

Checkliste: Pressemitteilung (PM)

Vorab:	
Ist die Pressemitteilung das richtige Medium (alternativ Pressekonferenz, Hintergrundbericht)?	
Hat das Thema der PM Nachrichtenwert?	
Unterstützt das Thema die Art und Weise, wie mein Unternehmen wahrgenommen werden soll?	
Passen die in der PM beabsichtigten Aussagen zu denen, die ihr Unternehmen bereits getätigt hat oder gibt es Widersprüche? (Zahlen erhöhen die Glaubwürdigkeit Ihrer PM, lassen sich jedoch auch einfach prüfen)	
Müssen in Abhängigkeit von den Zielmedien mehrere Varianten der PM geschrieben werden (Fachpresse vs. Tageszeitung)	
Haben Journalisten Interesse bekundet (auch auf telefonische Nachfrage) oder geht das Thema bereits durch die Nachrichten?	
Haben Sie alle Informationen und Fakten, um das Thema aufzubereiten?	
Halten die Informationen einer Überprüfung durch andere stand?	

Form:	
Format: DIN A4, 1 bis maximal 3 Seiten	
Zeilenabstand: 1,5-fach	
Seitenrand: 5 - 7 cm rechts	
Schriftart: Gängige Schriftarten, wie Arial oder Verdana	
Hervorhebungen: Möglichst Sparsam! Gewichtung erfolgt durch Reihenfolge der Nennung.	
Kennzeichnung: Kennzeichnen Sie die PM als solche mit <i>Pressemitteilung</i> oder <i>Presseinformation</i>	
Vollständige Kontaktinformationen: Ansprechpartner, Adresse, (Mobil-) Telefon, Fax, E-Mail, Internetadresse	
Korrektur Adressat: Medium, Ressort, Name, Anschrift	
Umfang: Anzahl der Zeichen am Textende nennen	

Aufbau:	
Überschrift: Eine Zeile - maximal zwei	
Vorspann (erster Absatz): W-Fragen beantwortet? Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum?	
Fließtext: Das wichtigste steht am Anfang, danach folgen die Informationen in abnehmender Wichtigkeit. Regelmäßig Absätze einfügen.	
Zwischenüberschriften: erhöht die Lesbarkeit längerer PM's	
Modularer Aufbau: Durch das Streichen einzelner Absätze oder Sätze sollte die Sinnhaftigkeit der PM (ohne umformulieren zu müssen) weiterhin gegeben sein.	

Sprache:	
Text: Einfache Formulierungen, kurze Wörter und Sätze* Fachwörter nur sparsam verwenden und kurz erklären Aussagen mit belegbaren Zahlen untermauern Durch Zitate den Text lebendiger gestalten <u>Keine:</u> Wiederholungen oder rhetorische Schnörkel, Übertreibungen oder stark werbliche Aussagen	
Zahlen: Von eins bis zwölf Zahlen ausschreiben. Unrunde Angaben mit <i>fast</i> umschreiben (Beispiel: statt 243 > fast 250)	
Personen: Vollständig benennen: Titel, Vorname, Name und ggf. Position / Funktion	
Erzähl-Perspektive: Neutrale Perspektive wählen. Vermeiden Sie die <i>Ich-</i> oder <i>Wir-</i> Perspektive (Ausnahme Zitate)	
Meinungen: Bleiben Sie neutral. Markieren Sie die Meinung anderer immer als Zitat	
Quellen: Quellenangaben erhöhen die Glaubwürdigkeit Ihrer PM	

Bilder:	
Übermittlung: Auf CD / DVD, online zum Download (Link in der PM) oder auf Anfrage per Mail	
Auflösung: 300 dpi (Druckformat 13 x 18), Farbraum Adobe-RGB.	
Dateiformat: JPEG (jpg)	
Beschriftung: Jedes Bild mit Titel, Beschreibung, Quelle bzw. Namen des Fotografen und ggf. Nutzungsbedingungen beschriften.	

Versand:	
Adressat: An den jeweiligen Redakteur / Journalist persönlich versenden.	
Per E-Mail: PM im Anhang oder zum download als pdf (!), Empfänger in das BCC-Feld, Datenmenge beachten (Große Dateien immer zum download anbieten oder auf Nachfrage), E-Mailabsender überprüfen, Betreff der zum Lesen der E-Mail animiert	
Per Post: Mehrere Teile (PM, CD mit Bildern, Flyer) in Pressemappe versenden	
Redaktionsschluss beachten	