

*Seelsorgeeinheit  
St. Georgen - Hexental*



# Handreichung Öffentlichkeitsarbeit

Hinweise und Hilfestellungen für Gruppen und Verbände,  
ehren- und hauptamtliche  
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter  
der Seelsorgeeinheit St. Georgen - Hexental

**Stand: Dezember 2019**

# Inhaltsverzeichnis

Wozu braucht es Öffentlichkeitsarbeit? .....	1
Was kann ich veröffentlichen?.....	2
Was darf ich veröffentlichen? .....	2
Tipps für das Schreiben .....	3
Öffentlichkeitsarbeit im Internet .....	6
Urheberrechte, Bildrechte, Datenschutz .....	6
Website der Seelsorgeeinheit <a href="http://www.kath-geht.de">www.kath-geht.de</a> .....	7
E-Mail-Verteiler .....	8
Pfarr- und Gemeindeblätter .....	9
Allgemeine Hinweise.....	9
1. Pfarrblatt (Bereich Hexental) .....	9
2. Pfarrblatt (Bereich St. Georgen und Vauban) .....	10
3. Der Schlüssel .....	11
4. Evangelische Gemeindebriefe.....	12
Lokal- und Regionalzeitungen .....	13
1. Georgsbote.....	13
2. Hexentäler Amtsblatt .....	14
3. Reblandkurier.....	15
4. Badische Zeitung (BZ).....	16
Plakate und Flyer.....	20
Graphikvorlagen.....	21
Impressum .....	22

## Wozu braucht es Öffentlichkeitsarbeit?

„Tue Gutes und rede darüber“ – das könnte in Kurzform das Motto für die Öffentlichkeitsarbeit kirchlicher Gruppen und Institutionen sein.

Eine gute Öffentlichkeitsarbeit (ÖA) ist heute mehr denn je wichtig, damit Menschen überhaupt die Möglichkeit haben von unseren Angeboten zu erfahren. Außerdem könnten wir mithilfe einer guten ÖA auch Menschen erreichen, die bisher kaum Berührungspunkte mit kirchlichen Angeboten hatten, und z. B. zur Mitarbeit bei einem Projekt gewinnen.<sup>1</sup> Doch wie kann eine ÖA gelingen, wenn heute die Menschen über ein breites Spektrum an Informationskanälen und Medien mit Werbung und Informationen schier überflutet werden?

Die Kunst einer guten ÖA besteht darin, die richtigen Kanäle auszusuchen, um möglichst gezielt die Menschen anzusprechen, für die das jeweilige Angebot interessant sein könnte. Möchte man jüngere Generationen erreichen, reicht es beispielsweise kaum aus, etwas ins Pfarrblatt oder auf die Homepage der Seelsorgeeinheit zu setzen. Denn beides sind Kanäle, die Jugendliche und junge Erwachsene in der Regel nicht nutzen.

Es ist also sinnvoll sich zunächst zu überlegen: Wen möchte ich für mein Angebot ansprechen? Welche Informationskanäle eignen sich dafür? An welchen (öffentlichen) Orten sind die Menschen regelmäßig, die ich ansprechen möchte? Wenn man solche Fragen bei der Vorbereitung eines Angebots mitbedenkt, sind die Chancen viel größer, dass man die Leute erreicht und das Projekt/Angebot zum Erfolg wird.

In dieser Handreichung sollen zunächst einige Hinweise und Tipps für die gängigen Wege kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit in der Seelsorgeeinheit St. Georgen – Hexental gegeben werden.

---

<sup>1</sup> Das zeigen die Ergebnisse der Ehrenamtsstudie der Erzdiözese Freiburg. Vgl. <https://www.ebfr.de/ehrenamtsstudie> (aufgerufen am 03.07.19).

## Was kann ich veröffentlichen?

Jede kirchliche Gruppe kann und darf Öffentlichkeitsarbeit betreiben. ÖA kann heißen: Werbung für sich machen, nach Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern suchen, die eigene Arbeit vorstellen, Berichte über ein Projekt verfassen, auf kommende Veranstaltungen hinweisen, über Veränderungen informieren und vieles mehr. Welche Medien und Kanäle sich für welche Form der Öffentlichkeitsarbeit eignen (z. B. Berichte, Ankündigungen), darauf wird jeweils hingewiesen.

Dabei gilt es jedoch zu beachten, dass die jeweiligen Redaktionen sich vorbehalten, eingereichte Texte zu kürzen oder nicht abzdrukken. Um die Chancen zu erhöhen, dass ein Text veröffentlicht wird, sollten die [Tipps für das Schreiben](#) beachtet werden (s. unten).

## Was darf ich veröffentlichen?

Es sollen und dürfen alle Informationen veröffentlicht werden, die die möglichen Leserinnen und Leser brauchen, um zu wissen, worum es geht. Dabei müssen allerdings einige Dinge beachtet werden:

Wann immer personenbezogene Daten (Name + Geburtsdatum/ Adresse/ Telefonnummer o. ä.) genannt werden, muss vorher in der Regel die Erlaubnis der betreffenden Personen bzw. ihrer Erziehungsberechtigten eingeholt werden. Eine Ausnahme bilden Veröffentlichungen zu kirchlichen Zwecken, z. B. bei der Veröffentlichung von Beerdigungen, Namen der Täuflinge oder Erstkommunionkinder. Für diese und vergleichbare Fälle gilt eine Widerspruchsregel. Ein Einverständnis ist jedoch auch nötig von Ansprechpartnerinnen oder Ansprechpartner, die in einer Ankündigung erwähnt werden. Ähnliches gilt auch für Bildveröffentlichungen, z. B. auf der Website der Seelsorgeeinheit: Es braucht in diesem Fall das Einverständnis aller Abgebildeten bzw. von deren Erziehungsberechtigten.

