

CHECKLISTE MEDIENMITTEILUNG

1. Kontakt

Projekt:

Firma:

Adresse:

Kontaktperson:

Telefon:

E-Mail:

Budget:

Gewünschter Endtermin:

Ausstelldatum:

Freie Notizen:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Briefing

Ausgangslage	Weshalb planen Sie eine Medienmitteilung?
Ziele Medienmitteilung	Welche Ziele verfolgen Sie mit der Medienmitteilung?
Zielgruppe	Welche Zielgruppe wird angesprochen?
Thema/Inhalt	Was ist das Thema?
Darstellungsform	Nachrichten, Mitteilung, Reportage, Features, Kommentare
Aufbau	Headline, Topline oder Subline, Teaser oder Einstieg, Fragen, Schluss, Kontaktadresse, Download möglich?
Anmerkungen	

3. Checkliste

Formelles	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> DIN A4, einseitig bedruckt <input type="checkbox"/> Textlänge: 1-1½ Seiten <input type="checkbox"/> Zeilenabstand: nicht zu eng, ca. 1,5 Punkt <input type="checkbox"/> Breiter rechter Rand (für Bearbeitung/Anmerkungen durch den Journalisten) <input type="checkbox"/> Zeichen pro Zeile: 50-60 Zeichen <input type="checkbox"/> Gut lesbare Schriftart und -grösse: z.B. Arial in 11 oder 12 Punkt <input type="checkbox"/> Linksbündige Textausrichtung <input type="checkbox"/> Logo und Absenderangabe auf der ersten Seite <input type="checkbox"/> Datum und Ort nicht vergessen <input type="checkbox"/> Direkte Rede deutlich als Zitate kennzeichnen <input type="checkbox"/> Komplette Nennung von Namen: Vor- und Zuname, gegebenenfalls Titel und Position <input type="checkbox"/> Keine Abkürzungen, Superlative, Redundanzen und Füllwörter
Darstellungsformen	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Nachrichten, Mitteilungen: Objektive Schilderung unter Berücksichtigung der W-Fragen (s. 5.) <input type="checkbox"/> Reportagen: Schilderung aus Sicht eines Beobachters/Teilnehmers <input type="checkbox"/> Features: Hintergrundberichte <input type="checkbox"/> Kommentare: Sollten nur bei besonderen Anlässen verfasst werden, haben einen hohen Multiplikatorwert, sind interpretatorisch (Daten und Fakten werden in einen Zusammenhang gesetzt)
Aufbau einer Nachricht	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Headline: schlagwortartig mit Kernaussage <input type="checkbox"/> Topline oder Subline: weitere wichtige Informationen <input type="checkbox"/> 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. <input type="checkbox"/> Mittelteil: Informationen und Erklärungen, Einzelheiten und detaillierte Beantwortung der W- Fragen; Gliederung in einzelne Abschnitte mit Zwischentiteln möglich <input type="checkbox"/> Schluss: Hintergrund- und Zusatzinformationen über das Unternehmen <input type="checkbox"/> Kontaktadresse: Ansprechpartner mit Postanschrift, Telefon, Fax, E-Mail und Internetadresse <input type="checkbox"/> Text-Downloadmöglichkeiten
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ist das Thema der Pressemeldung für die Zielgruppe von aktuellem Interesse? <input type="checkbox"/> Werden die W-Fragen beantwortet? <input type="checkbox"/> Sind die Informationen nach dem Prinzip der abnehmenden Wichtigkeit gegliedert? <input type="checkbox"/> Gibt es persönliche Statements von Kunden oder der Geschäftsführung, die verwendet werden können? <input type="checkbox"/> Ist die Medienmitteilung objektiv und nicht werblich verfasst? <input type="checkbox"/> Ist der Aufbau übersichtlich? <input type="checkbox"/> Sind die aufgeführten Fakten und Informationen nachprüfbar? <input type="checkbox"/> Bildmaterial (Fotos, Grafiken) beilegen, ein Bild erklärt mehr als viele Worte.
W-Fragen	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Wer sagt Was, Wann, Wo und Wie zu Wem? oder <input type="checkbox"/> Was passiert (ist Wem passiert) Wann, Wo, Wie und Warum?