

**Plan.  
Los!**

## **Handout: Was ist Kommunikation**

1. Veranstaltungskalender
2. Werbung im Landbus
3. Zeitungen / Medien
4. Kirchenblatt
5. Social Media
6. Bildersuche
7. Anhang: Wie sag ich´s meinem Leser?

## **Veranstaltungskalender**

Die öffentlichen Veranstaltungskalender sind eine tolle Möglichkeit, Termine und Veranstaltungen die für eine erweiterte Zielgruppe interessant sind, kostenlos zu bewerben.

- \_ [www.wohintipp.at](http://www.wohintipp.at)
- \_ [www.wohin-heute.at](http://www.wohin-heute.at)

Das Eintragen der Termine ist ganz einfach, legen Sie sich einen aussagekräftigen Titel, eine Beschreibung und ein passendes Bild zu recht und legen Sie los! Zuvor ist es notwendig jeweils einen Benutzeraccount auf der jeweiligen Seite anzulegen.

## **Werbung im Landbus**

In den Bussen in Vorarlberg gibt es einen Präsentations-Bildschirm. Der Landbus bietet dies im Normalfall für die Pfarren kostenfrei an (unter Vorbehalt, Stand Oktober 2019).

Die Folien laufen in der Regel 1 Woche im Voraus zur Veranstaltung. Nehmen Sie für eine Einschaltung bitte direkt Kontakt mit David Kresser (E-Mail Adresse: [david.kresser@landbusunterland.at](mailto:david.kresser@landbusunterland.at)) auf.

## Zeitungen / Medien

Dass man mit dem Pfarrfest nicht die Titelseite der Vorarlberger Nachrichten für sich gewinnen kann, versteht wohl jede/r. Dennoch gibt es viele Möglichkeiten, auch kleinere Ereignisse aus dem Pfarrleben in die Öffentlichkeit zu bringen.

- Die Pfarrblätter, Websites und Flyer: Nutzen Sie die eigenen Medien Ihrer Pfarre. Im Regelfall kennen Sie die Kontaktpersonen vor Ort bereits.
- Gemeindeblätter: Schalten Sie doch auch einmal ein Inserat oder eine kleinere Anzeige.
- VN-Heimaten: Schicken Sie einen kurzen Text und eine Auswahl von 1-3 Fotos (in entsprechender Auflösung) an die Heimat-Redaktion. Oder nehmen Sie Kontakt mit den Lokalreporter/innen bei Ihnen in der Gemeinde auf und laden sie ein, über Ihre Veranstaltung zu berichten. Redaktionsschluss ist: Dienstagmittag. Kontakt: [heimat.bregenz@vn.at](mailto:heimat.bregenz@vn.at) bzw. [heimat.dornbirn@vn.at](mailto:heimat.dornbirn@vn.at) etc.
- Regionalzeitungen: Hier ist die Situation ähnlich wie bei der VN-Heimat. Versorgen Sie die Redaktionen kontinuierlich mit Ihren Nachrichten. Kontakt: <http://rzig.at/redaktion.html>
- Unter: <https://presse.vorarlberg.at/land/dist/medienverzeichnis.html> finden Sie alle Kontaktadressen der in Vorarlberg vertretenen Medien.

## Kirchenblatt

Vergessen Sie das Vorarlberger Kirchenblatt nicht. Das Kirchenblatt ist die Zeitung der Katholischen Kirche Vorarlberg. Sie erscheint jeweils am Donnerstag. Redaktionsschluss ist 10 Tage vorher.

**Kontakt:** [www.kirchenblatt.at](http://www.kirchenblatt.at) oder [redaktion@kath-kirche-vorarlberg.at](mailto:redaktion@kath-kirche-vorarlberg.at)

## Social Media

Immer wieder stellt sich die Frage, macht es Sinn einen Social Media Account zu eröffnen? Wenn Sie die folgenden Fragen mit „ja“ beantworten können, wäre es jedenfalls eine Überlegung wert:

- **Habe ich Bilder die für Social Media geeignet sind?**  
Keine Gruppenfotos, Bilder mit speziellen Perspektiven von innovativen Veranstaltungen oder dem „coolen“ Pfarrleben.
- Kann ich min. 3x die Woche einen Beitrag veröffentlichen?
- Gibt es eine Person welche dies pflegt und betreut? (*nicht der Zivi!*)
- Ich habe nicht die Erwartung, dass mein Account riesengroß und bekannt wird?