Darüber hinaus muss bei der ÖA auch das Urheberrecht beachtet werden. Das geistige Eigentum anderer muss immer als solches gekennzeichnet sein und ggf. muss das Einverständnis für eine Veröffentlichung eingeholt werden.

Weitere Informationen zum Kirchlichen Datenschutzgesetz (KDG), Musterformulare für die Einverständniserklärung und Arbeitshilfen sind zu finden auf: <https://www.ebfr.de/datenschutz>.

## Tipps für das Schreiben

Grundsätzlich lohnt es sich Gedanken darüber zu machen, welche Medien sich für die geplante Veröffentlichung eignen. Im Pfarrblatt werden beispielsweise vor allem Termine und Informationen mitgeteilt. In der BZ werden neben kurzen Hinweisen auf Veranstaltungen auch längere Berichte von außergewöhnlichen Ereignissen, die von allgemeinem Interesse sind, gedruckt. Die Homepage dient vor allem zur schnellen Infosuche oder um auf Veranstaltungen auf der Startseite hinzuweisen. Nicht alle Texte eignen sich auch für alle Medien. Deshalb versuchen wir in dieser Broschüre Hinweise darauf zu geben, welche Texte und Informationen für das jeweilige Medium geeignet sind.

Wenn ich eine Veranstaltung bewerben möchte, muss ich mir beim Schreiben überlegen:

Welche Informationen sind wichtig? Z. B. die „W-Fragen“: Wann, was, wo, für wen, von wem, für wieviel?

Wen möchte ich ansprechen? In der Regel gilt: je persönlicher die Leserin/der Leser sich angesprochen fühlt, desto besser!

Was ist das Interessante an der Veranstaltung? Wieso sollte jemand, der das Angebot nicht kennt, kommen? Was ist das Neue, das Gute, das Besondere daran?

Die Badische Zeitung hat für den Kontakt zu den Redaktionen einige Hinweise zusammengefasst, die auch hilfreich für den Kontakt mit Pfarrbüros und den Redaktionen anderer Zeitungen und Medien sind. Hier das Wichtigste in Kürze (die ausführliche Fassung finden Sie unter [Tipps für Mails an die Redaktion](#), s. unten):

**Text direkt in die Mail:** Bitte integrieren Sie den Ankündigungstext, wann immer möglich, in die eigentliche Mail und vermeiden Sie Datei-Anhänge. Wenn Sie den Text in Word erfassen (z. B. um ihn bei sich dauerhaft abzuspeichern), können Sie ihn anschließend über die „Kopieren“-Funktion in den Zwischenspeicher nehmen und in die geöffnete Mail einfügen. Natürlich können Sie dem reinen Presstext gerne einige einleitende Sätze voranstellen.

**Immer Rückrufnummer angeben:** Bitte geben Sie immer eine Rückrufnummer für mögliche Nachfragen an. Falls in der Pressemitteilung Angaben fehlen, muss eine Veröffentlichung im Zweifelsfall unterbleiben.

**Betreffzeile sinnvoll ausfüllen:** Bitte achten Sie immer darauf, dass die Betreffzeile der Mail konkrete Infos enthält. Bitte nennen Sie bei einer Veranstaltungsankündigung zuerst das Datum, wann die Veranstaltung stattfindet, und geben danach Stichworte zum Inhalt und/oder zum Veranstalter an. Bitte nennen Sie möglichst auch den Stadtteil, wo die Veranstaltung stattfindet. Beispiel für eine Betreffzeile: „14.5.: Konzert in der EBW, Weingarten“.

**Aufbau des Textes:** Der Aufbau einer Meldung gestaltet sich wie folgt:

- Kurzüberschrift (meist nur ein bis drei Worte, zum Beispiel „Frühlingsfest“ oder „Vortrag über Panama“).
- Der Text selbst beginnt immer mit dem Stadtteil in Großbuchstaben, also etwa RIESELFELD oder MOOSWALD, und einem Punkt dahinter.
- Der eigentliche Ankündigungstext sollte nach Möglichkeit nur wenige Sätze umfassen und sagen WAS WANN und WO stattfindet.
- Bitte beim Ort auch immer die Adresse angeben (da zum Beispiel nicht jeder mögliche Interessierte weiß, wo sich dieses oder jenes Gemeindehaus befindet).
- Daten schreiben wir nach dem Muster „am Donnerstag, 6. Mai, ...“ (also immer mit Wochentag, Monatsname ausgeschrieben, keine Jahreszahl), Uhrzeiten nach dem Muster „... findet von 20 Uhr bis 22.30 Uhr statt“ (also bei der vollen Stunde NICHT 20.00 Uhr und auch NICHT 22 Uhr 30).
- Bitte keine Abkürzungen verwenden, auch das Wort „Straße“ schreiben wir immer aus (also „Sulzburger Straße 50“ statt „Sulzburger Str.“).

