

Fotos, Grafiken, Tipps & Co.



So bringst du deinen Redakteur vor Freude zum Platzen!



Viele Selbstständige und Spezialisten, die einen Fachartikel schreiben, denken sich: „Hauptsache, das Manuskript ist gut.“. Zurecht! Doch gute Fotos, erklärende Grafiken und Tabellen sowie ergänzende Checklisten und Tipps erhöhen die Veröffentlichungschance. →



Tipp Porträtfotos: Deine Porträtfotos sollten nicht älter als 3 Jahre sein und 300 dpi haben.

→ Die meisten (Fachzeitschriften-) Redakteure müssen ein Heft oder mehrere Seiten davon gestalten – und zwar so, dass die potenziellen Leser des Magazins zu dessen Kauf und Lektüre animiert werden. Dafür brauchen die Redakteure auch Fotos, mit denen sie die Artikel „bebildern“ können. Und Grafiken, um komplexe Sachverhalte übersichtlich darzustellen. Und so genannte Kastenelemente, die den Lesern Hintergrundinfos und Tipps zum Umsetzen geben. Diese Illustrationselemente zu besorgen oder zu erstellen, kostet Zeit und Geld. Beides haben die Redaktionen kaum. Deshalb erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass dein Manuskript publiziert wird, wenn du den Redakteuren solche Elemente mitlieferst – speziell bei Fachzeitschriften.

Das perfekte Foto

„Bitte sende uns ein Portraitfoto – mit einer Auflösung von mindestens 300 dpi.“ Wenn Redaktionen sich mit solchen Anfragen an Artikelschreiber wenden, antworten diese oft: „Das muss ich erst machen lassen.“ Übersetzt heißt dies: Der Redakteur muss längere Zeit

auf das Foto warten. Denn in der Regel haben die Artikelautoren erst einige Tage später Zeit, zum Fotografen zu gehen. Das ärgert den Redakteur – insbesondere wenn der Drucktermin seines Magazins vor der Tür steht. Dann steckt er in der Bredouille. Soll er den Artikel ohne Autorenfoto veröffentlichen? Das widerspricht oft seinen Vorgaben. Oder soll er einen anderen, inhaltlich passenden Artikel veröffentlichen? Den muss er aber erst mal haben.

Oft bekommen Redakteure, wenn sie Selbstständige um ein Portraitfoto bitten, Fotos zugesandt, die

diese für ihre Webseite erstellt haben. Entsprechend niedrig ist die Auflösung – zum Beispiel 72 dpi. Deshalb sind die Fotos für eine Veröffentlichung in Printmedien ungeeignet. Dort muss die Auflösung mindestens 300 dpi betragen. Sonst ist die Druckqualität schlecht.

Wenn du Pressearbeit betreibst, solltest du ein aktuelles Porträtfoto von dir parat haben. Die Betonung liegt auf „aktuell“. Denn immer wieder senden Autoren den Redaktionen Fotos, die erkennbar einige Jahre auf dem Buckel haben. Älter als drei Jahre sollten deine Fotos nicht sein. Völlig unüblich ist es inzwischen, Redaktionen Papierbilder zu senden, die noch eingescannt werden müssen. Schicke ihnen die Fotos als Dateien – und zwar möglichst im jpg- oder tif-Format.

Neben dem Porträtfoto solltest du ein oder zwei Fotos haben, die dich in einer Arbeitssituation zeigen. Zum Beispiel als Therapeut im Gespräch mit Klienten. Oder als Architekt auf dem Bau. Denn viele Illustrierte, aber auch Fachzeitschriften veröffentlichen lieber solche Fotos als die meist langweiligen →

Tipp Arbeitsfotos: Habe auch immer Fotos parat, die dich in Arbeitssitu- ationen zeigen.





Tipp Tabellen & Grafiken: Erstelle leicht verständliche Tabellen und Grafiken für die Redaktion.

