

Der Presseverteiler

Grundlage für die gezielte Verbreitung Ihrer Pressemitteilungen!

Der **Presseverteiler** ist das Basisinstrument einer gut funktionierenden Öffentlichkeitsarbeit. Er garantiert die optimale Versorgung externer Medien mit Informationen über den Verein.

Der zielgerichtete Versand von Informationen an die Presse ist das A&O der Pressearbeit! Ein Presseverteiler sollte alle für den Verein relevanten [Medien/Publikationen](#) bzw. Redakteure, Blogger, Journalisten erfassen. Vor der Erstellung eines Presseverteilers muss sich der Verein darüber im Klaren sein, mit wem er kommunizieren möchte. Seien Sie sich bewusst, dass die Erstellung eines Presseverteilers zeitaufwendig ist. Aber es lohnt sich!

In einem Presseverteiler werden zusammengestellt:

- Namen der Medien/Publikationen (Titel; ggf. mit Untertitel)
- Kontaktdaten (Adresse: Postfach und Hausanschrift, Internetadresse: URL)
- Ansprechpartner in den Redaktionen (Name, Vorname, Funktion/Stellung, ggf. Titel, Telefonnummer/n, E-Mail-Adresse, ggf. Faxnummer, Social Media-Adressen: XING, LinkedIn, Twitter etc.)
- Einteilung nach [Medienarten](#): Print (Zeitung, Zeitschrift), TV, Radio, Online, Social Media, Streaming-Dienste + Sonstige: Blogger, Influencer, Journalistenbüros, Nachrichtenagenturen, [Online-Presseportale](#)
- Einteilung nach Themen (z.B. Sport, Lokales)
- Weitere mögliche Selektionsmerkmale: Nutzerstruktur der Medien, Verbreitungsgebiet: Stadt, Kreis etc.
- Aktualisierungsstand (wann wurde die letzte Aktualisierung des Verteilers vorgenommen?)

Steht man mit mehreren Journalisten einer Redaktion in Kontakt, erhält jeder einen eigenen Datensatz.

Die oben genannten Bausteine eines Presseverteilers können ergänzt werden durch folgende Informationen. Dadurch wird der Verteiler noch detaillierter:

- Erscheinungsdatum und -frequenz des Mediums
- Auflage und Reichweite
- Redaktionsschlusszeiten

- Spezialthemen und Interessen des Redakteurs
- Geburtstag, Hobbys der Kontaktes
- Notizen/Sonstige Vermerke

Noch ein paar Praxistipps!

- Manche Industrie und Handelskammern (IHK) veröffentlichen auf ihren **Homepages Presseverteiler** (z.B. [IHK Bonn/Rhein-Sieg](#) und [IHK Magdeburg](#)). Diese helfen, sich einen ersten Überblick über die Medien im regionalen/lokalen Umfeld zu verschaffen.
- Auch der örtliche Stadt-/KreisSportbund und die für Pressearbeit zuständigen Mitarbeiter*innen der Landessportbünde und Landesfachverbände können beim Aufbau eines Presseverteilers helfen!
- Oft sind auf den Homepages von Kommunen Übersichten der lokalen Medien zu finden (z.B. [Stadt Neuss](#))
- Auch wenn Sie bei der Erstellung eines Presseverteilers auf die Expertise von IHK, Sportbund etc. zurückgreifen, sollten Sie auch immer einen persönlichen Kontakt mit den für Sie relevanten Medien aufbauen und pflegen!
- Übernehmen Sie niemals blindlings den Verteiler Ihres Vorgängers! Prüfen Sie den Presseverteiler auf Aktualität!
- Die kontinuierliche Pflege des Presseverteilers ist ein Muss!

Es gibt kostenpflichtige Presseverzeichnisse, die man bei der Erstellung eines Presseverteilers nutzen kann, wie die Mediendatenbanken [ZIMPEL](#) oder [STAMM](#)! Infos zu Adresslieferanten gibt es [hier](#).

Quellen:

Bild 1: Presseverteiler IHK Bonn

2019: [https://www.ihk-](https://www.ihk-bonn.de/fileadmin/dokumente/Downloads/Presse/Presseverteiler_Internet_2019.pdf)

[bonn.de/fileadmin/dokumente/Downloads/Presse/Presseverteiler_Internet_2019.pdf](https://www.ihk-bonn.de/fileadmin/dokumente/Downloads/Presse/Presseverteiler_Internet_2019.pdf)