

## Der Firmen-Backgrounder

### Vorbemerkungen

PR-Verantwortliche halten in der Pressemappe des zu betreuenden Unternehmens eine Reihe von Dokumenten vor. Dazu gehören (ggf. in mehreren Sprachen verfasste) Backgrounder, Dokumente mit Hintergrund-Informationen. Damit können PR-Leute schnell und professionell auf Anfragen, wie „Können Sie mir bitte ein paar Informationen zu Ihrem Unternehmen zuschicken?“ reagieren. Prospekte, Werbeflyer und anderes Material ist hier nicht gefragt. Redakteure haben einfach kaum Zeit, sich aus einem Wust von Hochglanzprospekten das Wichtigste zusammenzusuchen!

In erster Linie dienen Backgrounder dazu, Medienvertretern die Recherche zu erleichtern, sie sind also nicht unmittelbar für die Veröffentlichung gedacht. Doch je nach Situation und Art kann ein Redakteur den Abdruck in Erwägung ziehen. Diesen Umstand sollten PR-Verantwortliche bedenken.

Je nach Art der Information handelt es sich um

- ◆ ein Firmenprofil (Firmen-Backgrounder)
- ◆ Produkt-Details (Produkt-Backgrounder)
- ◆ technische Erläuterungen (technischer Backgrounder) usw.

Ein Firmen-Backgrounder ist individuell wie die Firma selbst. Um alles Wichtige in ca. 2 DIN-A-4-Seiten (Richtwert) unterbringen zu können, wechseln Fließtext, Aufzählungen und ggf. multimediale Elemente (online) ab. Pressematerialien im Internet können zwar vielseitiger und „schicker“ gestaltet werden, aber letztlich zählt der Informationswert für den Journalisten. Er benötigt die Highlights der Firmengeschichte in kurzer und prägnanter Form.

Hintergrundinformationen werden in der Regel sachlich verfasst und übersichtlich gestaltet. Sie enthalten Verweise zu diversen Belegen, Quellenangaben und Links.

→ TIPP: treffende, branchennahe Wörter verwenden, dann wird's auch nicht langweilig

Beispiel aus einem Produkt-Backgrounder, Buchbranche

*druckfrisch, Leseratten, Bücherwürmer, Literaturfreaks, Leseglück, Bücherwelt, Bücherwahn, „Lesefieber und Lesesucht sind erwünschte Nebenwirkungen des digitalen Einkaufsbummels.“*

Der Newswert eines Backgrounders ist gering. In den Hintergrundinformationen kommen Menschen zu Wort, die etwas tun, z. B. eine Firma gründen, etwas programmieren, z. B. ein Online-Spiel.

→ TIPP: Aktive Verben erzeugen Authentizität.

Beispiel: ~~bieten~~, ~~kennzeichnen~~, ~~beinhalten~~, ~~erstellen~~

Beispiel: *XY gründet*, *weiß zu schätzen*, *forscht an ...*, *schließt Vertrag ab*, *stellt ein*, *bereitet vor ...*

## Beispiel für den Aufbau eines Firmen-Backgrounders

<b>Firmenbezeichnung</b>	.....
<b>Label o. ä.</b>	(z. B. bei Projekten).....
<b>Art der Zusammenarbeit</b>	(z. B. bei Kooperationen).....
<b>Beteiligungen</b>	.....
<b>Unternehmenssitz(e), Dependancen, internationale Niederlassungen</b>	(Name, Anschrift, Kontaktdaten) .....
<b>Portfolio</b>	(kurz bzw. Geschäftsbereiche ausführlich)

### Gründungs- oder Kooperations-Idee, Historie

Text

### Geschäftsbereich [ABC] (alternativ: Produkt- und Dienstleistungspalette)

Text, ggf. Preisliste

### Geschäftsbereich [DEF] usw.

Text

→ **TIPP:** Eine kurze Geschichte innerhalb eines Firmen-Backgrounders zu platzieren weckt Aufmerksamkeit, entlockt dem Redakteur ein Lächeln oder versetzt ihn in Erstaunen ... - Das Unternehmen bleibt im Gedächtnis des Redakteurs!

Beispiel

*Eine Begebenheit offenbarte ihr, wie wichtig ihr künftiger Beruf als Kommunikationsfachfrau sein würde:*

*[Vorname Nachname] passierte auf ihrem Arbeitsweg das Gelände einer Firma. Eines Tages wurde sie von einem freundlichen, aber verunsicherten Mitarbeiter gefragt, warum sie denn zum Sprachkurs gehe, wo sie doch so gut deutsch spreche. "Ich bin die Lehrerin", gab [Vorname Nachname] zurück.*

An diesem Beispiel wird deutlich, dass ein Backgrounder eher dem Feature als dem Bericht zuzuordnen ist und dennoch angemessen kurz gehalten werden kann.

### Geschäftsdaten

Umsatz- und Gewinndaten, Mitarbeiterzahlen u. ä.

### Perspektiven

Ausblick auf das kommende Quartal, Jahr, Jahrzehnt ...

### Anlagen (sofern nicht bereits im Fließtext enthalten)

Übersichten, Tabellen, Diagramme, Charts, Statements (Audio, Video), Grafiken

### Ansprechpartner für die Medien, ggf. international

Kontaktangaben, u. a. Telefon-**Durchwahl**

→ **TIPP:** Backgrounder regelmäßig aktualisieren

→ **TIPP:** Was gar nicht geht ...

*Behauptungen ohne Beweise, Superlative, Eigenlob*