

# Dialog

Die Hessen-Forst Zeitung

## Autorenhinweise

### Grundsätzliches

Die Beachtung folgender Hinweise erleichtert die Arbeit des Redaktionsteams erheblich und trägt zur raschen Veröffentlichung der Beiträge bei. Grundlage für die Redaktionsarbeit sind die jeweils geltenden Redaktionsstatuten der Mitarbeiterzeitschrift des Landesbetriebs Hessen-Forst: „Im Dialog“.

Die Beiträge sollten klar und verständlich formuliert sein, der Inhalt strukturiert und insgesamt gestrafft präsentiert werden. Jeder Beitrag sollte möglichst eine Druckseite (ohne Abbildungen) nicht überschreiten, was etwa 6.000 Anschlägen einschl. Leerzeichen bzw. drei Manuskriptseiten entspricht (vgl. Abschnitt Formatierungen).

Bilder oder Grafiken lockern den Beitrag auf und sind, wenn sie die Aussagen des Textes stützen bzw. ergänzen und den Qualitätsansprüchen entsprechen (vgl. Abschnitte Graphiken, Bilder), sehr willkommen.

Für den Inhalt der Beiträge sind die Verfasser verantwortlich. Die Redaktion behält sich eine redaktionelle Bearbeitung ggf. eine Kürzung der eingereichten Beiträge vor.

Ein Rechtsanspruch auf Drucklegung der eingereichten Beiträge besteht nicht.

Für die eingereichten und abgedruckten Beiträge wird kein Honorar gezahlt.

Jeder Autor erhält nach Drucklegung drei Beleg-Exemplare kostenlos zugesandt.

### Aufbau und Gliederung

Die Hauptüberschrift muss sehr knapp abgefasst sein und das Wesentliche des Beitrags klar zum Ausdruck bringen. Die Texte bitte durch kurze Zwischenüberschriften gliedern. Sie sollten so formuliert werden, dass der Leser dadurch neue Leseanreize erhält.

### Formatierung

**Die Beiträge bitte wie folgt formatieren:**

Schriftart: Arial

Schriftgrad: Text = 12 (keine weiteren Hervorhebungen) Titel = 14 und fett

(keine Nummerierung) Untertitel = 12 und fett (keine Nummerierung)

Zeilenabstand: 1,5

Flattersatz, Einspaltig

Keine Silbentrennung

**Ein vollständiger Beitrag enthält folgende Elemente:**

- Daten zum Autor in der Kopfzeile des „Beitragsbogens“
- den Beitrag als Fließtext (ohne Tabellen, Abbildungen und Graphiken)
- ggf. Graphiken mit den Werten in gesonderten Dateien,
- ggf. Tabellen mit Überschriften,
- ggf. Bilder bzw. Bildvorschläge (wenn möglich mit Quellenangaben)
- Legenden zu den Graphiken, Tabellen, Bildern auf der letzten Seite des „Beitragsbogens“
- ggf. Literatur

Graphiken, Bilder und Tabellen bitte in der Reihenfolge ihres Erscheinens im Text nummerieren.

### Technische Hinweise

Beiträge bitte in elektronischer Form, möglichst als E-Mail, an die Redaktion senden.

Die Beiträge sollten mit einem gängigen Textverarbeitungsprogramm (bevorzugt Microsoft Word) geschrieben werden.

Jede Tabelle und jede Grafik ist als eigenständige Datei abzuspeichern. Bevorzugte Formate sind MS-Excel für Tabellen und „.jpg“ oder „.tif“ Formate für Graphiken und Bilder.

Die Verwendung des in der Anlage beigefügten „Beitragsbogens“ wird dringend empfohlen, da hier alle wesentlichen Daten, die für die weitere Bearbeitung der Beiträge notwendig sind, standardisiert abgefragt werden. In jedem Fall müssen Beiträge stets mit Namen und vollständiger Adresse (Telefon-, Faxnummer, E-Mail-Adresse des Autors ggf. der Co-Autoren) notiert sein; ebenso bitte die Autoren von Bildern angeben.

Den fortlaufenden Text nicht durch die Wiedergabe von Abbildungen und Tabellen oder deren Unter- bzw. Überschriften unterbrechen sondern darauf in

Klammern verweisen (z.B. Abb. 1, Tab. 4). Bilder und Grafiken bitte als gesonderte Dateien schicken, in jedem Fall muss eine eindeutige Zuordnung zum Beitrag, und zur Textstelle gegeben sein.

### Grafiken

Die Schriftgröße muss so gewählt werden, dass sie auch bei starker Verkleinerung der Grafik noch gut lesbar bleibt.

In Grafiken bitte unnötige Freiräume vermeiden (unnötige Ränder, keine weit über die Messergebnisse reichende Skalierung etc.).

