

## P03 Pressemitteilungen

Prof. Dr. Annika Schach



# Pressemitteilungen

<b>Einleitung .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Die Pressemitteilung als zentrale Textsorte der Medienarbeit .....</b>	<b>6</b>
1.1 Definitionen und Funktionen von Pressemitteilungen.....	7
1.2 Das Unternehmen als Absender, die Redaktion als Empfänger .....	11
1.3 Verwandte Textsorten .....	13
<b>2. Themenfindung für Pressemitteilungen .....</b>	<b>16</b>
2.1 Kriterien für ein relevantes Thema.....	17
2.2 Anlässe finden und schaffen.....	19
<b>3. Aufbau einer Pressemitteilung .....</b>	<b>28</b>
3.1 Der schematische Aufbau .....	29
3.2 Die Überschrift/Headline.....	30
3.3 Einstieg/Vorspann.....	32
3.4 Der Hauptteil.....	34
3.5 Der Abbinder.....	35
3.6 Die Kontaktinformationen .....	36
<b>4. Sprache in Pressemitteilungen .....</b>	<b>39</b>
4.1. Sprachliche Grundlagen für Pressemitteilungen.....	40
4.2 Argumentativ vs. deskriptiv .....	42

4.3	Wortwahl und Syntax in einer Pressemitteilung .....	46
4.3.1	Hochwertwörter, Schlüsselwörter und Plastikwörter.....	47
4.3.2	Satzbau.....	51
4.4	Corporate Language/Unternehmenssprache.....	55
4.5	Der Schreibprozess .....	56
<b>5.</b>	<b>Der Versand von Pressemitteilungen .....</b>	<b>59</b>
5.1	Die Verteilererstellung.....	60
5.2	Bildmaterial und Info-Grafiken: Zusatzangebote zur Pressemitteilung .....	63
5.3	Der Versand.....	67
5.4	Online-Pressemitteilungen.....	68
<b>6.</b>	<b>Evaluation von Pressemitteilungen.....</b>	<b>72</b>

# Pressemitteilungen

## *Abkürzungsverzeichnis*

B2B Business-to-Business

BCC Blind Carbon Copy

BCC Carbon Copy

CSR Corporate Social Responsibility

dpa Deutsche Presse-Agentur

IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern

PR Public Relations

## ■ Einleitung

Wir werden in den folgenden Kapiteln den Weg zu einer erfolgreichen Pressemitteilung in sechs Schritten beschreiben. Dabei steht das Verfassen des eigentlichen Textes der Pressemitteilung im Zentrum. Es geht aber auch um eine Hinführung zu einer erfolgreichen Pressearbeit von der Themenfindung bis zur Evaluation, der Erfolgskontrolle Ihrer Arbeit. Die Reihenfolge dieser Schritte richtet sich im Wesentlichen nach dem chronologischen Ablauf eines Presseversands. Mit einer Reihe von Übungsaufgaben und Selbstkontrollaufgaben können Sie Ihr erworbenes Wissen überprüfen und anwenden. Denn auch beim Verfassen von Pressemitteilungen gilt: Übung macht den Meister.



## **Allgemeine Lernziele**

Nachdem Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben,

- wissen Sie die Textsorte „Pressemitteilung“ in den Kontext der Medienarbeit einzuordnen;
  - haben Sie Hilfestellungen erhalten für die Themenfindung einer Pressemitteilung;
  - kennen Sie den Aufbau und die Struktur einer solchen Textsorte;
  - wissen Sie, welche sprachlichen und stilistischen Merkmale eine gute Pressemitteilung hat;
  - können Sie Empfängergruppen und Zielmedien definieren und unterscheiden;
  - sind Sie in der Lage, eine gute Pressemitteilung zu verfassen und einen erfolgreichen Presseversand durchzuführen;
  - wissen Sie, wie eine kompetente Erfolgskontrolle und Aufbereitung aussehen.
-