

## Checkliste zum Schreiben eines Presseartikels

Diese Checkliste dient dazu, schnell und einfach eine Online-Pressemeldung vorzubereiten und zu versenden bzw. zu verteilen.

### Bevor Sie anfangen zu schreiben:

Grundsätzliche Hinweise:	Das habe ich berücksichtigt:	Bemerkung / Notiz:
Denke Sie immer daran: Eine Pressemeldung darf keine werblichen Formulierungen enthalten.	<input type="checkbox"/>	
Vermeiden Sie Emotionen. Achten Sie auf einen sachlichen Informationsgehalt Ihrer Meldung.	<input type="checkbox"/>	
Schreiben Sie nicht in „Ich“- oder „Wir“-Form, sondern so, als schreibt ein Journalist diese Meldung aus seiner Sicht („Die Mustermann GmbH hat ...“; „Das Unternehmen erzielte ...“, usw.).	<input type="checkbox"/>	
Schreiben Sie nicht mehr wie 20 Wörter pro Satz und vermeiden Sie Füllwörter, wie „sozusagen“, „also“, „gewissermaßen“, etc.	<input type="checkbox"/>	
Vermeiden Sie Schachtelsätze und den Nominalstil (Substantivierung von Adjektiven).	<input type="checkbox"/>	
Fügen Sie Ihrer Pressemeldung immer ein aussagekräftiges Foto bei. Achten Sie dabei auf die Vorgaben des Presseportals in Bezug auf die Auflösung und die Größe des Fotos.	<input type="checkbox"/>	
Zu jeder Pressemeldung gehört eine kurze Vorstellung Ihres Unternehmens, die komplette Adresse sowie die Kontaktdaten des Ansprechpartners für die Pressemeldung.	<input type="checkbox"/>	
Grundsätzliche Fragen:	Das habe ich berücksichtigt:	Bemerkung / Notiz:
Ist die Meldung von öffentlichem Interesse?	<input type="checkbox"/>	
Welche Zielgruppe wollen Sie ansprechen und in welcher Kategorie soll die Meldung veröffentlicht werden?	<input type="checkbox"/>	
Welches Ziel wollen Sie mit der Veröffentlichung Ihrer Pressemeldung erreichen (Allgemeine Information, Veranstaltungshinweis, Ehrung, Anerkennung, etc.)?	<input type="checkbox"/>	
Suchmaschinentechnische Aspekte:	Das habe ich berücksichtigt:	Bemerkung / Notiz:
Achten Sie darauf, dass Sie relevante Keywords gleich in Ihren Presstext integrieren. Auf jeden Fall gehört ein Keyword in die Überschrift und 2-4 Mal in den Text.	<input type="checkbox"/>	
Wenn Sie die Pressemeldung auch auf Ihrer Website veröffentlichen wollen, achten Sie darauf, dass sie eine andere Formulierung hat, um Duplicate Content zu vermeiden.	<input type="checkbox"/>	
Wenn die Möglichkeit besteht, Keywords direkt auf Ihre Website (Landingpage) zu verlinken, nutzen Sie diese Möglichkeit, auch wenn der Link mit dem Attribut „no-follow“ gekennzeichnet wird.	<input type="checkbox"/>	

Die W-Fragen einer Pressemeldung:	
Frage:	Erledigt:
<b>Wer</b> schreibt hier, <b>wer</b> hat eine Meldung abzugeben, die für die Öffentlichkeit relevant ist? Beispiele: Die Firma Mustermann ...; Der Hundezuchtverein ...;	<input type="checkbox"/>
Ihr Text:	
Um <b>was</b> geht es? <b>Was</b> ist der Anlass der Meldung oder der Nachricht? Beispiele: Firmenjubiläum, Produkteinführung, Veranstaltung	<input type="checkbox"/>
Ihr Text:	
<b>Wann</b> findet das Ereignis statt, bzw. hat es stattgefunden? Beispiel: am 31.12.2010	<input type="checkbox"/>
Ihr Text:	
<b>Wo</b> findet das Ereignis statt? Beispiele: Auf dem Firmengelände; Im Hotel Esperanto; Im Stadtschloss	<input type="checkbox"/>
Ihr Text:	
<b>Warum</b> findet das Ereignis statt? <b>Welches</b> sind die Beweggründe, Ziele, Absichten, diese Meldung zu veröffentlichen? Beispiele: Firmenjubiläum, Spende, erfolgreicher Vertragsabschluss	<input type="checkbox"/>
Ihr Text:	
<b>Wie</b> ist es zu dem Ereignis gekommen? Beispiele: Nachfrage am Markt, positive Entwicklung, etc.	<input type="checkbox"/>
Ihr Text:	
<b>Woher</b> kommt das Ereignis? Gibt es eine Hintergrundgeschichte oder Vorgeschichte? Beispiele: Die positive Entwicklung war abzusehen	<input type="checkbox"/>
Ihr Text:	

Diese Checkliste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Inhalte werden kontinuierlich verbessert und erweitert.