## Bildersuche

Eine Herausforderung kann es immer wieder sein, wenn keine eigenen Bilder vorhanden sind, passende, kostenfreie und lizenzfreie Bilder zu finden. Verwenden Sie auf keinen Fall die Google Bildersuche, Sie erkennen nicht, ob es erlaubt ist das Foto zu verwenden.

[www.flickr.com/kath-kirche-vorarlberg](http://www.flickr.com/kath-kirche-vorarlberg)

Die Fotos bei Flickr sind eine schöne Zusammenstellung von Fotos rund um das Vorarlberger Kirchenjahr. Zusammengestellt von der Redaktion der Katholischen Kirche Vorarlberg. Diese Fotos können uneingeschränkt genutzt werden (Pfarrblatt, Veranstaltungskalender, eigene Website, Flyer, Plakate etc.).

[www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)

[www.pexels.com](http://www.pexels.com)

Die Portale Unsplash und Pexels sind eine kostenlose Bildersuchmaschine. Die Fotos dürfen in der Regel ebenfalls uneingeschränkt genutzt werden. Bitte vergewissern Sie sich dennoch auf der jeweiligen Website ob dies der Fall ist.

## **Anhang: Wie sag ich's meinem Leser?**

### **Schreiben ist keine Zauberei**

- \_ jeder kann schreiben
- \_ jeder hat seinen eigenen Stil
- \_ schreiben ist Übersetzungsarbeit
- \_ soll Wichtiges/Berichtenswertes zeigen

### **Prinzipielles**

- \_ Drei-Teilung der Texte in Titel (eventuell Untertitel), Vorspann, Text
- \_ Titel ist die Kürzestfassung des Artikels. Er muss das Interesse des Lesers wecken (unerwartet, überraschend, Wortspielereien aber auch – wenn es dem Anlass entspricht – ganz klassisch). Der Titel steht immer im Präsens
- \_ Vorspann hebt die wichtigsten Punkte hervor – als Richtwert z. B. nicht mehr als 1 ½ Zeilen (12Pt. Times New Roman)
- \_ Text an sich soll unbedingt die W's beinhalten (wer, was, wann, wo, warum) und sich im Idealfall vom Wichtigsten zum Unwichtigeren bewegen (Text kann so leicht von unten gekürzt werden). Die ersten paar Sätze müssen den Leser „in den Text ziehen“

### **Wie schreiben?**

- \_ Perspektivenwechsel: Was will der Leser wissen? Was interessiert mich, was ist es wert, berichtet zu werden?
- \_ was ist Geschichte?
- \_ was ist der Küchenzruf der Geschichte?
- \_ kurze Sätze
- \_ maximal 20 Worte pro Satz
- \_ sich nicht in der Wortwahl übertreffen wollen – sagen, was es ist (Fragen statt Problembereiche)
- \_ gliedern: Doppelpunkt, Gedankenstriche, Zwischentitel (wie kleine Kapitelüberschriften – gerne auch Zitate verwenden)
- \_ sparsam mit Adjektiven (Gefahr der „Blumigkeit“)

### **Texteinstiege**

- \_ Szenerie entwerfen, die auf den Bericht hinführt (z. B. Stimmungsbild beim Einsteigen in den Ausflugsbus)
- \_ Zitat
- \_ Irritation (z. B. „Der Beruf des Mesners ist tot.“)
- \_ Fragen stellen, die dann im Text abgearbeitet werden
- \_ Zahlenspiele – Spiele mit Daten und Fakten: (z. B. „1,45 Millionen. Das ist genau die Anzahl der Kerzen, die ein durchschnittlicher Mesner in seinem Leben entsorgen muss.“)

### **Was langweilt**

- \_ Worte und Begriffe, die inflationär gebraucht wurden z. B. in der Werbung (kreativ, innovativ, global, nachhaltig, ...)
- \_ Worte, die eine Wiederholung vermuten lassen (z. B. „Wie jedes Jahr trafen sich auch heuer wieder die Vertreter/innen der österreichischen Mesner.“)
- \_ Abstraktes – Begriffe wie „Strukturen“, „Modelle“, „Ebenen“, „Bereiche“ – immer ein konkretes Beispiel suchen.
- \_ Erzählen mit Nomen: In Erwägung ziehen – erwägen

### **Fotoauswahl**

- \_ ein Bild sagt mehr als 1000 Worte
- \_ Bild, das den Kern des Berichts fasst, das typisch ist
- \_ Bewegung im Bild (eher weniger statische Gruppenbilder)
- \_ Zentrum des Bilds darf nicht leer sein

Lukas Meusburger  
Veronika Fehle