

Checkliste Medienmitteilung

Briefpapier	Briefpapier mit Absender verwenden (bei Internetversand Logo/ Adressblock einfügen)
Übergeordneter Titel	Medienmitteilung, Presseinformation etc.
Ort und Datum	Ort und Datum bezeichnen
Titel der Medienmitteilung	kurz, knapp, prägnant, zum Weiterlesen animierend
Lead	<ul style="list-style-type: none"> fett gedruckter Text am Anfang der Medienmitteilung kein Lead notwendig für ganz kurze Texte <p>Der Lead beantwortet die 7 W-Fragen: Wer, was, wo, wann, wie, womit, aus welcher Quelle stammt die Information?</p>
Text	Aktiv, sachlich, verständlich und empfängerorientiert formulieren. Wichtigstes zuvorderst , da am Ende des Textes gekürzt werden kann. Füllwörter und Floskeln vermeiden.
Schreibregeln	Vornamen und Namen immer ausschreiben (es gibt keine „Damen + Herren“ oder „wir“) Zahlen ausschreiben Keine Abkürzungen benutzen, sondern ausschreiben (z.B. Prozent, Millionen, Milliarden), denn es kürzen nicht alle Medien gleich ab)
Anzahl Zeichen	Anzahl Zeichen angeben, inkl. Leerzeichen
Kontaktperson	Kontaktperson mit Angaben zu Funktion, Direktwahl, Handy, Fax, E-mail (Kontaktperson muss auch wirklich erreichbar sein!)
Evt. Beilagen	Qualitativ gute Fotos beilegen (oder Download per Internet organisieren). Achtung: Auflösung mind. 300 dpi): Legende nicht vergessen. Ev. Testprodukte Fact Sheet, Unternehmensporträt etc.
Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> Zeilenschaltung: 1.5 Rechter Rand: ca. 4 – 5 cm Alles in Normalschrift (ausser Lead = fett) keine Versalien oder Sperrungen (z.B. G R A T I S) Seiten nummerieren, nicht doppelseitig bedrucken
Versand	Generell: Begleitbrief nicht zwingend, alle wichtigen Informationen inkl. Kontaktperson müssen auf die Medienmitteilung Adressierung: Redaktion oder „Redaktion und Ressort“ (sicherstellen, dass es das Ressort wirklich gibt, z.B. „Kultur“) oder konkrete Kontaktperson: Nur wenn man sicher ist, dass die Mitteilung nicht liegen bleibt (Abwesenheit, Ferien, Weiterbildung etc.) oder Variante 1x persönlich / 1x Redaktion
Versandmöglichkeiten:	<ul style="list-style-type: none"> Briefversand A-Post: Bei Mitteilungen, die nicht zeitkritisch sind Faxversand: Bei dringenden Mitteilungen Fast-Fax-Versand: Bei dringenden Mitteilungen per E-mail an Redaktionsadresse (Adressfeld: An: eigene Adresse, Bc: Adressen der Redaktionen): immer, sicherheitshalber gleichzeitig per Fax oder Post
Sprache	Sprachregionen in der jeweiligen Sprache bedienen!