



## Briefing Pressemitteilungen

1. Was soll mit der geplanten Pressemitteilung erreicht werden?  
(Bekanntheitsgrad steigern, Image stärken etc.)
2. Welche Zielpersonen sollen erreicht werden?  
(z. B. Anwender, Kaufentscheider, Fachhandel, Meinungsführer)
3. Welche Kernaussage soll kommuniziert werden?
4. Hat die Kernaussage Nachrichtenwert?  
(Was ist neu/andersartig/aktuell?)
5. Wie kann die Aussage unterstützt werden?  
(z. B. Beispiele, Studienergebnisse)
6. Wer kann die Aussage bestätigen?  
(z. B. Anwender/Kunden, Kooperationspartner)
7. Falls die Aussage persönlich bestätigt werden kann:  
Vorschlag für ein Zitat
8. Soll noch etwas erwähnt werden? Was?
9. Welches Bildmaterial steht zur Verfügung?  
(Zwei Versionen: a) max. 300 KB, max. 1.000 x 1.000 Pixel, jpg/gif;  
b) hohe Auflösung, druckfähig)
10. Interne Abstimmung: Mit wem ist die PM intern abzustimmen?  
(z. B. Geschäftsführer, Juristen)
11. Wann soll die Pressemitteilung veröffentlicht werden?