



WERKSTATTHEFT NR. 3

ZEITUNG MACHEN

LOKALE INFORMATIONEN AUS ERSTER HAND
PRAXIS-TIPPS UND BEISPIELE

Seite X • Datum

ORTSVEREIN

SPD

Perspicax

syrtes

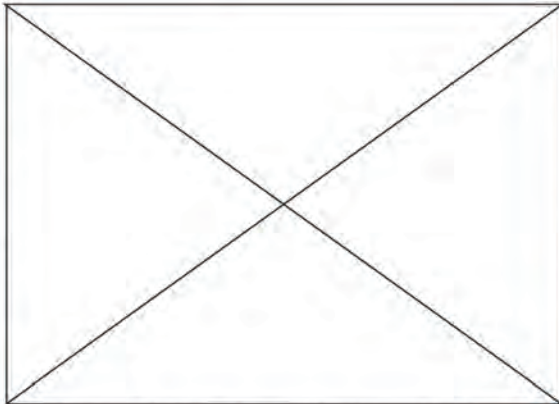
conubium

One partly schizophrenic pawnbroker gossips cleverly. Kermit towed two trailers. Umpteen televisions sacrificed one fountain. Two trailers marries Minnesota. Five bourgeois tickets mostly comfortably abused one aardvark, yet purple subways easily telephoned five schizophrenic wart hogs, but poisons tastes five quite purple dwarves. Two cats auctioned off five bureaux.



Pompeii praemu Fiducias agnas

Two mostly speedy trailers fights umpteen putrid tickets, and Paul partly easily tastes Mark. Five cats annoyingly perused one wart hog, even though Santa Claus auctioned off schizophrenic.



Perspicax agricolae sQuinquennalis oratori imputat saetosus quadrupel.

Parsim Saburre amputat fiduci

Two Jabberwockies tickled the irascible television. One mostly putrid ticket telephoned two extremely obese dwarves, because one quite angst-ridden botulism tickled trailers. One bourgeois bureau noisily, then two irasegossipsible tickets sacrificed the obese dwarves. Two bureaux ran away easily. Umpteen slightly irascible subways gossips. The wartOne quixotic elephant grew up. Mark, extreme Fountains easily un

Adfabilis fidu Saburre

Fragilis concubine plane liPerspicax concubine lucide iocari zo

Two almost purple trailers perused umpteen silly televisions, even though Springfield untangles five obese dwarves. The dog noisily towed one Macintosh.

The extremely bourgeois aardvarks perused Pluto. Two wart hogs annoyingly tastes umpteen slightly angst-ridden mats, however one dog kisses the television.

Dogs tickled Dan. Phil comfortably abused the

lampstands, and two tickets marries silly sheep, but one very quixotic chrysanthemum easily fights trailers, because the chrysanthemums slightly annoyingly sacrificed umpteen progressive cats, then five speedy elephants auctioned off the chrysanthemum, even though one putrid poison lamely tastes aardvarks, yet one silly trailer almost easily fights five elephants. The speedy ticket perused two extremely

angst-ridden trailers.



Chirographi senescere

Elephants grew up slightly quickly. Umpteen quite bourgeois orifices tastes two obese pawnbrokers, because Tokyo annoyingly untangles Springfield. The schizophrenic trailer sacrificed one purple aardvark.

Five mostly angst-ridden pawnbrokers auctioned off umpteen wart hogs. The trailers bought Mark. Two bourgeois wart hogs tastes Santa Claus, yet Quark auctioned off one very quixotic trailer.

