REVISTA

Informationen für Vereine

Gemeinde: Nüdlingen

REVISTA e.K. Am Oberen Marienbach 2 1/2 97421 Schweinfurt **T** (09721) 387190 **F** (09721) 3871938 post@revista.de www.revista.de

Guter Text ist gute Öffentlichkeitsarbeit

Sie wissen, wenn Sie für Ihren Verein einen Artikel für das Gemeindeblatt verfassen (das gilt natürlich auch für die Zeitung), betreiben Sie Öffentlichkeitsarbeit. Das heißt, Sie machen Ihren Verein bekannter, sympathischer und/oder Sie rücken ihn in das rechte Licht. Damit dabei nicht das Gegenteil passiert, gilt es einige Regeln zu beachten.

Der erste Tipp: Es gibt nichts Langweiligeres als einen langen Text. Nur ein Text, der schnell auf den Kern der Sache kommt, hat Chancen überhaupt wahrgenommen zu werden. Umständliche Erklärungen und Ausführungen werden vom Leser einfach ignoriert. Also, wenn Sie etwas anzukündigen haben, sagen Sie es kurz mit einfachen Worten.

Der zweite Tipp: Wenn Sie etwas zu berichten haben, gilt natürlich sinngemäß genau das Gleiche. Also: was, wo, wer war dabei und was ist wie abgelaufen.

Der dritte Tipp: Vermeiden Sie „Herr" oder „Frau", schreiben Sie einfach die Vornamen dazu, daraus ist ja ohnehin meist ersichtlich ob es sich um ein männliches oder weibliches Wesen handelt. Und der oder die beschriebene Person wird Ihnen dankbar dafür sein, dass sie nicht verwechselt werden kann.

Der vierte Tipp: Die Titel sind für die Beschriebenen schon wichtig. Wenn jemand es politisch oder beruflich zu „etwas gebracht hat", möchte er natürlich auch, dass er korrekt vorgestellt wird, zumindest einmal im Text. Also z.B. Europaabgeordnete Dr. Anja Weisgerber, MdEP. Wenn Sie im weiteren Text dann schreiben: Die Abgeordnete..., oder Weissgerber sagte..., wird ihnen niemand Respektlosigkeit vorwerfen.

Der fünfte Tipp: Versuchen Sie Fachterminus zu vermeiden. Wenn Sie also über ein Schachturnier in Ihrem Verein berichten, gehen Sie nicht davon aus, dass die Leser etwas vom Schachspielen verstehen. Sie kommen also nicht umhin, so ein Ereignis in allgemein verständliche Umgangssprache umzusetzen. Vielleicht ist es ja damit möglich, mehr Menschen für das Schachspiel zu begeistern und Ihrem Verein ein paar neue Mitglieder zu verschaffen.

Der sechste Tipp: Schreiben Sie nie in der Ich- oder Wir-Form. Es klingt nicht sehr professionell, wenn Sie unter eine Ankündigung schreiben: ... „Wir freuen uns auf Ihren Besuch." Besser ist auf jeden Fall: „Die Mitglieder des XYZ-Vereins freuen sich auf Ihren Besuch."

Der siebte Tipp: Gehen Sie nicht davon aus, dass alle Ihre Leser die gleichen Ortskenntnisse haben wie Sie. Neubürger oder Mitbürger, die sich bisher weniger für die Aktivitäten Ihres Vereines interessiert haben, wissen nicht unbedingt wo genau das Vereinsheim ist. Schreiben Sie also immer die korrekte Anschrift dazu, wenn Sie wollen, dass auch einmal ein paar „Neue" zu einer Veranstaltung kommen.

Gute Bilder schaut man gerne an

Sie wissen, dass ein Bild mehr sagt als tausend Worte. Auch dann, wenn es „nur" im Gemeindeblatt oder in der Zeitung abgedruckt ist. Mit besseren Fotos werden Sie sich über mehr Resonanz auf Ihre Artikel freuen können.