- Telefonnummern bitte immer komplett, das heißt: auch mit Vorwahl (nicht einmal alle Freiburger Stadtteile haben 0761).
- Auf jeden Fall Formulierungen in „Wir“-Form vermeiden, da diese auf jeden Fall umgeschrieben werden müssen (also nicht: „Wir freuen uns, den renommierten Buchautor XXXX gewonnen zu haben“, sondern: „Referent ist der bekannte Buchautor XXXXXXXX“.) Ebenso bitte die Leserinnen und Leser nicht direkt ansprechen („Anmelden können Sie sich...“ sondern z. B.: „Weitere Informationen und Anmeldungen unter Telefon XXXX.“)
- Bitte immer angeben, ob ein Eintrittspreis erhoben wird (und die Höhe nennen, oder ausdrücklich schreiben: „Der Eintritt ist frei.“)

Allgemeine Grundregeln für das Schreiben von E-Mails finden Sie unter [Grundregeln für den Mailverkehr](#) (s. unten).

## Öffentlichkeitsarbeit im Internet

Das Internet ist das mit Abstand beliebteste Informationsmedium in Deutschland. Laut D21-Digital-Index nutzten 2018 so gut wie alle Menschen bis 49 Jahre regelmäßig das Internet und von den 50- bis 59-Jährigen taten dies 2018 immerhin auch 87 Prozent der Deutschen.<sup>2</sup> Tendenz steigend.

Die Zahlen zeigen, dass das Internet ein enorm wichtiges Feld für ÖA ist, das nach und nach die klassischen Informationsmedien verdrängt. Insbesondere Social Media Plattformen wie Facebook und Twitter, aber auch Online-Suchdienste wie Google und Bing oder sog. Messenger-Dienste zur direkten Kommunikation wie Threema oder Whatsapp werden sehr häufig genutzt – nicht mehr nur von den jungen Generationen.

Jedoch sollte ÖA im Internet mit Bedacht betrieben werden. Es wäre zwar wünschenswert, wenn kirchliche Gruppen und Angebote auf möglichst vielen Kanälen bekannt gemacht werden. Allerdings sollte man sich darüber im Klaren sein, dass kostenfreie Dienste i. d. R. über den Verkauf von Nutzerdaten an die Werbeindustrie finanziert werden. Deshalb muss insbesondere beim Datenschutz genau hingesehen werden.

Hier gehen wir nur auf die ÖA durch die beiden gängigsten Kanäle ein: Die Website (der Seelsorgeeinheit sowie der Kirche im Vauban) und der E-Mail-Verteiler.

## Urheberrechte, Bildrechte, Datenschutz

Durch die größere Reichweite und die technischen Möglichkeiten z. B. zur einfachen Vervielfältigung und Verbreitung von Informationen muss bei der ÖA im Internet eine besondere Sorgfalt bei Urheberrechten, Bildrechten und beim Datenschutz eingehalten werden.

---

<sup>2</sup> Vgl. <https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article172746408/D21-Bericht-zur-Lage-der-Internetnutzung-in-Deutschland.html> (aufgerufen am 01.07.19).

Dadurch wird verhindert, dass sensible Daten nicht ungewollt in die Hände Dritter (z. B. Unternehmen, die sich auf die Internetwerbung spezialisiert haben) gelangen.

Weiterführende Hinweise gibt die Erzdiözese Freiburg unter anderem in ihren Social Media Richtlinien unter <https://www.ebfr.de/datenschutz>.

## Website der Seelsorgeeinheit [www.kath-geht.de](http://www.kath-geht.de)

Die Website der Seelsorgeeinheit bietet aktuelle Informationen und Hinweise zu Veranstaltungen, Gottesdiensten. Außerdem sind auf ihr Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner von Gruppen, das Seelsorgeteam und die Pfarrbüros zu finden. Die Website wird regelmäßig aktualisiert. Über die folgenden Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner können Informationen, Angebote, Berichte usw. auf die Homepage geladen werden.

### Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

#### Bereich Hexental

Maria Schneider [maria.schneider@kath-geht.de](mailto:maria.schneider@kath-geht.de)

Peter Schüle [peter.schuele@kath-geht.de](mailto:peter.schuele@kath-geht.de)

Merzhäusen-Au: Britta Suleck, *über merzhäusen@kath-geht.de*

Wittnau: Peter Schüle, [peter.schuele@kath-geht.de](mailto:peter.schuele@kath-geht.de)

Horben: Maria Schneider, [maria.schneider@kath-geht.de](mailto:maria.schneider@kath-geht.de)

#### Bereich St. Georgen und Vauban

St. Georg: Teresa Ehret, [teresaehret@gmail.com](mailto:teresaehret@gmail.com)

St. Peter und Paul: Barbara Hettich, [barbarahettich@googlemail.com](mailto:barbarahettich@googlemail.com)

St. Peter und Paul: Christiane Bozet,  
*über st.peter.und.paul@kath-geht.de*

K. i. Vauban: Carlito Sindermann, [webmaster@kirche-im-vauban.de](mailto:webmaster@kirche-im-vauban.de)

### Website der Kirche im Vauban [www.kirche-im-vauban.de](http://www.kirche-im-vauban.de)

Seit 2019 hat die Kirche im Vauban aufgrund ihres besonderen ökumenischen Profils eine eigene Website.

