



# Redaktionsstandards

## Standards geben Sicherheit und schaffen Klarheit

Die Erstellung eines qualitativ hochwertigen Pfarrbriefes hängt maßgeblich von den vorhandenen Ressourcen und den Kompetenzen der Mitarbeitenden ab. Diese können jedoch auch wechseln, die Pfarrei verlassen oder neue kommen hinzu. Darum ist es wichtig, dass die Redaktionsstandards für die Erstellung eines Pfarrbriefes oder eines Pfarrmagazins festgehalten werden. Die Redakteure und alle, die daran mitarbeiten, können sich im Zweifelsfall daran orientieren. Hilfreich ist es, wenn die Redaktionsstandards in einer initialen Redaktionsbesprechung gemeinsam erarbeitet und abgestimmt werden – so kann sich niemand darauf berufen, etwas nicht gewusst zu haben oder sich nicht daran halten zu müssen.

Redaktionsstandards sorgen für klare Regeln und Vorgaben. Das hilft dem Team: Jeder weiß, wie er arbeiten soll und für was er zuständig ist. Und das hilft bei der Zusammenarbeit mit externen Autoren: Da die Redakteure wissen, was von ihnen erwartet wird, gibt es weniger Konflikte. Halten sich die Redakteure nicht an die Redaktionsstandards, muss die Redaktion Beiträge nicht annehmen, kann sie zurückhalten oder bearbeiten.

### Grundlagen

Zunächst ist es wichtig, sich über den Zweck des Mediums bewusst zu werden: Welche Menschen und welche Ziele sollen erreicht werden? Wer das klar für sich beantwortet hat, kann leichter planen und gestalten:

- An wen richtet sich der Pfarrbrief?
- Wer ist der Herausgeber des Pfarrbriefs?
- Wer ist inhaltlich für den Pfarrbrief verantwortlich?
- Wie oft erscheint der Pfarrbrief?
- Welchen Umfang hat der Pfarrbrief?
- Welche Finanzmittel stehen dafür zur Verfügung?

### Redaktion

- Wer ist Chefredakteur?
- Wie setzt sich die Redaktion zusammen?
- Welche Aufgaben haben welche Personen?
- Wer schreibt Nachrichten, Berichte und Beiträge?
- Wer liefert die Gottesdiensttermine?
- Wer liefert Bilder und Grafiken?
- Wer layoutet das Heft?

### Zulieferung von Content (Texte, Bilder)

Zwei Umstände sorgen aus der Erfahrung heraus immer wieder für Probleme: Der Redaktionsschluss und die Zulieferung von Inhalten.

### Redaktionsschluss

An der Einhaltung des Redaktionsschlusses hängt der ganze weitere Ablauf der Pfarrbrief-Erstellung. Wenn er nicht eingehalten wird und Beiträge später abgeliefert werden, bringt das den Ablauf durcheinander. Darum sollte die Redaktion den Redaktionsschluss mit Tag und Uhrzeit einhalten: Was danach geliefert wird – egal von wem

(!) – wird in dieser Ausgabe nicht mehr veröffentlicht und muss bis zur nächsten Ausgabe warten. Nur so ist ein professionelles Arbeiten möglich. Ein Hintertürchen gibt es allerdings noch: Es geht beim Redaktionsschluss um die gedruckte Ausgabe des Pfarrbriefes. Eine Veröffentlichung auf der Webseite ist jederzeit möglich. Generell raten wir dazu, dass die Texte immer sofort auf der Webseite veröffentlicht werden und erst danach im Pfarrbrief – und nicht umgekehrt.

### Texte

Auch die Zulieferung von Texten und Bildern ist sehr unterschiedlich. Hier raten wir dazu, Texte nur noch digital per Mail über eine Redaktionsadresse (z.B. [redaktion@kath-musterhausen.de](mailto:redaktion@kath-musterhausen.de)) anzunehmen, und zwar unformatiert und als Text direkt in die Mail eingefügt: Keine Word- oder pdf-Dokumente, weder per Mail noch auf einem USB-Stick, keine maschinengeschriebenen oder handschriftlich verfassten Blätter.

Zudem können Vorgaben zur Länge der Texte gemacht werden. Am einfachsten ist das, indem eine konkrete Zeichenzahl angegeben wird (XY Zeichen inkl. Leerzeichen) – eine Seitenangabe ist mit Blick auf die ohnehin unformatiert abzugebenden Texte nicht aussagekräftig genug. (Beispiel: Eine Standardseite DinA5 mit zwei Spalten ohne Text kann je nach Schriftgröße inkl. Leerzeichen zwischen 2.000 (Arial 11) und 2.500 Zeichen (Arial 10) aufnehmen).

Immer wieder kommt es vor, dass externe Redakteure Texte ungefragt mit der Bitte um Veröffentlichung zuliefern. Egal von welcher Gruppierung diese Texte stammen – es gibt keine Verpflichtung für die Redaktion, diese Texte zu veröffentlichen.

Die Redaktion behält sich zudem das Recht vor, jedwede Texte zu verändern – diese also zu kürzen oder zu ergänzen, umzustellen, umzuschreiben, Zwischenüberschriften einzufügen oder den Titel zu verändern.

Das Ziel muss es sein, leicht verständliche und vor allem interessante Texte zu veröffentlichen, die dem Gesamtzweck der Publikation zuträglich sind.

