

Checkliste Online-Pressearbeit

E-Mails journalistengerecht einsetzen

Ansprache

- » Sind Ihre E-Mail-Adressen aktuell?
- » Haben Sie die Redakteure individuell angesprochen? Und parallel auch deren Redaktionen, falls die Redakteure im Urlaub sind?
- » Haben Sie mehrere Redakteure parallel stets nur unsichtbar angesprochen? D.h., die Adressen im E-Mail-Kopf nicht unter "an" oder "cc:", sondern unter "bc:" gesetzt?

Stil

- » Ist Ihre Meldung aktuell, das Thema relevant und der Inhalt auf das Medium hin exakt zugeschrieben?
- » Haben Sie sich bei der Meldung kurz gefasst?
- » Haben Sie werbende Worte wie auch Superlative vermieden?
- » Haben Sie die Meldung mit weiterführenden Informationen per Links verknüpft? Und funktionieren diese Links auch?

Format

- » Haben Sie pures .txt-Format verwendet?
- » Haben Sie den Text direkt in die E-Mail gesetzt, um Redakteuren ein Copy und Paste zu ermöglichen?
- » Haben Sie unnötige Anhänge vermieden? Haben Sie stattdessen per Link auf Bildmaterial, Logos, Präsentationen etc. hingewiesen?
- » Haben Sie bei absolut notwendigen Attachments zuvor beim Empfänger nachgefragt?

Kontakt

- » Haben Sie unter die Meldung die Kontaktdaten eines Ansprechpartners gefügt?

- » Haben Sie Telefonnummer, E-Mail- und Internet-Adresse berücksichtigt?
- » Ist dieser Ansprechpartner für Rückfragen auch greifbar?
- » Und: Nerven Sie keine Redaktionen mit Rückfragen!

Kontakt

add pr TEXT PRESS MEDIA

Pestalozzistraße 3
D-10625 Berlin

T: +49 (0)30 31 99 66 55
F: +49 (0)30 31 80 00 51

service@add-pr.de
www.add-pr.de