## E-Mail-Verteiler

Sofern es sich nicht um einen geschlossenen Empfängerkreis handelt (z. B. Gemeindeteam), gehören E-Mail-Adressen als so genannte „Blindcopy“ ins BCC! So erhalten Dritte nicht ungewollt E-Mail-Adressen von anderen Empfängern. Wenn Sie BCC verwenden, schreiben Sie bitte dazu, an welchen Personenkreis diese E-Mail geht (z. B. „Diese E-Mail sende ich an die Kommunionhelfer\*innen der Pfarrei St. Peter und Paul“).

### Grundregeln für den Mailverkehr<sup>3</sup>

- Tragen Sie eine treffende Betreffzeile ein.
- Sprechen Sie den Empfänger möglichst mit Namen an.
- Ordnen Sie Ihre Gedanken und gliedern die E-Mail danach.
- Verwenden Sie kurze Sätze mit aktiven Verben und positiver Aussage.
- Schreiben Sie in freundlichem Tonfall.
- Antworten Sie nur dem Sender.
- Benutzen Sie nur in begründeten Fällen die Funktion „Allen antworten“, z. B. um einen Diskussionsverlauf transparent zu machen.
- Beachten Sie auch in E-Mails Rechtschreibung und Grammatik.
- SCHREIBEN SIE KEINE E-EMAILS IN GROßBUCHSTABEN UND MIT AUSRUFZEICHEN!!!
- Fügen Sie eine korrekte Signatur (= Adresszeile der Absenderin/ des Absenders) ein.

---

<sup>3</sup> Die „Grundregeln für den Mailverkehr“ sind mit freundlicher Genehmigung übernommen und leicht angepasst worden aus einer Weiterbildung zum Thema Schreiben von Georg Auer, Referat Kommunikation der Erzdiözese Freiburg.

# Pfarr- und Gemeindeblätter

## Allgemeine Hinweise

Für die Bereiche Hexental und St. Georgen/Vauban existieren zwei Pfarrblätter, darüber hinaus gibt es für den Bereich St. Georgen/Vauban die Gemeindezeitschrift „Der Schlüssel“. Auf evangelischer Seite gibt es den Gemeindebrief, in dem auch auf ökumenische Veranstaltungen hingewiesen wird. Auf besondere katholische Veranstaltungen (wie z.B. Pfarrfeste) wird ggf. in den Abkündigungen im evangelischen Gottesdienst aufmerksam gemacht.

## 1. Pfarrblatt (Bereich Hexental)

<b>Titel:</b>	Pfarrblatt
<b>Bereich:</b>	Seelsorgeeinheit, Pfarrei St. Agatha in Horben, Pfarrei Mariä Himmelfahrt in Wittnau, Pfarrei St. Gallus in Merzhausen und St. Johannes in Au
<b>Inhalt:</b>	Gottesdienstzeiten / wichtige Anliegen und Veranstaltungen aus den Pfarreien des Hexentals
<b>Erscheint:</b>	i.d.R. vierzehntägig, liegt gedruckt in den Kirchen aus, E-Mail Zustellung auf Wunsch oder als Download auf der Website <a href="http://www.kath-geht.de">www.kath-geht.de</a>
<b>Redaktionsschluss:</b>	Eine Woche vor dem Erscheinungstermin (montags bis 12 Uhr)
<b>Kontakt:</b>	<a href="mailto:merzhausen@kath-geht.de">merzhausen@kath-geht.de</a>

## Hinweise zum Einsenden von Beiträgen/Berichten/Werbung

Ankündigung von Veranstaltungen:	Ja
Berichte von Veranstaltungen:	Nach Absprache
Richtwert für Ankündigungen:	Kurz und knapp
Richtwert für Berichte:	---
Bildveröffentlichungen:	Nein – nach Rücksprache können Logos/Flyer eingebaut werden
Sonstige Hinweise:	Siehe Pfarrblatt St. Georgen-Vauban

## 2. Pfarrblatt (Bereich St. Georgen und Vauban)

<b>Titel:</b>	Pfarrblatt
<b>Bereich:</b>	Seelsorgeeinheit, Pfarrei St. Georg, Pfarrei St. Peter und Paul, Kirche im Vauban
<b>Inhalt:</b>	Gottesdienstzeiten / wichtige Anliegen und Veranstaltungen aus den Pfarreien von St. Georgen
<b>Erscheint:</b>	vierzehntägig, liegt gedruckt in den Kirchen aus oder als Download auf der Website <a href="http://www.kath-geht.de">www.kath-geht.de</a>
<b>Redaktionsschluss:</b>	Eine Woche vor dem Erscheinungstermin (montags bis 12 Uhr)
<b>Kontakt:</b>	<a href="mailto:St.Peter.und.Paul@kath-geht.de">St.Peter.und.Paul@kath-geht.de</a> , <a href="mailto:St.Georg@kath-geht.de">St.Georg@kath-geht.de</a>

### Hinweise zum Einsenden von Beiträgen/Berichten/Werbung

Ankündigung von Veranstaltungen:	Ja
Berichte von Veranstaltungen:	i.d.R. nein
Richtwert für Ankündigungen:	Kurz und knapp
Richtwert für Berichte:	---
Bildveröffentlichungen:	Nein
Sonstige Hinweise:	Das Pfarrblatt dient der Information (nicht zur Unterhaltung), deshalb sollten die Beiträge auch vor allem informativen Charakter haben (W-Fragen!).

