

Wie schreibt man einen guten Presstext?

"Was immer du schreibst - schreibe kurz und sie werden es lesen, schreibe klar, und sie werden es verstehen, schreibe bildhaft und sie werden es im Gedächtnis behalten"

Joseph Pulitzer, amerikanischer Journalist und Verleger

Es gibt Musiker, die können schreiben, auch Presstexte. Dies ist aber nicht die Regel.

Presstexte von Musikern

Adressat von Presstexten sind Journalisten (und gelegentlich die Leser der Journalisten).

PT sollen Journalisten dazu bringen, die eigene Botschaft weiterzuerzählen. Auf der Seite der Journalisten gibt es hierfür zwei Motive:

1. Sie wissen, wovon die Rede ist und haben Interesse am Thema (selten).
In diesem Fall können PT als Informationsquelle und Basis für von den Journalisten selbst erstellte Geschichte und Texte nützlich sein.
2. Sie suchen einen Text, mit dem sie ein „Loch“ auf ihrer Seite füllen können (oft).
Häufig werden Presstexte dann direkt (oder nur leicht abgewandelt) in die Zeitung übernommen. Vor allem funktioniert das bei kleineren Texten, Ankündigungen von Konzerten oder CD-Veröffentlichungen. Es kann also sinnvoll sein, den Journalisten einen Presstext in kurzer (<800 Zeichen) UND längerer Form (bis zu 2500 Zeichen) zu senden. Faustregel: je bekannter ein Musiker ist, desto eher ist eine längere Version sinnvoll.

Aufbau von Presstexten

1. **Überschrift:** Sachlich. Was ist Thema?
Nicht das Datum (VÖ-Datum, Konzerttermin mit Ort und Uhrzeit) vergessen!
2. **Lead** (halte ich bei Musik i.d.R. nicht für nötig): Kurz und präzise. Die W-Fragen (Wer? Was? Wie? Weshalb? Wann? Wo?...)
3. **Hauptteil:** Präzise und richtig (W-Fragen, einige Angaben zur Person/den Personen: Alter, Werdegang, Ausbildung, Kollaborationen. Aber Vorsicht: bitte, bitte keine Namenslisten! Nicht jeder Hochschulbesuch ist ein Beweis, dass man mehr ist als ein Student, und nicht jeder Workshop ist schon eine Zusammenarbeit!)

Der Hauptteil darf bei Themen der Musik gerne von der reinen Lehre des Nachrichtenjournalismus abweichen. Es geht hier nicht nur um die Vermittlung reiner Information, sondern darum, den Adressaten etwas spüren zu lassen. Darum, einen Text mit Rhythmus und innerer Spannung zu schreiben, um eine Idee von der emotionalen Qualität dieser speziellen Musik zu vermitteln, von dem also, was individuell ist und anders als bei anderen.

So verschieden die Texte dann letztlich aussehen dürfen/müssen, gibt es einige stilistische Grundregeln, die helfen:

- ausdrucksstarke Verben in der Aktivform,
- keine Substantivierungen,
- ganz und gar gar keine Superlative
- gerne bildhafte Darstellungen.

4. Kontaktdaten

Tipps und Anleitungen

<http://www.deutsche-tageszeitungen.de/tipps-fuer-gute-presstexte/>

<http://magazin.phlow.de/text/pr-meldung-pressemeldung/>

http://www.goldmann.de/pressemitteilung-presstexte-schreiben_tipp_29.html

http://www.press2day.de/write/presstext_vorlage.html