→ Porträtfotos. Zumindest schadet es nichts, wenn du den Zeitschriften solche Fotos als Alternative anbietest – zumal sie auch visuell verdeutlichen, wofür du ein Spezialist bist. Doch achte bei gestellten Fotos darauf, dass diese nicht in sich widersprüchlich sind. Zum Beispiel weil du in Beratungssituationen keinen Augenkontakt mit deinen Klienten hast (sondern in die Kamera schaust).

Ideal ist es, wenn du auch einige Fotos vorrätig hast, die einen Bezug zu deinem Tätigkeitsfeld aufweisen. Zum Beispiel, wenn du im Gesundheits- und Pharmabereich unterwegs bist, Fotos aus Apotheken oder Arztpraxen. Und wenn du ein Instandhaltungsspezialist bist? Dann können dies Fotos sein, die Mitarbeiter von Unternehmen beim Reparieren von Maschinen zeigen.

Wenn du den Redaktionen (von Fachzeitschriften) neben Porträtbildern solche Fotos anbietest, wirst du merken: Diese werden gerne genutzt. Denn die meisten Redaktionen haben zum Illustrieren von

Fachbeiträgen kaum passende Fotos im Archiv. Und zum Kauf von Fotos fehlt ihnen das Geld.

Schöne (!) Grafiken & Tabellen

Grafiken und Tabellen sind aus Sicht der Redakteure Instrumente, um

► Sachverhalte, die in einem Artikel nur schwierig oder mit vielen Worten dargestellt werden könnten, den Lesern übersichtlich und komprimiert vor Augen zu führen, und

► Lesern Zusatzinfos zu geben, ohne dass der Artikel zu stark aufgebläht wird, so dass beim Lesen nicht so schnell der Überblick verloren geht.

Deshalb integrieren Redakteure beide Elemente besonders gern in Artikel, die komplexe Themen behandeln. Tabellen und Grafiken sind dort vielfach ein Muss, damit der Text „leserfreundlich“, also leicht lesbar und verständlich bleibt. Dies ist zum Beispiel oft bei Berichten über Projekte in Unternehmen der Fall. Denn diese gliedern sich meist in mehrere Phasen, in denen unterschiedliche Maßnahmen durchgeführt werden, die sich ihrerseits wiederum bedingen. Diese Zusammenhänge nachzuvollziehen, ist für Leser in ausformulierten Texten zuweilen schwer. Deshalb versuchen die Redakteure, den Lesern mittels Grafiken einen Gesamtüberblick zu verschaffen.

Ähnlich verhält es sich, wenn ein Artikel die Arbeit eines Verbands beschreibt und im Text immer wieder von dessen Vorstand und Präsi- →

Tipp Checklisten: Schreibe kurze und knackige Checklisten, die den Lesern wirklich helfen.



→ dium, Ausschüssen und Kommissionen sowie ehren- und hauptamtlichen Mitarbeitern die Rede ist. Dann integrieren die Redakteure in den Artikel gerne eine Grafik, die die Verbandsstruktur zeigt.

Gut formulierte Tipps

1. Entwickle eine Vision von deinem künftigen Leben, die die vier Lebensbereiche „Arbeit“, „Familie/Kontakt“, „Körper/Gesundheit“ und „Sinn/Kultur“ umfasst.
2. Definiere, worin sich für dich ein erfülltes Leben zeigt. (Darin, dass du in einer Villa wohnst? Oder darin, dass du viel Zeit für deine Hobbys hast?)
3. Formuliere für die vier Lebensbereiche Ziele, die du erreichen möchtest.
4. Überlege dir, welche Personen dir emotionalen Halt geben.
5. Frage dich, inwieweit deine Ziele mit den Zielen dieser Personen kollidieren, und welche Kompromisse du bereit bist, einzugehen.

