



Die Checklist für bessere eMailing-Texte:

- | | ja | nein |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. Enthält das eMailing mindestens eine, für den Leser wirklich nützliche Nachricht oder ein wirklich attraktives Angebot? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Ist von der Neuigkeit oder dem Angebot gleich zu Anfang die Rede? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Für Fachthemen-eNewsletter: Ist das Thema für den Insider wirklich attraktiv, also fach-relevant, neu und glaubwürdig? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Ist der Text formal strukturiert? Wurden die Gedanken des Textes durch Absätze getrennt? (Texte strukturieren, bedeutet die Gedanken des Lesers zu strukturieren). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Haben die Absätze längerer Texte inhaltlich passende Zwischenüberschriften? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Wurde jeder Absatz und jeder Satz so gekürzt, als müsste man für jedes Wort einen Euro bezahlen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Wurde der Text verständlich und anschaulich geschrieben? (Wurden Schachtelsätze vermieden?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Enthält der Text Phrasen oder bürokratische Floskeln? ("Herr Müller in Düsseldorf" ist besser als "Ihr Ansprechpartner vor Ort" und "wegen des xy" ist besser als "in Bezugnahme auf xy") | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Folgt der Text dem Prinzip >Mehr Inhalt als Form<? (Wurde also auf eitle Textpirouetten verzichtet, nach dem Motto >seht mal wie klug ich texten kann<?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Ist der Text so sortiert, dass die Gedanken in der richtigen Reihenfolge erscheinen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. Haben sich im Text unerwünschte gedankliche oder textliche Wiederholungen eingeschlichen - und wurden sie gestrichen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. Wurden komplexe Informationen, die längeren Text erfordern, in zwei eMailings aufgeteilt? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. Wurden Fremdworte oder Anglizismen nur dann verwendet, wenn es keinen besseren deutschen Begriff gab? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. Wurde bei Adaption in eine Fremdsprache von einem Muttersprachler geprüft, ob die sprachliche Qualität stimmt? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. Wird für einen englischen Begriff die kontinuierlich selbe Schreibweise verwendet? (Entweder eMail oder E-Mail oder e-mail. Entweder Web Site oder website oder Website) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. Hat jemand den Text orthographisch Korrektur gelesen? (Grundsatzentscheidung neue oder alte Rechtschreibung). Stimmt die Interpunktion? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. Wird die Chance genutzt, auf aktuelle Ereignisse Bezug zu nehmen? (eMailings können noch im letzten Moment geändert werden). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |