladens mit Link	