Achte beim Erstellen von Grafiken darauf, dass diese nicht zu komplex werden. Denn Grafiken sollen den Lesern komplexe Sachverhalte ja gerade bildhaft und leicht verständlich vor Augen führen. Hinzu kommt: Redakteure veröffentlichen ungern Grafiken, die so umfangreich sind, dass sie in ihrem Heft eine halbe Seite einnehmen. Denn dann bleibt nur noch wenig Platz für den eigentlichen Bericht. Überlege also auch beim Erstellen von Grafiken: Was muss rein

und was kann weggelassen werden? Grafiken solltest du Redaktionen in einem Dateiformat senden, das diese noch bearbeiten können – also zum Beispiel als PowerPoint-Datei. Denn jede Redaktion hat ihre eigenen Regeln, Grafiken zu gestalten. Dasselbe gilt für Tabellen.

Sinnvolle Checklisten & Tipps

Alle Fachzeitschriften wollen ihren Lesern einen praktischen Nutzen bieten. Ähnlich verhält es sich mit den Service- und Ratgeberseiten von Tageszeitungen und Illustrierten. Deshalb publizieren sie gerne ergänzend zu den Artikeln Tipps und Checklisten – in ihren Print- und Onlineausgaben. Zuweilen machen sie das Veröffentlichen eines Manuskripts sogar vom Liefern solcher Elemente abhängig.

Tipps sollten kurz und knackig formuliert sein – sich also nicht in allen möglichen „Wenns“ und „Abers“ ergehen. Du solltest dem Leser klipp und klar sagen: „Mache dies und mache das.“ Oder: „Denke an dieses und beachte jenes.“ Daher sind gute Tipps pointiert formuliert und oft werden die Leser direkt angesprochen. Als Beispiel sollen hier Tipps dienen, die der Coach und Lebensberater Dr. Kai Hoffmann ergänzend zu einem Artikel zum Thema „Vorsätze fassen und umsetzen“ schrieb:

1. Entwickle eine Vision von deinem künftigen Leben, die die vier Lebensbereiche „Arbeit“, „Familie/Kontakt“, „Körper/Gesundheit“ und „Sinn/Kultur“ umfasst.
2. Definiere, worin sich für dich ein erfülltes Leben zeigt. (Darin, dass du in einer Villa wohnst? Oder darin, dass du viel Zeit für deine Hobbys hast?)

3. Formuliere für die vier Lebensbereiche Ziele, die du erreichen möchtest.
4. Überlege dir, welche Personen dir emotionalen Halt geben.
5. Frage dich, inwieweit deine Ziele mit den Zielen dieser Personen kollidieren, und welche Kompromisse du bereit bist, einzugehen.

In deine Tipps darfst du aus Expertensicht durchaus Selbstverständlichkeiten formulieren. Deine Tipps sollten vielfach sogar (scheinbar) banal sein – zum Beispiel, wenn du als Therapeut oder Ernährungsberater, Rechtsanwalt oder Steuerberater den Lesern von Zeitungen irgendwelche Empfehlungen gibst. Denn die Adressaten der Tipps sind im Gegensatz zu dir meist keine „Experten für ...“. Dasselbe gilt, wenn du eine Checkliste erstellst, worauf Personen zum Beispiel beim Abschließen eines Ehevertrags achten sollten oder beim Kauf eines Hauses. Denn im Gegensatz zu dir befassen sich die Leser der Magazine nicht tagtäglich mit diesen Themen. Entsprechend dankbar sind sie oft schon für einfache Hilfestellungen. ■

Autor: Bernhard Kuntz



Bernhard Kuntz
(geb. 1958)
ist Inhaber
des PR- und
Redaktionsbüros
Die PRofilBerater

in Darmstadt. Er ist auf die Themen Marketing und Verkauf sowie Personal- und Unternehmensführung spezialisiert. Er ist Autor der Bildungs- und Beratungsmarketing-Fachbücher „Die Katze im Sack verkaufen“ (2005) und „Fette Beute für Trainer und Berater“ (2006).

www.die-profilberater.de