

Checkliste Pressemitteilung

	Das ist zu tun	Ja	Nein
1	Geprüft, ob der Anlass Nachrichtenwert besitzt? (Aktualität, Nähe, Folgeschwere, öffentliche Bedeutung, Neuerung)?		
2	Mit zugkräftiger Schlagzeile begonnen?		
3	Das Wichtigste im ersten Satz gesagt: Wer tut was wann wo?		
4	Fakten statt Wertungen formuliert? Keine Selbstverherrlichungen oder Werbeslogans verwendet?		
5	Abkürzungen und Fachausdrücke erläutert?		
6	Personen mit vollem Namen, Titel und Funktion genannt?		
7	Kurze, einfache Sätze gebildet?		
8	Aktiv („Er arbeitet“) statt Passiv („Es wird gearbeitet“) oder unpersönlicher Formulierung („Man arbeitet“) verwendet?		
9	„Ich/Wir“—oder „Sie“-Stil nicht benutzt?		
10	Text in mehrere Absätze gegliedert?		
11	Umfang höchstens eine Seite?		
12	Länge des Textes am Seitenende angegeben (Zeilen x Anschläge oder Zeichenanzahl)?		
13	Ansprechpartner für Presse-Nachfragen mit Telefonnummer genannt?		
14	An den richtigen Ansprechpartner bei der Zeitung adressiert?		
15	Rechtzeitig (vor Redaktionsschluss!) verschickt?		

Quelle: Corina Betti