### 3. Der Schlüssel

<b>Titel:</b>	DER SCHLÜSSEL. Gemeindezeitschrift für die Pfarreien St. Peter und Paul (mit Vauban) und St. Georg
<b>Bereich:</b>	Seelsorgeeinheit, Pfarrei St. Georg, Pfarrei St. Peter und Paul, Kirche im Vauban
<b>Inhalt:</b>	Veröffentlichungen über das Gemeindeleben (Termine, Rückblicke, Bilder), Beiträge zur Glaubensbildung und Glaubensvertiefung
<b>Erscheint:</b>	4 mal jährlich
<b>Redaktionsschluss:</b>	Wird im Pfarrblatt etwa 2 Wochen vorher angekündigt.
<b>Kontakt:</b>	Barbara Hettich, <a href="mailto:St.Peter.und.Paul@kath-geht.de">St.Peter.und.Paul@kath-geht.de</a>

#### Hinweise zum Einsenden von Beiträgen/Berichten/Werbung

Ankündigung von Veranstaltungen:	Ja
Berichte von Veranstaltungen:	Ja
Richtwert für Ankündigungen:	500-700 Zeichen (mit Leerzeichen)
Richtwert für Berichte:	1500 Zeichen (mit Leerzeichen)
Bildveröffentlichungen:	Ja. Die Veröffentlichung muss aber mit den Personen auf den Fotos geklärt sein
Sonstige Hinweise:	Es werden in der Regel nicht die gleichen Texte wie im St. Georgener Bote veröffentlicht.

## 4. Evangelische Gemeindebriefe

Die evangelischen Strukturen sind nicht deckungsgleich mit den katholischen Strukturen. Auf dem Gebiet der katholischen Seelsorgeeinheit St. Georgen - Hexental liegen die evangelischen Predigtbezirke Lukas (St. Georgen), Kirche im Vauban und Johannes (Merzhausen, Au, Wittnau, Sölden) der Evangelischen Pfarrgemeinde Südwest sowie der Predigtbezirk Matthias Claudius (Günterstal, Horben) der Evangelischen Pfarrgemeinde Ost.

Dies gilt es zu beachten, wenn Veranstaltungen dort veröffentlicht werden sollen, z. B. in den Abkündigungen.

Nähere Informationen zu Veröffentlichungen in den evangelischen Gemeindebriefen finden Sie unter:

<http://www.ekifrei-suedwest.de/> (St. Georgen, Vauban und Hexental außer Horben) oder [redaktion@ekifrei-suedwest.de](mailto:redaktion@ekifrei-suedwest.de)

<https://evangelisch-freiburg-ost.de/> (für Horben)

## Lokal- und Regionalzeitungen

Lokalzeitungen sind eine gute Möglichkeit über den innerkirchlichen Bereich hinaus Veranstaltungen zu bewerben, nach ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu suchen oder auf kirchliche Themen, Jubiläen usw. aufmerksam zu machen. Hierbei ist es wichtig, sich frühzeitig über Redaktionsschlüsse, über ggf. anfallende Kosten und über die Gepflogenheiten zu informieren (Vorgaben zu Layout, Aufbau und Umfang des Artikels etc.).

### 1. Georgsbote

<b>Titel:</b>	St. Geogener Bote. Lokales Nachrichten- und Anzeigenblatt für den Stadtteil Freiburg-St. Georgen.
<b>Bereich:</b>	St. Georgen
<b>Inhalt:</b>	Nachrichten aus dem Stadtteil, Kirchliche Nachrichten, Vereinsnachrichten
<b>Erscheint:</b>	monatlich
<b>Redaktionsschluss:</b>	Zwei Wochen vor Erscheinung
<b>Kontakt:</b>	<a href="mailto:info@meierdruck-freiburg.de">info@meierdruck-freiburg.de</a>

### Hinweise zum Einsenden von Beiträgen/Berichten/Werbung

Ankündigung von Veranstaltungen:	Ja
Berichte von Veranstaltungen:	Ja
Richtwert für Ankündigungen:	k. A.
Richtwert für Berichte:	k. A.
Bildveröffentlichungen:	Ja
Sonstige Hinweise:	Namentlich gezeichnete Beiträge, Anzeigen und Fotos erscheinen in der Printausgabe und in der Onlineausgabe außer Verantwortung der Redaktion.

## 2. Hexentäler Amtsblatt

<b>Titel:</b>	Amtliches Mitteilungsblatt der Verwaltungsgemeinschaft Hexental, des Zweckverbandes Wasserversorgung Hexental und der Gemeinden.
<b>Bereich:</b>	Hexental-Gemeinden, Merzhausen, Au, Wittnau, Horben und Sölden
<b>Inhalt:</b>	Amtliche Nachrichten und Bekanntmachungen aus den Gemeinden, Kirchliche Nachrichten, Vereinsnachrichten
<b>Erscheint:</b>	i. d. R. zweiwöchentlich am Donnerstag/ Freitag
<b>Redaktionsschluss:</b>	Am Montag vor der Veröffentlichung, 15 Uhr.
<b>Kontakt:</b>	<a href="mailto:amtsblatt@merzhausen.de">amtsblatt@merzhausen.de</a>