Wenn die Grafik nicht als Datei verfügbar ist, stets einen Originalausdruck einsenden (Ausdruck mit mind. 600 dpi; sodass schräge Linien nicht stufenförmig erscheinen). Schrift und Kurven sollen tiefschwarz sein. Zur Kennzeichnung von Säulendiagrammen keine Graustufen wählen; kontrastreiche aber keine grellen Farben verwenden.

### Bilder

Bilder müssen ebenfalls kontrastreich sein und vor allem eine hohe Tiefenschärfe besitzen.

Am geeignetsten sind digitale Bilder aber auch Farbfotos und Farbdias können verarbeitet werden.

Farb-Fotos: Abzüge von Farb-Negativ-Filmen sollten mindestens im Format 9 x 13 cm und in Hochglanz angefertigt werden.

Farb-Dias: Als Vorlage für den Farbdruck sind gut ausgeleuchtete, feinkörnige Dia-Positive am besten geeignet.

Digital-Fotos: Fotos mit digitalen Kameras sollten in höchstmöglicher Auflösung (mindestens jedoch 600 dpi) gemacht werden.

Wesentlich ist die Angabe der Urheberschaft der eingereichten Bilder sowie die Übertragung der Reproduktions- und Vervielfältigungsrechte der Bilder für die Mitarbeiterzeitung des Landesbetriebs.

Mit der Einsendung von Bildmaterial an die Redaktion der Mitarbeiterzeitschrift „Im Dialog“, räumt der Bildautor der Redaktion die entsprechenden Rechte uneingeschränkt und kostenfrei ein.

## Neue deutsche Rechtschreibung

Alle Zeitschriften des Verlages benutzen die neue deutsche Rechtschreibung. Häufigster Fehler ist in den Manuskripten die falsche Verwendung des „ß“. Nach einem kurz gesprochenen Selbstlaut (z.B. Fluss) kommt ein Doppel-S und nach einem lang gesprochenen Selbstlaut (Fuß) ein ß.

## Zitate

Zitate aus veröffentlichten Arbeiten bitte im Text mit dem Namen des (der) Autors (Autoren) und dem Erscheinungsjahr der Arbeit (in Klammern) belegen; Bsp.: Mayer (1987) hat gezeigt ... Einige Autoren (Müller u. Bauer 2000; Schmitt et al. 2002) weisen darauf hin ... Wird eine Arbeit von

mehr als zwei Autoren zitiert, ist nur der erste Name gefolgt von „et al.“ im Text anzugeben (im Literaturverzeichnis hingegen bitte alle Co-Autoren aufführen). Werden mehrere Autoren an derselben Textstelle zitiert, so sind sie chronologisch zu ordnen. Werden mehrere Arbeiten eines Autors desselben Jahres zitiert, so sind diese durch ein Suffix (a, b etc.) zu kennzeichnen, Bsp.: Sauer 1979a, 1979b. Die im Text zitierte Literatur bitte im Literaturverzeichnis vollständig aufführen. Die Arbeiten sind alphabetisch nach dem Namen der Autoren, mehrere Arbeiten eines Autors bitte zusätzlich chronologisch ordnen. Zunächst werden die Arbeiten, in denen der Verfasser alleiniger Autor ist, angegeben, danach folgen die Arbeiten des Autors, in denen dieser an erster Stelle mit anderen Verfassern genannt wird.

## Artikel aus Zeitschriften:

Name des Autors, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen/s (; Co-Autor) Erscheinungsjahr. Name der Zeitschrift, Jahrgang, Seitenzahl.

Bsp.: Mayer, H. 1987. Maikäfer und ihre Vermehrung. Pflanzenschutz 12, 1-22.

## Artikel aus Büchern:

Autor (wie bei Zeitschriften) Erscheinungsjahr. Titel des Artikels. In: Herausgeber (Hrsg.). Buchtitel. Erscheinungsort, Seitenzahl (des Artikels).

Bsp.: Evers, F.H.; Gussone, H.-A. 1991. Ernährung und Düngung der Fichte. In: Schmidt-Vogt, H. (Hrsg.). Die Fichte, Bd. II/3. Hamburg u. Berlin, 524-599.

## Büchern:

Name des Autors (wie bei Zeitschriften) Erscheinungsjahr. Titel. Erscheinungsort. Bsp.: Schroth, K.P. 2005. Fortökologie. Berlin.

## Anhang

### Grundsätzliche Regeln für das Schreiben von Beiträgen

Quelle: Klaus Kuhn, Sprecher des Vorstands der Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Köln/München

#### 1. Regel

Je breiter die Zielgruppe, desto einfacher muss die Sprache sein. Deshalb müssen Sie auch Kompliziertes einfach ausdrücken können. Verzichten Sie – wenn möglich – auf Fremdwörter, für die ein gleichwertiges deutsches Wort zur Verfügung steht.

