

## CHECKLISTE MEDIENMITTEILUNG

### 1. Formelles

- DIN A4, einseitig bedruckt
- Textlänge: 1-1½ Seiten
- Zeilenabstand: nicht zu eng, ca. 1,5 Punkt
- Breiter rechter Rand (für Bearbeitung/Anmerkungen durch den Journalisten)
- Zeichen pro Zeile: 50-60 Zeichen
- Gut lesbare Schriftart und -größe: z.B. Arial in 11 oder 12 Punkt
- Linksbündige Textausrichtung
- Logo und Absenderangabe auf der ersten Seite
- Datum und Ort nicht vergessen
- Direkte Rede deutlich als Zitate kennzeichnen
- Komplette Nennung von Namen: Vor- und Zuname, gegebenenfalls Titel und Position
- Keine Abkürzungen, Superlative, Redundanzen und Füllwörter

### 2. Darstellungsformen

- Nachrichten, Mitteilungen: Objektive Schilderung unter Berücksichtigung der W-Fragen (s. 5.)
- Reportagen: Schilderung aus Sicht eines Beobachters/Teilnehmers
- Features: Hintergrundberichte
- Kommentare: Sollten nur bei besonderen Anlässen verfasst werden, haben einen hohen Multiplikatorwert, sind interpretatorisch (Daten und Fakten werden in einen Zusammenhang gesetzt)

### 3. Aufbau einer Nachricht

- **Headline:** schlagwortartig mit Kernaussage
- **Topline oder Subline:** weitere wichtige Informationen
- **Teaser oder Einstieg:** auch Anreisser oder Lead genannt, Informationen aus Head- und Top- bzw. Subline werden aufgegriffen und kurze Antworten auf die W-Fragen gegeben.
- **Mittelteil:** Informationen und Erklärungen, Einzelheiten und detaillierte Beantwortung der W-Fragen; Gliederung in einzelne Abschnitte mit Zwischentiteln möglich
- **Schluss:** Hintergrund- und Zusatzinformationen über das Unternehmen
- **Kontaktadresse:** Ansprechpartner mit Postanschrift, Telefon, Fax, E-Mail und Internetadresse
- Text-Downloadmöglichkeiten

### 4. Inhalt

- Ist das Thema der Pressemeldung für die Zielgruppe von aktuellem Interesse?
- Werden die W-Fragen beantwortet?
- Sind die Informationen nach dem Prinzip der abnehmenden Wichtigkeit gegliedert?
- Gibt es persönliche Statements von Kunden oder der Geschäftsführung, die verwendet werden können?
- Ist die Medienmitteilung objektiv und nicht werblich verfasst?
- Ist der Aufbau übersichtlich?
- Sind die aufgeführten Fakten und Informationen nachprüfbar?
- Bildmaterial (Fotos, Grafiken) beilegen, ein Bild erklärt mehr als viele Worte.

### 5. W-Fragen

- **Wer sagt Was, Wann, Wo und Wie zu Wem?** oder
- **Was passiert (ist Wem passiert) Wann, Wo, Wie und Warum?**