

## Checkliste: So gelingt Ihre Medienmitteilung

Die Medienmitteilung ist der direkteste Weg, um eine Botschaft an die Medien zu bringen. Ein übersichtlicher Aufbau und eine sorgfältige Formulierung fördern die Aufmerksamkeit der Medien und wecken ihr Interesse.

- Kopfzeile: Absender, Absenderadresse, Ort und Datum
- Titel: kurz, klar und verständlich
- Lead: Der Lead (Zusammenfassung in zwei, drei Sätzen, oft fett und/oder kursiv) enthält alle wichtigen Informationen – wer den Lead liest, ist in groben Zügen über den Inhalt der Medienmitteilung informiert.
- Text: Der Text beinhaltet die Details. Die Hauptinformationen stehen am Anfang, die weniger wichtigen Details gegen Ende des Textes.
- Stil: Schreiben Sie einfach, klar und verständlich und prägnant. Vermeiden Sie Fremdwörter und Fachausdrücke so weit wie möglich. Verwenden Sie aktive Verben statt passive Formulierungen. Verdeutlichen Sie ihre Aussage mit anschaulichen Beispielen. Keine Schachtelsätze, dafür kurze Hauptsätze. Erläutern Sie Abkürzungen oder schreiben Sie sie aus.
- Gliederung: Gliedern Sie längere Texte mit Zwischentiteln.
- Halten Sie sich an die sechs W's – wer? was? wann? wo? wie? warum?
- Namen: Nennen Sie bei den erwähnten Personen immer Vor- und Nachnamen sowie Funktion.
- Kontakt: Geben Sie für Rückfragen der JournalistInnen eine Kontaktperson an mit Vor- und Nachname, Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Die angeführte Person muss erreichbar sein, sobald die Medienmitteilung versendet ist.
- Länge: Fassen Sie sich so kurz wie möglich.

Quelle: open up AG für Kommunikation und PR, Zürich, [www.open-up.ch](http://www.open-up.ch)