

13 PUNKTE LEITFADEN FÜR REDAKTIONELLE BEITRÄGE UND PRs

Um eine Veröffentlichung zu vereinfachen und für die Leserschaft attraktiv zu gestalten, gilt es eine Reihe an Vorgaben zu beachten.

1. Deutsche Sprache

In der Regel werden fremdsprachige Texte weder gelesen noch verwendet. Verzichten Sie am besten ganz darauf.

2. Bestehender Kontakt

Schicken Sie Texte niemals unaufgefordert bzw. an Redaktionen und Verlagen zu denen bisher überhaupt kein Kontakt bestand. In Zeiten hoher Papierpreise bzw. Portokosten wird kein Verlag PRs/Artikel/Fachbeiträge veröffentlichen, der nicht im Rahmen bestehender Vereinbarungen versendet wird.

3. Textlänge

Eine Seite umfasst max. 3.500 Zeichen, eine Doppelseite somit 7.000 Zeichen, inklusive Leerschläge und Raum für ein, zwei Bilder. Beiträge sollten, so hat die Erfahrung gezeigt, nicht länger sein als eine Doppelseite, weil diese ansonsten nicht gelesen werden. Auch im Interesse der Autoren gilt daher: Weniger ist mehr.

4. Redaktionsform

Beiträge müssen generell in der dritten Form verfasst sein. Eine „Ich-Version“ respektive eine „Sie-Ansprache“ kann als Ausnahme geduldet werden, wenn der Beitrag klar als Gastartikel mit Autorennamen gekennzeichnet ist.

5. Weiblich-männliche Sprachregelung

Um den Lesegeschwindigkeit und -rhythmus zu vereinfachen, aber auch um Platz zu sparen, verzichten Verlag und Redaktion bewusst auf Genderstern, Binnen-I oder Schrägstriche. Dies gilt auch für mit Autorennamen gezeichnete Gastbeiträge.

6. Textaufbau

Sämtliche Beiträge weisen die gleiche Struktur auf, dieser immer gleiche Textaufbau ist zwingend und hat zum Ziel, einen einheitlichen Heftauftritt zu gewährleisten. Diese Struktur sieht wie folgt aus...

- a. Overline: Ein kurzer, prägnanter Satz, der über der Headline steht.
- b. Headline/Überschrift: Starke Aussage, auf den Punkt gebracht.
- c. Einleitung: Drei, vier Sätze, die den Inhalt zusammenfassen und die Leserschaft animiert den ganzen Artikel zu lesen.
- d. Autorennamen, inkl. Titel oder Berufsbezeichnung
- e. Fließtext, wobei Zwischenüberschriften den Beitrag strukturieren und auch attraktiver zum Lesen machen.

7. Bilder und Legenden

Illustrationen und Bilder dürfen nicht im Fließtext integriert sein, sondern müssen separat, am Schluss, aufgeführt werden. Sämtliche Bilder und Illustrationen müssen mit einer entsprechenden Legende respektive Unterschrift versehen sein. Auch bei diesen gilt: In der Kürze liegt die Würze. Bilder und Illustrationen müssen eine Auflösung von mindestens 300 Dpi aufweisen.

8. Firmennamen und Trademarks

Trademarks™ und Copyrights® haben in einem journalistischen Beitrag nichts verloren, wird der Beitrag ansonsten zu einem reinen PR-Text. Dies gilt auch für die Klein- und Großschreibung bei Firmen- oder Produktebezeichnungen. Also weder „FIRMA MÜLLER“, noch „firma müller“, sondern „Firma Müller“.

9. Referenzen respektive Quellenangaben

Gerade bei wissenschaftlichen Beiträgen sind Quellenangaben die Regel. Auf Grund der Platzverhältnisse in den Publikationen wird auf diese verzichtet. Bei Bedarf wird der Beitrag mit dem Vermerk „Quellen sind der Redaktion bekannt“ ergänzt. Manuskripte sollten daher ohne Quellennummerierung abgegeben werden.

10. Autorenkasten und -kontakt

Am Ende eines Gastbeitrages wird ein separater Kasten erstellt, in welchem der Autor vorgestellt wird. Hier braucht die Redaktion: 1) Portraitfoto, 2) Zusammenfassung des Lebenslaufes auf drei, maximal vier Zeilen sowie 3) die Kontaktdaten.

11. Füllwörter und Superlative

Worte ohne Aussagewert und unnötige Wiederholungen sollten vermieden werden. Zum Beispiel wohl, jetzt, doch, gewiss, noch, aber, ziemlich, einmal, schon, nämlich. Verbales Eigenlob verringert die journalistische Glaubwürdigkeit, weshalb auf Begriffe wie fantastisch, spektakulär oder bahnbrechend verzichtet werden sollte.

12. Fette, kursive und gesperrte Markierungen

Fette, kursive und gesperrte Markierungen von Wörtern werden nicht verwendet und sollten daher nicht genutzt werden.

13. Word-Format

Sämtliche Beiträge müssen im Word-Format abgeliefert werden, andere wie etwa PDF werden nicht angenommen, da es immer Probleme beim fehlerlosen Export gibt (mysteriöse Trennzeichen)