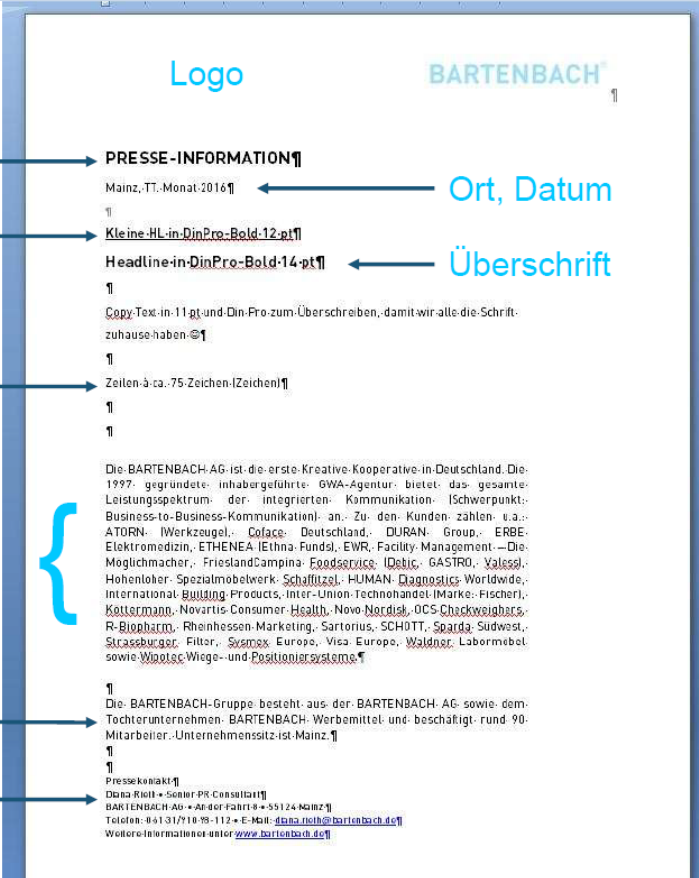


Tipps für eine erfolgreiche Pressemitteilung

Telefonhotline am Bildungsministerium zur
Pressearbeit:

christina.noky-weber@bm.rlp.de
06131-16-4164

Muster



Logo BARTENBACH

Art des Textes → PRESSE-INFORMATION

Optional: Kleine Überschrift → **Kleine-ÜH-in-DinPro-Bold-12-pt**

Optional: Zeichenangabe → Zeilen-à ca.: 75-Zeichen-(Zeichen)

Boilerplate { Die BARTENBACH-AG ist die erste Kreative-Kooperative in Deutschland. Die 1997 gegründete inhabergeführte GWA-Agentur bietet das gesamte Leistungsspektrum der integrierten Kommunikation (Schwerpunkt: Business-to-Business-Kommunikation) an. Zu den Kunden zählen u.a.: ATORN, Werkzeugzeug, Colface, Deutschland, DURAN, Group, ERBE, Elektromedizin, ETHENA, Ethna, Fundsl, EWR, Facility Management – Die Möglichmacher, FrieslandCampina, Foodservice, Idebig, GASTRO, Vallessl, Hohenloher, Spezialmöbelwerk, Schaffitzel, HUMAN, Diagnostics Worldwide, International Building Products, Inter-Union, technohandel, Marke, Fischeri, Köttermann, Novartis Consumer Health, Novo Nordisk, OCS-Checkweighbars, R-Biopharma, Rheinhessen-Marketing, Sartorius, SCHOTT, Sparda Südwest, Strassburger, Filter, Sysmax Europe, Visa Europe, Waldner, Liebermöbel sowie Wipac-Wiege- und Positioniersysteme.

Abbinder/kurze Info zur Schule → Die BARTENBACH-Gruppe besteht aus der BARTENBACH-AG sowie dem Tochterunternehmen BARTENBACH-Werbemittel und beschäftigt rund 90 Mitarbeiter. Unternehmenssitz ist Mainz.

Kontakt → **Pressekontakt**
Diana Rieth • Senior PR Consultant
BARTENBACH AG • Zuckerröhrl 8 • 55124 Mainz
Telefon: +49 31 91 6 98-112 • E-Mail: diana.rieth@bartenbach.de
Weitere Informationen unter www.bartenbach.de

Ort, Datum ← Mainz, TT, Monat 2016

Überschrift ← **Headline-in-DinPro-Bold-14-pt**

0

0. Pressekontakte aufbauen und pflegen

1. Das Wichtigste zuerst

- Das Wichtigste kommt immer an den Anfang, Journalisten kürzen Texte von hinten nach vorne. Daher die Information, die Sie unbedingt lancieren wollen, zuerst nennen.

2. Die 7 Ws beantworten

- Wer, was, wann, wie, wo, warum, woher?

3. Ansprechpartner der Schule nennen (schnell und leicht für den Journalisten erreichbar)

4. Verständlich sein

- Verständlichkeit und gute Lesbarkeit sind wichtig, also kurze Sätze, plastische Verben, wenige Kommata und Relativsätze, keine Substantivierungen, keine Fremdwörter, kein Fachchinesisch.

5. Zitieren

- Wörtliche Rede und Zitate lockern den Text auf.

6. Immer sachlich bleiben

- Sie wollen informieren, nicht agitieren.

7. Zeichenzahl + Boilerplate/Abbinder (kurze Info zur Schule)

Diese Hinweise sind eine Zusammenfassung der für die Realschulen plus organisierten acht Workshops „Realschule plus im Dschungel der Medienlandschaft(en): Ratschläge, Tipps und Werkzeuge für einen durchschlagenden Weg“ 2016/2017 (Agentur Bartenbach)