



PR-Checkliste: E-Mail-Medienmitteilung

| <i>Abfolge</i> | <i>Aktionen/Maßnahmen</i> | <i>Erledigt</i> |
|----------------|---|-----------------|
| 1. | <p>Vorbereitung und Recherche:</p> <p>Stellen Sie alle Medienkontakte zusammen. Prüfen Sie die E-Mail-Adressen (ggf. per Telefonkontakt klären). Stellen Sie Ihr Unternehmen und Ihre Funktion kurz dem Redakteur vor und erklären Sie knapp das Thema Ihrer voraussichtlichen Mitteilung. Eruieren Sie, ob „Attachments“ erwünscht bzw. besondere Vorgaben beim Versand per Mail erforderlich sind.</p> | |
| 2. | <p>Mitteilung erstellen:</p> <p>Formulieren Sie eine möglichst kurze, aber interessante und aussagekräftige Betreffzeile. Wecken Sie schnell die Neugier, denn Online-Mitteilungen werden weniger intensiv und ausführlich gelesen wie klassische Presse-mitteilungen. Gestalten Sie den Mailtext kurz und spannend. Nutzen Sie Hyperlinks auf Ihre Webseiten. Achten Sie darauf, zweimal Ihre Kontaktinformationen anzuführen. Am Anfang und zum Schluss des Mails, mit Angabe von Telefon, Fax, E-Mail etc. Geben Sie zudem alle Quellen, weitere Kontaktpersonen etc. an, einschließlich Internet- und Mailadresse, so erleichtern Sie dem Redakteur seine Recherche.</p> | |
| 3. | <p>Anlagen, Attachments:</p> <p>Wegen der möglichen Virengefahr werden Mails mit bedenklichen Anlagen oftmals sofort gelöscht. Bedenken Sie dies. Pressevorinformationen können Sie auf Ihrer Website gemeinsam mit passendem Bildmaterial ablegen und per Hyperlink hierauf verweisen; Pressemappen ebenfalls vorbereiten (Texte, Bilder).</p> | |
| 4. | <p>Versand:</p> <p>Bei den meisten E-Mail-Programmen wird durch die normale Sammelmail-Funktion jedem einzelnen Empfänger diese Liste offengelegt. Arbeiten Sie daher mit entsprechenden „Profiwerkzeug“ oder kopieren Sie den Text jeweils wieder in ein neues Mailfenster (Einzelmailversand). Versenden Sie das Mail mit einer Bitte um Empfangsbestätigung. Diese Funktion kann in fast jeder Software eingestellt werden</p> | |
| 5. | <p>Nachbereitung:</p> <p>Fragen Sie nach wenigen Tagen per Mail nach, ob Ihre Nachricht angekommen ist und ausreichend aufbereitet war. Wenn nach dem letzten Mail noch immer keine Antwort zu bekommen war, sollten Sie kurz nachtelefonieren. Danken Sie dem Redakteur nach der Veröffentlichung, egal ob per Mail oder klassischem Brief. Zeigen Sie sich begeistert darüber, dass das Thema so hervorragend umgesetzt wurde.</p> | |

Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Quelle: „Schnellkurs Öffentlichkeitsarbeit, Lexika Verlag, Autoren: Matthias Fischer, Thomas J. Wiendl