

Küchenzuruf, knackige Überschrift, die Leser anlockt

Ort, Datum 2024. Im Vorspann werden die wesentlichen Inhalte des Presstextes auf einer Länge von 2–3 Zeilen zusammengefasst.

1. Absatz – die Kernbotschaft: Das Wichtigste kommt zuerst, im Normalfall die Neuigkeit, das Ereignis usw. Im nächsten Schritt werden die typischen W-Fragen beantwortet: Wer? Was? Wann? Wie? Wo? Warum? Woher? Hier können erste Zitate von Entscheidungsträgern in Form direkter Rede eingeflochten werden. Keine Übertreibungen, beim Wesentlichen bleiben. Der erste Abschnitt enthält idealerweise eine Konkretisierung des „[Küchenzurufs](#)“. Die Sprache ist objektiv, lebendig und anschaulich.

1. Zwischenüberschrift: Tiefer ins Thema

Im 2. Absatz werden die Details zu dem Produkt, dem Ereignis erläutert. Wie ist es dazu gekommen, wie ist das Produkt (genau) beschaffen, warum mussten Mitarbeiter gekündigt werden, wie wurde das Produkt entwickelt, welche Ziele werden damit verfolgt usw. Auch hier können wieder direkte und indirekte Zitate von relevanten Personen eingearbeitet werden. Maximal 200–300 Wörter

2. Zwischenüberschrift: Weitere Hintergründe

In diesem Abschnitt kann noch auf weitere Hintergründe, Zusammenhänge und die Vorgeschichte eingegangen werden. Hier wird das Geschehen analysiert. In einem letzten Satz bzw. Absatz kann auf die Zukunft eingegangen werden. Es können direkte und indirekte Zitate eingestreut werden.

„Über uns“-Sektion – Firma, Organisation, Institution kur vorstellen

Etwas abgesetzt auf 3–5 Zeilen eine kurze Zusammenfassung, wer das Unternehmen etc. ist, seit wann es existiert, wie viele Mitarbeiter, Standorte usw.

Weitere Informationen über AAA unter [xxy-xxz.de](#)

Pressekontakt

Unternehmen GmbH
Max Mustermann
M +49 xx xx xx xx
T +49 xxx xxx xxx
Fax +49 xxx xxx xxy
E-Mailadresse