

## Methodenblatt

Name:

Klasse / Kurs:

Fach:

Datum:

Version 2 –Ri2013-

Anzahl der Seiten: 2



# Methode: Pressemitteilung

<b>Einsatz und Zweck der Methode</b>	Eine <b>Pressemitteilung</b> ist ein sachlicher und informativer Text, der von Privatpersonen, Organisationen oder Unternehmen verfasst wird. Damit wird das Ziel verfolgt, Informationen an die Presse, an Rundfunk und Fernsehen weiterzugeben. Man will die Aufmerksamkeit der Journalisten für einen bestimmten Sachverhalt wecken. Die Pressemitteilung ist kein Leserbrief, der sich auf bereits berichtete Vorgänge oder allgemein interessante Probleme bezieht. Die Pressemitteilung enthält Neuigkeiten, für die man die Allgemeinheit interessieren will.
<b>Handlungsphasen</b>	Ausführen
<b>Verfahren/Ergebnis</b>	<p>Am Besten ist es, einen fertigen Zeitungsartikel zu schreiben (► <b>Methodenblatt „Zeitungsartikel“</b>), der nicht mehr geändert werden muss. Da dies dem Redakteur Zeit spart, ist die Wahrscheinlich groß, dass er auch veröffentlicht wird. Allerdings setzt dies zwingend voraus, dass der Artikel journalistischen Ansprüchen gerecht wird (siehe unten).</p> <p>Ist man dazu nicht in der Lage, sollte man die Informationen stichwortartig erfassen und dem Journalisten die Formulierung überlassen. Dies kann dann allerdings dazu führen, dass in dem Artikel nicht unbedingt die Informationen in den Vordergrund gerückt werden, die man selbst für wichtig erachtet.</p> <p>Eines sollte aber immer klar sein: Jeder Presstext stellt nur einen Vorschlag dar, den der Journalist annehmen, verändern oder gänzlich ablehnen kann.</p>
<b>Bestandteile</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konzept erstellen</li><li>• Anschreiben (► <b>Methodenblatt: „Geschäftsbrief“</b>) in dem der Wunsch geäußert wird, den Artikel zu veröffentlichen - kurze Erklärung, worum es sich handelt, Begründung, Ansprechpartner nennen</li><li>• Angabe des Namens und der Adresse</li><li>• aussagefähige, Aufmerksamkeit erregende Überschrift</li><li>• Text - gliedert in Absätzen</li><li>• Die eigentliche Nachricht - das Wichtigste - gehört an den Anfang. Die „W-Fragen“ (wer, was, wann, wo, wie, warum) müssen im ersten Absatz beantwortet werden.</li><li>• Werden häufig Pressemitteilungen abgegeben, kann man ein Formblatt entwickeln, das schon wichtige Elemente enthält (Logo, Firma, Anschrift, Überschrift „Pressemitteilung“, Formatierungen)</li></ul>

<b>Regeln</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Es gilt die Regel: Vom Wichtigen zum weniger Wichtigen. Sollte der Artikel für den Journalisten zu lang sein, wird er ihn i.d.R. von hinten kürzen.</li><li>• kein Eigenlob, keine Superlativen, keine direkte Werbung</li><li>• keine Redundanzen (Füllwörter, Wiederholungen)</li><li>• keine Schachtelsätze - kurze Sätze</li><li>• Fachbegriffe vermeiden (Ausnahme: Veröffentlichungen in Fachzeitschriften)</li><li>• Hauptsachen in Hauptsätze</li><li>• Meinungen in Zitaten, Fakten in normalen Sätzen</li><li>• keine Abkürzungen</li></ul>
<b>Anwendungsbeispiele</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pressemitteilung über eine Betriebseröffnung</li><li>• Pressemitteilung über die Beteiligung an Messen und Ausstellungen</li><li>• Pressemitteilung über Produktneuheiten</li><li>• Pressemitteilung über neue wissenschaftliche Erkenntnisse</li><li>• Pressemitteilung über die Durchführung von Schulprojekten</li><li>• Pressemitteilung über Vorträge und Kolloquien</li></ul>
<b>Notizen</b>	