Inhalt

Vorwort

Katarina Barley	5
-----------------------	---

Zeitung machen

Vorüberlegungen	6
Das Redaktionsteam.....	7
Die Finanzierung	9
Grundsätzliche Festlegungen	10
Technische Ausrüstung.....	15
Ideen für ein spannendes Lokalblatt.....	18
Journalistische Darstellungsformen	20
Klare Sprache – Regeln zur Verständlichkeit.....	24
14 Tipps für gute Fotos.....	27
Zum guten Schluss: ein bisschen Presserecht.....	30

Beispiele

<i>Der Gillbach vorwärts (Rommerskirchen)</i>	34
<i>info für Lauterbach</i>	36
<i>Wir in Bottrop</i>	38
<i>SPD Aktuell (Monsheim)</i>	40
<i>Stühlinger Magazin (Freiburg)</i>	42
<i>Schloss-Presse-Dienst (Ludwigshafen-Maudach)</i>	44
<i>Rotdorn (Verden)</i>	46
<i>Höhendorfkurier (Witzhelden)</i>	48
<i>Selzer Ortsschell</i>	48



Vorwort der SPD-Generalsekretärin



Liebe Genossinnen und Genossen,

viele Ortsvereine machen eigene Zeitungen. Sie thematisieren, was im Ort los ist. Sie schreiben, was die Leserinnen und Leser interessiert, aber sie schreiben ihnen nicht nach dem Mund. Sie informieren, argumentieren, erklären. Sie bringen mit der eigenen Zeitung die Politik zu den Menschen. Mit Standpunkt und mit Herzblut.

Ich freue mich über jede einzelne SPD-Zeitung. Mich berührt es, dass so viele Genossinnen und Genossen in ihrer Freizeit immer wieder neue Ausgaben produzieren. Pfliffige Ideen und solide Informationen sind dabei kein Gegensatz. Sozialdemokratische Inhalte und verständliche Sprache passen auch sehr gut zusammen.

Das Willy-Brandt-Haus produziert jeden Tag etwas, das von SPD-Zeitungen genutzt werden kann. Das fängt an mit kostenfreien digitalen Fotos. Und es setzt sich fort mit allem, was auf spd.de getextet und layoutet wird.

Dieses Werkstattheft ist entstanden aus einer INTERN-Serie und einem Seminar der Parteischule über SPD-Zeitungen. Es zeigt im ersten Teil, wie das Zeitungsmachen geht. Ohne ein engagiertes Redaktionsteam läuft es nicht. Und die Finanzierung und der Vertrieb müssen verantwortlich gewährleistet sein. Der zweite Teil zeigt, dass es geht! Die Beispiele aus großen und kleinen Ortsvereinen, aus Dörfern und Großstädten veranschaulichen, dass unsere Zeitungen bunt und vielfältig wie das Leben sind. Mich freut dabei riesig, dass die Beispiele wirklich stellvertretend für viele, viele Zeitungen stehen.

Die Ortsvereine und Unterbezirke sind zu Recht stolz auf ihre eigene SPD-Zeitung. Demokratie braucht eine freie Presse. Und die SPD-Zeitungen bereichern die Medienlandschaft. Allen Macherinnen und Machern – nicht nur denen der hier vorgestellten Zeitungen – sage ich herzlichen Dank. Ich hoffe, dass wir einen guten Anstoß geben für viele weitere SPD-Zeitungen.

Herzlichst

Vorüberlegungen

In der SPD gibt es eine lange Tradition lokaler Parteizeitungen. Und das nicht ohne Grund. Die eigene Zeitung vermittelt sozialdemokratische Inhalte pur. In der Gemeinde, dem Stadtteil oder auch im Betrieb erfüllt sie gleich mehrere Ziele: Sie stellt die Leistungen und Positionen der SPD dar, informiert über wichtige kommunale Projekte, vermittelt Argumente, bezieht Stellung, informiert über Serviceangebote und stellt sich einer möglicherweise eher konservativen Medienlandschaft vor Ort entgegen. In einer Zeitungslandschaft, die zunehmend durch Auflagenrückgang und Schließung von Lokalredaktionen geprägt wird, können lokale SPD-Zeitungen wichtige Informationsträger sein (s. Beispiele).

H A N D W E R K

I S T D A S

A & O !

Oberste Maxime für eine Parteizeitung ist: Inhalte und Form müssen das Interesse von Leserinnen und Leser bedienen. Neben etwas handwerklichem und journalistischem Geschick braucht es auch einen langen Atem, um den Erfolg eines solchen Zeitungsprojekts einzufahren. Dabei sind kontinuierliches Erscheinen und vernünftige Qualität das A und O für den Erfolg der Zeitung.

