

PR-Tipp made by muebri.de – #030

Teaser.

Nicht nur im Online-Bereich werden (Presse-)Texte gerne mit sogenannten Teasern versehen. Ein Teaser reißt den Text an und erklärt kurz, worum es inhaltlich geht. Die zentrale Aussage des Textes muss sich im Teaser wiederfinden. Dabei werden die journalistischen W-Fragen – wer macht was, wann, wo, wie, warum und woher stammt die Information – zumindest zum Teil berücksichtigt. Beim Schreiben eines Teasers sollte man Mut zur Lücke haben und sich auf einen Aspekt beschränken. Nicht zu viel verraten, das hält vom Weiterlesen ab. Wer mehr wissen will, muss den ganzen Text anschauen. Der Teaser entscheidet über Weiterlesen oder nicht. Deshalb lohnt es sich, beim Verfassen etwas Zeit und Mühe zu investieren.

(hil)

©2012