

Pressemitteilungen verfassen

Pressemitteilungen erlauben, eine offizielle Erklärung abzugeben, Informationen oder Ankündigungen einem allgemeinen Publikum über die Medien zugänglich zu machen. Obwohl es ein traditionelles Werkzeug ist, können Pressemitteilungen sehr effektiv als Teil einer abgerundeten Public-Relations-Strategie zur Verbreitung von Informationen bezüglich Ergotherapie sein.

Hier sind die besten Tipps zur Erstellung einer ausgefeilten Pressemitteilung:

Beurteilen Sie, ob etwas berichtenswert ist.

Neuigkeiten sorgfältig auswählen: Bedenken Sie, was gute Neuigkeiten ausmacht. Es gibt viele Faktoren abzuwägen, bevor Sie sich entscheiden, einen bestimmten Artikel zu veröffentlichen, wie:

Relevanz: In welcher Weise ist die Neuigkeit sachdienlich und wichtig für die Ergotherapie, Ihren Verband oder seine Mitglieder?

Signifikanz: Je mehr Menschen Ihre Neuigkeit beeinflusst oder betrifft, umso eher wird sie gelesen. Verdeutlicht der Artikel ein größeres Problem/Thema oder eine umfassendere gesellschaftliche Situation?

Timing: Ein Artikel muss aktuell sein oder einen neuen Gesichtspunkt beinhalten, um als „Neuigkeit“ angesehen werden zu können.

Bedeutung für die Menschen: Artikel von allgemeinem Interesse müssen nicht so zeitnah sein und keine Auswirkungen auf eine große Zahl von Menschen haben. Es spielt auch keine Rolle, wo in der Welt sich die Begebenheit abspielt.

Prominenz: Betrifft Ihre Neuigkeit eine bekannte Person oder Institution?

Erste/r sein: Die Medien sind oft interessiert an allerneuesten Berichten. Wenn Sie einen legitimen Anspruch auf Innovation haben, sollte dies das Herzstück ihrer Präsentation sein.

Erstellen Sie ihre Pressemitteilung

Fragen beantworten: Bringen Sie Informationen um das was, wann, warum, wo, wer und wie zu beantworten.

Einen attraktiven Titel wählen: Ihr Titel sollte knapp, prägnant und kraftvoll sein – mit nicht mehr als 80 Buchstaben. Er ist das Element, das die Leser entweder anzieht oder dazu bringt, Ihre Arbeit zu löschen und zum nächsten Punkt in ihrem Posteingang zu gehen.

Fakten klar darstellen: Präsentieren Sie Ihre Fakten in einem prägnanten Einführungsabsatz.

Visualisieren: Bilder können helfen, Ihren Artikel darzustellen und das Ergebnis einer Pressekampagne erheblich verbessern. Das Einfügen von Videos und Bildern bedeutet, dass Ihr

Public-Relations-Material 3,5mal wahrscheinlicher gelesen wird. Erwägen Sie, Ihre Neuigkeiten in eine Infografik für statistische Überprüfungen, Umfrage-Ergebnisse, Nachrichten-Vergleiche und als Gegenstand für ein multilinguales Publikum zu konvertieren.

Zitate verwenden: Gedanken oder Meinungen von Führungspersonen oder für Ihren Artikel wichtigen Persönlichkeiten bringen wesentliche Legitimität und ein menschliches Element in Ihren Artikel ein. Schreiben Sie Ihre Zitate im Gesprächsstil und frei von Fachausdrücken.

An die naheliegenden Dinge denken: Vergessen Sie nicht auf die Angaben und Kontaktdaten Ihrer Organisation.

Alles für die Leser ausschreiben: Wir alle lieben Abkürzungen, aber denken Sie daran, dass nicht jeder weiß, wie Ihre Organisation heißt oder was andere Abkürzungen in der Ergotherapie bedeuten.

Senden, andere teilhaben lassen, Kontakte knüpfen

Die Kontakte mit an Bord holen: Senden Sie Ihre Veröffentlichung an eine sorgfältig ausgewählte Kontaktliste. Ihre Kontakte bieten Ihnen einen großartigen Pool von Menschen, die wiederum Kollegen, Studenten und Fachleute an der Nachricht teilhaben lassen können -- machen Sie das Beste daraus. Bauen Sie eine Datenbank auf und fügen Sie fortlaufend neue Kontakte hinzu.

Die Kontakte ausweiten: Ihre Kontakte sollten nicht nur Berufskollegen und –angehörige einschließen, sondern auch Journalisten, die in den entsprechenden Fachgebieten, Handels /Industrie-Zeitschriften und Publikationen arbeiten, prominente Blogger auf diesem Gebiet und viele mehr.

Mit Ihren Organisationen zusammenarbeiten: Bitten Sie die Mitgliedsorganisationen Ihre Neuigkeiten zu verbreiten. Die Entwicklung von Beziehungen zu Partnerorganisationen über soziale Netzwerke und gegenseitige Veröffentlichungen kann sehr gewinnbringend sein.

Verbreitung auf allen möglichen sozialen Netzwerken: Seien Sie kontaktfreudig – gehen Sie online und finden Sie heraus, wer dort draußen interessiert sein könnte, und senden Sie ihm Ihre Neuigkeiten zu.

Die Pressemitteilung weiterbearbeiten: Nennen Sie eine Person für Anfragen. Gewährleisten Sie, dass Sie erreichbar sind, zu antworten und mit den Kontaktpersonen weiterzuarbeiten, wenn diese Fragen haben oder zusätzliche Informationen brauchen.

Übersetzung:

Herta Dangl, ehemalige WFOT Delegierte, Deutschland

Maria Feiler, ehemalige WFOT Delegierte, Österreich

Esther Rothenberger, Schweiz

Mai 2020