### Hinweise zum Einsenden von Beiträgen/Berichten/Werbung

Ankündigung von Veranstaltungen:	Ja
Berichte von Veranstaltungen:	Ja
Richtwert für Ankündigungen:	k. A.
Richtwert für Berichte:	k. A.
Bildveröffentlichungen:	Ja
Sonstige Hinweise:	---

### 3. Reblandkurier

<b>Titel:</b>	Reblandkurier
<b>Bereich:</b>	Au, Wittnau, südlicher Breisgau
<b>Inhalt:</b>	Lokale Berichterstattung
<b>Erscheint:</b>	Jeden Mittwoch
<b>Redaktionsschluss:</b>	Montags, 12 Uhr
<b>Kontakt:</b>	<a href="mailto:redaktion.reblandkurier@wzo.de">redaktion.reblandkurier@wzo.de</a>

#### Hinweise zum Einsenden von Beiträgen/Berichten/Werbung

Ankündigung von Veranstaltungen:	Ja
Berichte von Veranstaltungen:	Ja
Richtwert für Ankündigungen:	k. A.
Richtwert für Berichte:	k. A.
Bildveröffentlichungen:	Ja
Sonstige Hinweise:	Die Redaktion behält sich das Recht vor, aus den zugesandten Texten und/oder Bildern auszuwählen. Es kann vorkommen, dass einzelne Beiträge nicht gedruckt werden können. Weitere Infos unter <a href="http://www.wzo.de">www.wzo.de</a> .

## 4. Badische Zeitung (BZ)

<b>Titel:</b>	Badische Zeitung
<b>Bereich:</b>	Freiburg, Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald (und darüber hinaus), Seelsorgeeinheit, St. Georgen, Vauban, Hexental
<b>Inhalt:</b>	Nachrichten, Veranstaltungshinweise, Berichte
<b>Erscheint:</b>	Täglich
<b>Redaktionsschluss:</b>	Ankündigungen ca. 10 Tage im Voraus
<b>Kontakt:</b>	a) Bereich St. Georgen und Bereich Vauban: <a href="mailto:redaktion.stadtteile@badische-zeitung.de">redaktion.stadtteile@badische-zeitung.de</a> , b) Bereich für ganz Freiburg: <a href="mailto:lokalred@badische-zeitung.de">lokalred@badische-zeitung.de</a> , c) Bereich Breisgau / Hexentalgemeinden: <a href="mailto:redaktion.breisgau@badische-zeitung.de">redaktion.breisgau@badische-zeitung.de</a> (Hexentalgemeinden).

### Hinweise zum Einsenden von Beiträgen/Berichten/Ankündigungen

Ankündigung von Veranstaltungen:	Ja
Berichte über Veranstaltungen:	Ja
Richtwert für Ankündigungen:	Siehe unten
Richtwert für Berichte:	Siehe unten
Bildveröffentlichungen:	Nur nach Absprache
Sonstige Hinweise:	---

### Tipps für Mails an die Redaktion

**Text direkt in die Mail:** Bitte integrieren Sie den Ankündigungstext, wann immer möglich, in die eigentliche Mail und vermeiden Sie Datei-Anhänge. Selbst wenn es sich nur um Word-Dateien handelt, verlängern diese die Rechnerlaufzeiten und erhöhen die Gefahr, dass die Mail von Virenschutzprogrammen zurückgehalten oder sogar ausgesondert wird. Wenn

Sie den Text in Word erfassen (z. B. um ihn bei sich dauerhaft abzuspeichern), können Sie ihn anschließend über die „Kopieren“-Funktion in den Zwischenspeicher nehmen und in die geöffnete Mail einfügen. Layout-Informationen (unterschiedliche Schriftgrößen, Fettungen, etc.) gehen beim Umheben in unser Redaktionssystem sowieso verloren, entscheidend ist die reine Textinformation. Natürlich können Sie dem reinen Presstext gerne einige einleitende Sätze voranstellen.

**Mail-Adresse:** Die korrekte Mail-Adresse für die Stadtteile-Redaktion (St. Georgen, Vauban) ist [redaktion.stadtteile@badische-zeitung.de](mailto:redaktion.stadtteile@badische-zeitung.de) (a). Für den Zeitungsteil „Freiburger Zeitung“ ist die Mail-Adresse [lokalred@badische-zeitung.de](mailto:lokalred@badische-zeitung.de) (b), für den Lokalteil im Breisgau (Hexental) ist die Mail-Adresse [redaktion.breisgau@badische-zeitung.de](mailto:redaktion.breisgau@badische-zeitung.de) (c). Bitte mailen Sie nicht einzelne Redakteure an, wenn dies nicht ausdrücklich abgesprochen wurde. Bei freien Tagen, Urlaub, etc. kommt niemand anders an diese Mails heran.

**Immer Rückrufnummer angeben:** Bitte geben Sie immer eine Rückrufnummer für mögliche Nachfragen an. Falls in der Pressemitteilung Angaben fehlen, muss eine Veröffentlichung im Zweifelsfall unterbleiben. Wenn Nachfragen nur über ein Rückmail möglich sind, führt das oft zu Verzögerungen, da gerade private Mail-Eingänge nicht immer regelmäßig überprüft werden.

