

Checkliste zum Schreiben eines Presseartikels

Sie möchten Ihre eigene Pressemeldung verfassen? Dann hilft Ihnen diese Checkliste weiter. Sie dient dazu, schnell und einfach eine Online-Pressemeldung für www.wirtschaftspresse-fulda.de zu erstellen.

Bevor Sie anfangen zu schreiben:		
Grundsätzliche Hinweise:	Ihre Kontrolle:	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"/>	
Denken Sie beim Schreiben auf das AIDA-Prinzip: A = Attention: Auffällige Headline (Ihre Produkt oder Botschaft nennen) I = Interest: Worum geht es? Kurze Zusammenfassung, animieren zum Weiterlesen D = Desire: Was bringt es? Was habe ich davon? A = Action: Hinweise, Kontaktadressen, Preise, Verfügbarkeit etc.	<input type="checkbox"/>	
Grundsätzliche Fragen:	Ihre Kontrolle:	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:	Ihre Kontrolle:	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"/>	

Ansprechpartner:

Thomas Noll | Dammersbacher Str. 8 | 36145 Hofbieber | Telefon: 06657-2399960 | E-Mail: t.noll@der-internet-redakteur.de

Martin Sundermann | Philipp-Engel-Straße 23 | 36100 Petersberg | Telefon: 0661-380 8366 | E-Mail: mail@agentur-meilensteine.de

Wirtschaftspresse Fulda

Die W-Fragen einer Pressemeldung:

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

So bauen Sie Ihre Pressemeldung auf:

1. Die Überschrift, auch Headline genannt
2. Die Unterüberschrift, auch Subline genannt
3. Der Inhalt Ihrer Meldung
4. Am Schluß ggf. ein Abspann und Hinweis auf weitere Infos
5. Die Kurzvorstellung Ihres Unternehmens
6. Ihre Kontaktdaten

Diese Checkliste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Ansprechpartner:

Thomas Noll | Dammersbacher Str. 8 | 36145 Hofbieber | Telefon: 06657-2399960 | E-Mail: t.noll@der-internet-redakteur.de
Martin Sundermann | Philipp-Engel-Straße 23 | 36100 Petersberg | Telefon: 0661-380 8366 | E-Mail: mail@agentur-meilensteine.de