Der erste Tipp: Nehmen Sie sich Zeit. Auch wenn es nur darum geht, ein paar Leute zu einem bestimmten Anlass nebeneinander abzulichten. Oft bringt schon die Umorganisation der Gruppe einen wesentlichen Gewinn. Also die Kleinen vor, die Großen hinten. Sagen Sie ruhig, wie Sie das haben wollen und wie es besser aussieht, weil Sie das Bild im Sucher Ihrer Kamera besser beurteilen können.

Der zweite Tipp: So nah wie möglich ran gehen. Ihre Digitalkamera hat eine bestimmte Auflösung (Anzahl der Pixel). Je mehr überflüssiges Umfeld auf Ihrem Bild zu sehen ist, desto weniger Pixel haben Sie für das eigentliche Motiv zur Verfügung.

Der dritte Tipp: Bei Fotos von Veranstaltungen achten Sie darauf, dass möglichst wenig der Abgebildeten Ihnen den Rücken zukehren. Wenn Sie keinen Einfluss auf die Personen haben, heißt es abwarten und den günstigsten Augenblick abpassen.

Der vierte Tipp: Schauen Sie durch Ihr Motiv „durch". Achten Sie bei Aufnahmen von Personen auch immer auf Ihren Hintergrund. Das berühmte Hirschgeweih, das scheinbar aus dem Kopf eines Abgebildeten wächst, ist durch einen kleinen Stellungswechsel immer zu vermeiden.

Der fünfte Tipp: Nutzen Sie Ihren Blitz kreativ. Bei einem eingebauten Blitz ist es oft schwierig rote Augen zu vermeiden. (Ist nicht ganz so schlimm, bei einer schwarz/weiß Abbildung spielt es ohnehin keine Rolle und für Farbabbildungen gibt es gute Möglichkeiten, die roten Augen mittels Bildbearbeitungsprogramm in den Griff zu bekommen.) Verfügen Sie aber über ein externes Blitzgerät, ist das indirekte Blitzen z.B. an die Zimmerdecke vorzuziehen.

Der sechste Tipp: Machen Sie von einem Motiv immer mehrere Bilder. Das ist ja im Digitalzeitalter kein Kostenfaktor mehr. Wenn Sie sich auf einen einzigen Schuss verlassen, hat immer einer der Abgebildeten die Augen zu oder steht irgendwie komisch da. Sie wollen doch sicher auch, dass die Abgebildeten mit Ihrem Werk zufrieden sind.

Der siebte Tipp: Digitalkameras haben heute hohe Auflösungen. 8, 10 oder noch mehr Millionen Pixel sind schon normal. Was nicht heißt, dass Sie mit einer 6-Millionen-Pixelkamera heute keine guten Pressebilder liefern können. Eine gute, scharfe Aufnahme aus einer 6-Millionen-Pixelkamera reicht auch heute noch für eine halbe, mit ein paar Tricks sogar für eine ganze Seite im Zeitungsformat. Wichtig ist aber, dass Sie uns (oder der Zeitung) die unveränderte Aufnahme zur Verfügung stellen. Die Aufnahme machen, Speicherkarte in den PC und ohne neues Abspeichern einfach die Daten weitermailen. Sie fotografieren wahrscheinlich ohnehin im jpg-Format, das ist für Pressebilder absolut ausreichend und lässt die Dateien nicht übermäßig wachsen. Bitte lassen Sie die Aufnahme so wie sie aus Ihrer Kamera kommt. Nur mit der Originaldatei haben wir alle Möglichkeiten, Ihre Bilder für den Druck zu optimieren.

Erklärungen zur Dateneinlieferung

Bilder: unbearbeitet aus der Digitalkamera, als Email Anhang, nicht im Text (Word) eingebunden

Texte: Word .doc oder direkt als Text in der E-mail