Erklären Sie die Fachausdrücke und Abkürzungen immer, wenn sie in Ihrer Lesergemeinschaft noch nicht gebräuchlich sind.

Wenn Fremdwörter und Fachtermini deutlicher sind und den Sachverhalt besser treffen als eine krampfhaftige Übersetzung ins Deutsche, sind sie nicht nur erlaubt, sondern notwendig.

#### 2. Regel

Streichen Sie alle Füllwörter, die der Sprechsprache angehören: nun, gar, ja, wohl, allemal, sowieso, eigentlich, irgendwie, selbstverständlich, überaus. Verzichten Sie auf diese sprachlichen Blähungen.

Misstrauen Sie Adjektiven. Streichen Sie Eigenschaftswörter ohne präzise erkennbare Eigenschaften. Hüten Sie sich vor Redundanzen: Seltene Rarität, innovative Neuentwicklung, monetäre Finanzwirtschaft

#### 3. Regel

Formulieren Sie die wichtigsten, zentralen Teile Ihrer Texte als einfache Hauptsätze – grundsätzlich also in der Folge Subjekt – Prädikat – Objekt.

Für den Einstiegs-Satz kann die Ausnahmeregel gelten Objekt – Prädikat – Subjekt.

Nebensätze sind nicht verboten, aber sie sollten kurz sein und hinter dem Hauptsatz stehen, nicht davor (Vorangestellte Nebensätze kehren die Kausalität um). Schachtelsätze sollten Sie vermeiden, weil sie Sinnzusammenhänge zerstören. Bieten Sie Abwechslung, wenn Sie die Sätze aneinander reihen, benutzen Sie den Gedankenstrich oder setzen Sie gezielt den Doppelpunkt. Geben Sie den Texten Rhythmus, indem Sie lange und kurze Sätze aufeinander folgen lassen.

Schreiben Sie solche mit Nebensatz und andere ohne. Gebrauchen Sie viele kurze Wörter in längeren Perioden oder wenige lange Wörter in kurzen Sätzen.

#### 4. Regel

Thema Sprachökonomie: Schreiben Sie viele kurze Sätze – sie sind fast immer verständlicher als lange Sätze:

- 5 Wörter oder weniger haben 50 Prozent der Sätze in „Bild“.
- 9 Wörter sind laut „dpa“ die Obergrenze für gute Verständlichkeit.
- 10 Wörter darf ein Satz haben, den ein durchschnittlicher Deutscher nach einmaligem Lesen sinngemäß wiedergeben kann.
- 14 Wörter pro Satz haben im Durchschnitt die „Heute“-Nachrichten des ZDF.

#### 5. Regel

Vergessen Sie die journalistischen Konventionen nicht:

Hans-Dietrich Fuchs	statt	Herr Fuchs
Liselotte Meyer	statt	Frau Meyer
Professor	statt	Prof. Dr.
Herbert Schimpf	statt	Dipl.-Ing. Schimpf
eins bis zwölf	statt	1 – 12
25 Euro	statt	€ 25,-
Prozent	statt	%
Millionen	statt	Mio.
Milliarden	statt	Mrd.
Kilometer	statt	km
Commerzbank	statt	COMMERZBANK AG
etc., u.a., usw.	vermeiden	

#### 6. Regel

Vermeiden Sie eine Überfrachtung mit Zahlen. Runden Sie Zahlen im Textteil, wo immer möglich.

#### 7. Regel

Einladen statt überfallen. Ein einziger Satz kann Interesse schaffen, zum Weiterlesen reizen, die Bereitschaft öffnen, auch viele weitere Sätze bis zum Ende des Kapitels durchzuhalten. Wenn es aber um einen fesselnden Textbeginn geht, stellt sich oft der „horror vacui ein – die Hirnlähmung vor dem leeren Blatt Papier. Eine Analyse hilft:

- Welche Kernbotschaft will ich vermitteln?
- Was ist daran ungewohnt, unerwartet, bizarr oder gar dramatisch?
- Was erwartet der Leser?

# Redaktionsstatuten für die Mitarbeiterzeitung des Landesbetriebs Hessen-Forst

## Ziel

Die Mitarbeiterzeitschrift für Hessen-Forst (MZ) ist die von den Beschäftigten akzeptierte Informationsplattform, die als wichtiger Teil der internen Kommunikationsstruktur zur Verbesserung des Informationsflusses und -austauschs und damit der Verständigung innerhalb des Landesbetriebs beiträgt (Unternehmenskultur).

