AUFBAU VON PRESSEMITTEILUNGEN

- Ist auf den ersten Blick erkennbar, dass es sich um eine Pressemitteilung handelt?
- Verfügt die Pressemitteilung über ein Logo, eine Adresse, eine Orts- und Datumsangabe?
- Bringt die Überschrift die Botschaft auf den Punkt? Enthält sie eine Information, die neu ist?
- Beschränkt sich der Teaser auf zwei bis vier Sätze, die die W-Fragen beantworten?
- Ist die Pressemitteilung im Haupttext in einzelne Abschnitte unterteilt und gibt Informationen „vom Wichtigsten zum Unwichtigsten“?
- Sind Zwischentitel eingefügt?
- Beinhaltet der Haupttext ein Zitat?
- Steht ein Abbinder mit Hintergrundinformationen zum Unternehmen am Ende des Textes?
- Verfügt die Pressemitteilung über die Angabe eines Pressekontakts inkl. Ansprechperson, E-Mail-Adresse und Telefonnummer?
- Unterschreitet die Pressemitteilung (ohne Abbinder) 5.000 Zeichen?
- Ist die Pressemitteilung im Corporate Design gestaltet?
- Sind keine werblichen Übertreibungen im Text zu finden?
- Ist der Text frei von Grammatik- und Rechtschreibfehlern? Sind Fachwörter erklärt?
- Ist hochauflösendes Bild- und / oder Grafikmaterial an die Pressemitteilung angehängt?

Zum ausführlichen Blogartikel: [Aufbau einer Pressemitteilung](#)