**Betreffzeile sinnvoll ausfüllen:** Bitte achten Sie immer darauf, dass die Betreffzeile der Mail konkrete Infos enthält. Betreffzeilen wie „Für BZ“ oder „Veranstaltungshinweis“ erleichtern die Orientierung in unserem Maileingang, der oft in kurzer Zeit Dutzende Mails verzeichnet, nicht wirklich. Bitte nennen Sie bei einer Veranstaltungsankündigung zuerst das Datum, wann die Veranstaltung stattfindet, und geben danach Stichworte zum Inhalt und/oder zum Veranstalter an. Bitte nennen Sie möglichst auch den Stadtteil, wo die Veranstaltung stattfindet. Beispiel für eine Betreffzeile: „14.5.: Konzert in der EBW, Weingarten“.

**Aufbau des Textes:** Ankündigungen erscheinen bei uns zumeist in der Rubrik „Kurz gemeldet“, in der die Texte einem festen Aufbauschema folgen. Je näher die eingehenden Texte diesem Schema sind, desto geringer ist der Bedarf, sie zu verändern. Der Aufbau einer Meldung gestaltet sich wie folgt:

- Kurzüberschrift (meist nur ein bis drei Worte, zum Beispiel „Frühlingsfest“ oder „Vortrag über Panama“).
- Der Text selbst beginnt immer mit dem Stadtteil in Großbuchstaben, also etwa RIESELFELD oder MOOSWALD, und einem Punkt dahinter.
- Der eigentliche Ankündigungstext sollte nach Möglichkeit nur wenige Sätze umfassen und sagen WAS WANN und WO stattfindet.
- Bitte beim Ort auch immer die Adresse angeben (da zum Beispiel nicht jeder mögliche Interessierte weiß, wo sich dieses oder jenes Gemeindehaus befindet).
- Daten schreiben wir nach dem Muster „am Donnerstag, 6. Mai, ...“ (also immer mit Wochentag, Monatsname ausgeschrieben, keine Jahreszahl), Uhrzeiten nach dem Muster „... findet von 20 Uhr bis 22.30 Uhr statt“ (also bei der vollen Stunde NICHT 20.00 Uhr und auch NICHT 22 Uhr 30).
- Bitte keine Abkürzungen verwenden, auch das Wort „Straße“ schreiben wir immer aus (also „Sulzburger Straße 50“ statt „Sulzburger Str.“).
- Telefonnummern bitte immer komplett, das heißt: auch mit Vorwahl (nicht einmal alle Freiburger Stadtteile haben 0761).
- Auf jeden Fall Formulierungen in „Wir“-Form vermeiden, da diese auf jeden Fall umgeschrieben werden müssen (also nicht: „Wir freuen uns, den renommierten Buchautor XXXX gewonnen zu haben“, sondern: „Referent ist der bekannte Buchautor XXXXXXX.“.) Ebenso bitte die Leserinnen und Leser nicht direkt ansprechen („Anmelden können Sie sich...“ sondern z. B.: „Weitere Informationen und Anmeldungen unter Telefon XXXX.“)
- Bitte immer angeben, ob ein Eintrittspreis erhoben wird (und die Höhe nennen, oder ausdrücklich schreiben: „Der Eintritt ist frei.“)

Eine vorbildliche Meldung könnte also in etwa so aussehen:

*Dostojewskij verstehen*

*WEINGARTEN. Die mit zahlreichen Preisen ausgezeichnete Übersetzerin Svetlana Geier ist am Donnerstag, 13. Mai, 20 Uhr in der Erwachsenen-Begegnungsstätte Weingarten (EBW), Sulzburger Straße 18, zu Gast. Das Thema ihres Vortrages lautet „Dostojewskij übersetzen und verstehen“. Der Eintritt ist frei.*

**Möglichst keine Pdf-Dateien:** Als besonders ineffektiv hat es sich erwiesen, wenn die Badische Zeitung anstelle einer Pressemitteilung ein Veranstaltungsplakat oder einen Flyer in Form einer Pdf-Datei zugesandt bekommt. Zu den oben erwähnten Nachteilen von Datei-Anhängen kommt hinzu, dass die für die Presse nötigen Infos aus den Texten oft mühsam zusammengesucht werden müssen und häufig wichtige Infos fehlen. Zudem besteht nicht die Möglichkeit, Textpassagen direkt durch Umkopieren in unser Redaktionssystem zu übernehmen. Alles muss neu abgetippt werden – das erhöht die Gefahr von Fehlern, z. B. in der Schreibweise von Namen oder bei Daten und Uhrzeiten.

**Bilder nur nach Absprache:** Veranstaltungen werden nur in seltenen Ausnahmefällen mit Bildern angekündigt. Bitte senden Sie uns deshalb ohne vorherige Absprache keine Bilder zu. Falls es doch zu einer Bildveröffentlichung kommt: Bitte klären Sie unbedingt im Vorfeld, dass diese Bilder „rechtefrei“ sind, d. h. dass die Badische Zeitung sie veröffentlichen kann, ohne dass nachfolgende Ansprüche zu erwarten sind. Für die Veröffentlichung von Bildern, die der BZ von Veranstaltern zur Verfügung gestellt werden, wird kein Honorar gezahlt.