### Fotos

Bilder dürfen nicht in ein Dokument (pdf oder Word) eingebettet werden, sondern sind im jpg-Format an die Mail anzuhängen, dazu kommen eindeutige Angaben mit folgenden Informationen:

- Wer hat das Foto aufgenommen?
- Was genau ist auf dem Foto zu sehen?
- Sind die darauf zu sehenden Personen mit der Veröffentlichung einverstanden?

Die Auflösung der Bilder sollte 300 dpi betragen, die Dateigröße 5 MB nicht überschreiten.

## Layout und Gestaltung

Hier sollten Angaben zum Layout und Satz des Pfarrbriefes gemacht werden, also:

- Verwendete Standard-Software (z.B. Adobe InDesign oder Microsoft Publisher)
- Format der Publikation: gängig sind DinA5 bei einem Pfarrbrief und DinA4 bei einem Pfarrmagazin
- Vorlagen – z.B. mit einer Rubrikangabe in der Kopfzeile außen und der Seitenzahl in der Fußzeile außen, abgetrennt jeweils durch einen durchgehenden Strich
- Seitenaufteilung mit Seiteninhalt der Rubriken
- Satzspiegel: üblich sind 2 Spalten bei DinA5 und 3 Spalten bei DinA4
- Schriftart (en): Hier kann zum Beispiel eine Serifenschrift (z.B. Times New Roman) für den Fließtext verwendet werden und eine serifenlose Schrift (z.B. Arial) als Kontrast für Überschriften und Bildunterschriften.
- Schriftgröße. Üblich ist Schriftgröße 10 oder 11 für den Fließtext, 14 für Überschriften.
- Farbkonzeption: Welche Farben werden als Akzentfarben verwendet – z.B. angelehnt an das Logo der Pfarrei
- Verwendung von Bildern im Satzspiegel – also nur über eine, zwei oder drei Spalten, nicht unter- oder zwischenspaltig

## Druck

Ein hochwertiger Druck sollte für professionelle Publikationen Standard sein. Die schwarz-weiß-Ausgabe aus dem eigenen Kopierer auf grauem Umweltpapier gehört der Vergangenheit an. Es ist auch eine Milchmädchen-Rechnung, dass dieser Druck billiger ist als der aus einer beauftragten Druckerei: Nicht mitgerechnet werden nämlich die Personalkosten der Person, die das Papier nachlegt, den Toner nachfüllt, die Exemplare entnimmt, faltet und heftet.

Standard ist heutzutage ein durchgängig vierfarbiger Druck auf hochwertigem Papier. Üblich ist die Abgabe an eine online-Druckerei, die sehr schnell arbeitet. Wird die Druckdatei bis Montagmittag geliefert, kann der fertig gedruckte Pfarrbrief schon am Donnerstag vorliegen.

Dazu muss die Druckdatei als pdf im Druckformat abgegeben werden – Desktop-Publishing-Programme machen das automatisch.

Die Auflage hängt mit den Grundannahmen zusammen: An wen richtet sich der Pfarrbrief? Nur an die aktiven Gemeindemitglieder, an feste Abonnenten, an alle katholischen Haushalte oder soll er nur in der Kirche ausgelegt werden? Nach unserer Auffassung sollte der Pfarrbrief auch die Menschen erreichen, die nicht zum Kern der Gemeinde gehören. Mit einer möglichst breiten Themenvielfalt spricht das Blatt im Idealfall möglichst viele Leserinnen und Leser an.

## Vertrieb

Von der anvisierten Zielgruppe und damit der Auflage hängt auch der Vertrieb ab. Grundsätzlich gibt es drei Modelle der Verteilung:

### Ehrenamtliche Austräger

Im Idealfall gibt es in der Gemeinde genügend ehrenamtliche Helfer, die sich um die Verteilung des Blatts kümmern. Damit dies auch langfristig zuverlässig funktioniert, ist einiges an Organisationstalent und Beziehungspflege gefragt. Optimalerweise wohnt ein Austräger auch gleich in seinem Bezirk.

### Organisation des Vertriebs durch (Jugend-)gruppen und Verbände

Eine weitere Möglichkeit sind vor Ort ansässige (Jugend-)gruppen und Verbände, manchmal auch Einzelpersonen, die sich gegen eine Aufwandsentschädigung um die Verteilung kümmern. Wenngleich der finanzielle Aufwand dadurch höher ist als bei ehrenamtlichen Helfern, entfällt dafür oft der Organisationsaufwand, ein Vertriebsnetz aufrecht zu erhalten. Diese Aufgabe übernimmt dann im Regelfall der Verband / die Gruppe.

### Professionelle Dienstleister

Kommerzielle Lösungen, wie der Postversand (z.B. als Büchersendung) oder die Nutzung der Vertriebsnetze von Mitteilungsblättern, Anzeigenblättern oder Werbeprospekten sind meistens mit höheren Kosten verbunden. Doch sind diese mancherorts ein ebenso gangbarer Weg, den Pfarrbrief in die Haushalte zu bringen.

Letztlich ist die Entscheidung für die eine oder die andere Möglichkeit abhängig von den Gegebenheiten vor Ort: Wie setzt sich unser Team zusammen? Was können wir selber leisten? Wo benötigen wir Hilfe von außen? Wie finanziert sich unser Pfarrbrief?

*Georg Auer*