

Herausgeber: Weingut Kurt Rödle

Betreffzeile: Rödle holt erneut Bundesehrenpreis

Eingereicht am: 21.09.2021

Ausgestellt am: 01.10.2021

Prüfgegenstand: Pressemitteilungs-Eigenschaften für Veröffentlichungen in der Publikumspresse

Prüfung durch: IMKIS | Institut für Medien, Kommunikation, Information und Sprache. Am Weinberg 108, 47647 Kerken.

**Gesamtergebnis**

100 %

**BEFRIEDIGEND (2,6)**

<b>Nachrichtenwert</b>	40 %	befriedigend (3,0)
Neuheit		++
Reichweite		-
Nachrichtenfaktoren		-
<b>Aufbau</b>	20 %	gut (2,0)
Leadsatz		++
Nachrichtenpyramide		+
W-Fragen		o
<b>Sachlichkeit</b>	10 %	ausreichend (3,7)
Unwerblichkeit		o
Sprachneutralität		-
Quellen		-

<b>Headline</b>	10 %	<b>gut (2,3)</b>
Prägnanz		++
Gehalt		o
Rhetorik		o
<b>Stil</b>	10 %	<b>gut (1,7)</b>
Wortwahl		++
Satzbau		+
Duktus		+
<b>Stimuli</b>	5 %	<b>befriedigend (3,3)</b>
Faktenreichtum		+
Anschaulichkeit		-
Zitate		-
<b>Korrektheit</b>	5 %	<b>sehr gut (1,3)</b>
Grammatik		++
Presseschreibweisen		+
Typografische Details		++



Das Thema spricht ein großes Publikum an, der entscheidende Nachrichtenfaktor ist gut akzentuiert = große Chancen auf Veröffentlichung!



Wortwahl und Duktus entsprechen genau den Anforderungen. Auch bei der Korrektheit gibt es keinerlei Beanstandungen!



Zitate sind zu sachlich, mehr Meinung wäre besser. Außerdem wirkt das Präteritum in den Zitaten nicht wirklich wie gesprochen, somit unglaubwürdig.

## Legende zur Expertise

Die vorseitige Expertise bezieht sich nur auf das genannte Dokument und darf nur in vollem Umfang verwendet werden.

### Was wird bewertet und was nicht?

- nur Betreffzeile und Fließtext
- keine Unterzeilen, Zwischenüberschriften, Bildzeilen, Abbinder, Infokästen ...
- keine Gestaltung, keine Fotos, keine Anschreiben ...
- Zielgruppe: alle Zeitungsleser, keine einzelnen Interessengruppen

### Notenschlüssel

- ++ = Sehr gut (0,5-1,5)
- + = gut (1,6-2,5)
- o = befriedigend (2,6-3,5)
- = ausreichend (3,6-4,5)
- = mangelhaft (4,6-5,5)
- ∧ = ungenügend (5,6-6,0)

### Neuheit

Wie neu ist der Kern der Nachricht?

### Reichweite

Wie viele Menschen spricht diese Mitteilung potenziell an? Berührt diese Nachricht ein breites Publikum oder nur eine spezielle Zielgruppe?

### Nachrichtenfaktoren

Wie stark sind die Nachrichtenfaktoren und wie gut sind sie akzentuiert?

### Leadsatz

Enthält der erste Satz den Kern der Nachricht?

### Nachrichtenpyramide

Ist die Meldung vom Wichtigsten zum Unwichtigsten gegliedert?

### W-Fragen

Werden alle wichtigen W-Fragen in den ersten beiden Absätzen beantwortet?

### Unwerblichkeit

Ist die Mitteilung frei von eindeutig werblichen Botschaften?

### Sprachneutralität

Vermeidet der Text werbliche Wörter, Claims und ähnliche Elemente?

### Quellen

Wie transparent ist die Herkunft der einzelnen Informationen?

### Prägnanz der Überschrift

Bringt die Headline die Nachricht auf den Punkt?

### Gehalt der Überschrift

Wie viel vom Inhalt kann die Überschrift transportieren?

### Rhetorik der Überschrift

Wie attraktiv ist die Headline?

### Wortwahl

Sind alle verwendeten Wörter einem großen Publikum bekannt?

### Satzbau

Sind die einzelnen Gedanken so zugeschnitten, dass man dem Gedankengang jederzeit leicht folgen kann?

### Duktus

Liest sich der Text wie die Nachrichten in redaktionell verantworteten Medien?

### Faktenreichtum

Enthält der Text Zahlen, Daten, Fakten, die für Redaktionen und ihr Publikum attraktiv sind?

### Anschaulichkeit

Wie konkret wird der Text, verwendet er passende Beispiele, Bilder, Metaphern?

### Zitate

Wie viele? Von mehreren Seiten? Wie gut formuliert sind sie?

### Grammatik

Keinerlei Rechtschreibfehler, einwandfreie Grammatik?

### Presseschreibweisen

Berücksichtigt der Text die besonderen Schreibweisen der Pressebranche?

### Typografische Details

Müssen Redaktionen noch Zeichen ändern, weil diese nicht korrekt gesetzt sind oder in der Presse anders verwendet werden (zum Beispiel Anführungen, Prozentzeichen, Währungskürzel)?