**Zeitlicher Vorlauf:** Ideal ist es, wenn wir Infos zur Ankündigung einer Veranstaltung etwa zehn Tage vor dem eigentlichen Termin erhalten. Da wir die Meldungen bei der Erfassung nach dem Veranstaltungstermin ordnen, führt ein extrem frühes Zusenden in der Regel nicht zu einer früheren Veröffentlichung. Aber es birgt die Gefahr, dass eine „veraltete“ Meldung im Blatt steht, wenn sich bis zur Veranstaltung noch etwas ändert (z.B. Veranstaltung fällt aus, anderer Referent, etc.). Bei sehr knappem Zusenden (erst ein oder zwei Tage vor dem Termin) hingegen kann es vorkommen, dass die Meldung nur noch in knappster Form oder im Extremfall gar nicht mehr berücksichtigt werden kann.

## Plakate und Flyer

Mit Plakaten und Flyern können, sind sie ansprechend gestaltet und geschickt platziert, die Aufmerksamkeit von Leuten auf eine Veranstaltung, ein Projekt o.ä. lenken, die ansonsten nichts davon mitbekommen würden. Gleichzeitig dienen sie als Gedächtnisstütze für Menschen, die sich bereits interessieren. Hier bieten wir grundlegende Tipps und zwei einfache, unkomplizierte Möglichkeiten Plakate und Flyer zu gestalten. Doch grundsätzlich gilt: Der Phantasie sind hier keine Grenzen gesetzt.

### Wie gestalten?

Plakate und Flyer sollten so gestaltet werden, dass sie mehrere Funktionen erfüllen:

- **Aufmerksamkeit, „Eye Catcher“**

Eine ansprechende, kreative Gestaltung erregt Aufsehen, macht neugierig für den eigentlichen Inhalt. Das kann durch einen markanten Spruch, mittels Humor oder Provokation, durch ein ästhetisch ansprechendes Bild, eine auffällige Farbwahl o. ä. gelingen. Ästhetik ist dabei wichtig, aber sie sollte sachdienlich sein und sich bestenfalls vom Gewohnten abheben.

- **Informationsvermittlung**

(Nur) die wichtigsten Informationen sollten auf den ersten Blick erkennbar werden. Weniger ist hier mehr! Die Orientierung an den „W-Fragen“ erleichtert die Informationsvermittlung: Was? (Name der Veranstaltung) Wann und wo? (Datum, Uhrzeit, Ort) Wer? (für wen ist die Veranstaltung gedacht? Wer veranstaltet sie?) ggf. Wieviel? (Eintrittspreis)

- **Wiedererkennung, „Corporate Identity“**

Gut gestaltete Plakate und Flyer haben einen hohen Wiedererkennungswert, Interessenten erkennen gleich, worum es geht und werden an die Veranstaltung erinnert. Oder die Interessenten erkennen gleich den Veranstalter und können daran entscheiden, ob die Veranstaltung interessant

sein könnte. Gefahr dabei: Interessante Veranstaltungen können wegen eines unbeliebten Veranstalters, besonders der Kirche, unbeachtet bleiben.

## Graphikvorlagen

Einfache Vorlagen mit einem Standard-Layout liegen den Pfarrbüros vor. In diese braucht man nur die Eckdaten (Was – Wo – Wann – Wer/Für wen – Wieviel?) einzufügen.

## Wo drucken (lassen)?

Einfache Plakate und Flyer können nach Rücksprache in den Pfarrbüros (St. Peter und Paul und Merzhausen) gedruckt und zugeschnitten werden, in kleinen Auflagen (bis 20 Blatt) auch farbig.

Aufwendig gestaltete und farbige Plakate und Flyer, vor allem in höheren Auflagen, können bei örtlichen Druckereien, Copyshops oder Online-Druckereien preiswert und in guter Qualität gedruckt werden.

## Wo aufhängen?

Plakate sollten gut sichtbar an vielbesuchten Orten aufgehängt werden – das sind in der Regel Orte, die man selbst im Alltag besucht, z. B. Bäckerei, Metzger, Supermarkt, Schule, Kita, Arztpraxis, Vereinshäuser. Die Schaukästen und Auslagen bei den Kirchen, Pfarrsälen und Pfarrbüros erreichen nur ein kleines Publikum.

Es ist wichtig eine Genehmigung vor dem Aufhängen von Plakaten und dem Auslegen von Flyern einzuholen. Am besten einfach in den entsprechenden Geschäften oder Büros freundlich nachfragen. Es gilt die örtlichen Bestimmungen zur Werbung im öffentlichen Raum zu beachten (Werbung bei Bus- und Straßenbahnhaltestellen ist kostenpflichtig!).

## Impressum

Diese Handreichung wurde herausgegeben vom Öffentlichkeitsausschuss des Pfarrgemeinderats (Ausschussmitglieder: Rudolf Mazzola, Bernhard Zimmermann, Peter Schüle und Adrian Schledorn) der katholischen Seelsorgeeinheit St. Georgen – Hexental, Bozener Straße 6, 79111 Freiburg.

Verantwortlich für den Inhalt: Pastoralassistent Adrian Schledorn, (bis 08/2019 in der SE St. Georgen-Hexental tätig)

Ansprechpartner: Pastoralreferent Peter Schüle,  
Pfarrbüro Wittnau  
Kapuzinerbuck 4  
79299 Wittnau  
[peter.schuele@kath-geht.de](mailto:peter.schuele@kath-geht.de)

Stand: 9. Dezember 2019