**Zeitung** für Mitarbeiter aller Ebenen. Sie finden sich in den Themen, den Bildern und der Sprache wieder.

**Glaubwürdigkeit** ist für die Akzeptanz der MZ von entscheidender Bedeutung; Diskussion ist ausdrücklich erwünscht.

Plattform zur Anregung von Diskussionen, Positionierung von aktuellen oder grundsätzlich bedeutsamen Themen, Meinungsbildung und Meinungsäußerung (z.B. Leserbriefe, Diskussionsforen, Rubriken). Einen Anspruch auf die uneingeschränkte Wiedergabe eines Beitrages gibt es nicht. Die Redaktion behält sich die Auswahl der Beiträge sowie Kürzungen vor.

**Abwechslung** ist eine Voraussetzung für die Attraktivität der MZ. Sie wird durch viele Autoren, durch stilistische Vielfalt und durch eine breite Palette journalistischer Genres gewährleistet werden (Meldung, Bericht, Feature, Interview, Reportage, Porträt, Kommentar, Glosse, Rezension, Nachruf etc.).

**Darstellung** der Inhalte erfolgt in übersichtlicher und knapper Form. Rubriken strukturieren die Inhalte; Überschriften, Abbildungen und Kästen schaffen Übersicht.

**Personalisierung** bedeutet die Bearbeitung von Themen mit Bezügen zur konkreten Arbeitssituation der Beschäftigten mit dem Ziel der Identifikationssteigerung.

**Regelmäßigkeit** unterstreicht die Bedeutung der MZ als wesentliche Säule der internen Kommunikation; Die MZ erscheint vierteljährlich, möglichst zu festen Terminen.

## Zielgruppen

Zielgruppe der MZ sind alle Beschäftigten des Landesbetriebs.

Hinzu kommen die Beschäftigten in den Forstabteilungen der Regierungspräsidien und des für Forsten zuständigen Ministeriums.

Auch die ehemaligen Beschäftigten des Landesbetriebs bzw. der Hessischen Landesforstverwaltung gehören zum Kreis der Bezieher.

## Redaktion

Die Erstellung der MZ erfolgt in einer Redaktion. Aufgrund der beschränkten Ressourcen besteht die Redaktion aus einem kleinen Team von fünf bis sechs MitarbeiterInnen. Der Chefredakteur wird vom Landesbetriebsleiter benannt und ist verantwortlich für die Herausgabe der Zeitung. Der Chefredakteur stellt das Redaktionsteam im Einvernehmen mit dem Leiter des Landesbetriebes zusammen. Herausgeber der MZ ist der Landesbetrieb Hessen-Forst.

Hauptaufgaben des Redaktionsteams sind die Planung, Konzeption und Ausgestaltung der einzelnen Ausgaben sowie der Koordination der Arbeiten. Die Redakteure motivieren zum Schreiben von Beiträgen, treffen die Auswahl der zu veröffentlichenden Beiträge und sind Ansprechpartner für alle die MZ betreffenden Belange.

Jedes Redaktionsmitglied baut ein individuelles Netzwerk von „Korrespondenten“ aus den verschiedenen Abteilungen, Ebenen und Regionen des Landesbetriebes auf. Auf diese Weise ist gewähr-

leistet, dass Themen, Nachrichten und Meldungen aus dem gesamten Betrieb effizient zusammengetragen und aufbereitet werden können.

Die Basis für eine erfolgreiche Redaktionsarbeit sind folgende Aspekte:

- Die Redaktion ist unabhängig.
- Die Redaktion ist hauptverantwortlich für Inhalt, Themendarstellung und Gestaltung der MZ.
- Die Landesbetriebsleitung unterstützt und fördert die Aktivitäten der Redaktion.
- Die Redaktion hat grundsätzlich Zugang zu allen Informationen, die für ihre Arbeit notwendig sind.
- Zur Redaktionsarbeit wird den Redaktionsmitgliedern die erforderliche Arbeitszeit eingeräumt.

## Umgang mit Kritik

Konstruktive Kritik ist ausdrücklich erwünscht und ist selbstverständlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Sie sollte von allgemeinem Mitarbeiterinteresse sein und nur dann an einem Einzelfall orientiert werden, wenn dieser exemplarisch oder typisch für andere vergleichbare Sachverhalte ist.

Die vorgelegte Kritik ist hinreichend zu erläutern und zu belegen. Pauschalkritik wird nicht veröffentlicht. Auch werden Beiträge nicht veröffentlicht, die persönliche Angriffe oder Verunglimpfungen enthalten.

## Erscheinungsweise

Die MZ erscheint zunächst vierteljährlich mit einem Umfang von mindestens acht Seiten. Redaktionsschluss der einzelnen Ausgaben sind die folgenden Termine:

Ausgabe 01: 20. Februar; Ausgabe 02: 20. Mai; Ausgabe 03: 20. August; Ausgabe 04: 20. November.

Der Versand erfolgt jeweils in der Mitte des dritten Quartalsmonats.