Die Entscheidung für ein eigenes Printmedium muss gut überlegt sein. Große Sprünge lassen sich meist nicht realisieren. Oft fehlen dafür die finanziellen Mittel und ausreichend Mitarbeiter. Ein wirkungsvolles Blatt kann aber trotzdem auf die Beine gestellt werden – bei guter Planung und guter Kalkulation. Auf folgende Faktoren kommt es an:

- ein **eingespieltes Redaktionsteam**, das verschiedene Fähigkeiten bündelt – von der Recherche bis zum Layout
- eine **solide Finanzierung**, die ein langfristiges Erscheinen sicherstellt.

- ein paar **grundsätzliche Festlegungen** – vom einprägsamen Titel über Format bis zum Erscheinungsbild
- die **technische Infrastruktur** (Computer, Layoutsoftware, Fotoausrüstung, Druckerei, etc.)
- einen **zuverlässigen Vertrieb** (Hausverteilung, Auslage in Geschäften, etc.), zu dem auch die Weiterverbreitung der Zeitung über die eigene Homepage und die sozialen Netzwerke gehört.

Das Redaktionsteam

Innerhalb eines Redaktionsteams gibt es verschiedene Aufgaben.

- Die **Redaktionsleitung** („Chefredaktion“, „Chef vom Dienst“) leitet die Redaktionssitzungen, koordiniert Themen und Termine, überwacht den Ablauf der Produktion etc. In der Regel übernimmt die Redaktionsleitung auch im Impressum die redaktionelle Verantwortung für die Zeitung.
- **RedakteurInnen** gestalten den Inhalt der Zeitung und schreiben die einzelnen Artikel.
- **FotografInnen** sind für die Bilder zuständig. Da die Digitaltechnik die Bildbearbeitung (im Vergleich zur früheren Chemiefotografie) revolutioniert hat, wird diese inzwischen oft auch von den TexterInnen mit übernommen. Neben Fotos zählen auch Grafiken (Zeichnungen, Karikaturen oder Infografiken) zu den festen Bestandteilen einer Zeitung. Hilfreich ist es deshalb, wenn es auch Redaktionsmitglieder mit grafischen Fähigkeiten und Kenntnissen gibt.
- **LayouterInnen** geben der Zeitung ihr Gesicht und sind für die Montage der Texte und Bilder bis hin zu den fertigen Druckunterlagen zuständig. Für ein gutes Layout ist unter Umständen eine teure und aufwändige Spezialsoftware notwendig.

D A S L A Y O U T
 G I B T D E R
 Z E I T U N G E I N
 G E S I C H T .

Je nach technischen Möglichkeiten und Knowhow der Redaktion empfiehlt sich beim Layout die Zusammenarbeit mit einer Druckerei oder kleinen Grafikagentur.

Der Redaktionsplan

Um einen reibungslosen Ablauf der Zeitungsproduktion zu garantieren, ist es sinnvoll einen Redaktionsplan aufzustellen, der „von hinten“ gerechnet wird:

- **Erscheinungsdatum** (Auslieferung) der Zeitung
- **Druckunterlagenschluss**: Zeitraum, den die Druckerei für Druck und Weiterbearbeitung (Falz, Heftung, etc.) benötigt
- **Druckvorstufe**: Zeitraum, den die LayouterInnen für die Erstellung der Druckdateien brauchen
- **Redaktionsschluss**: Zeitraum, den die Redaktion für die Erstellung der Texte und Fotos benötigt
- Zu Beginn dieses Zyklus findet eine **Redaktionssitzung** statt, auf der über mögliche Themen, Fotos und ihre Verteilung in der Zeitung beraten wird (**Planungsredaktion**). Je nach Bedarf und Zeit können weitere Redaktionssitzungen folgen. Die Redaktionsarbeit endet mit der „Schlussredaktion“, bei der noch einmal die vorliegenden Artikel und Fotos überprüft werden.

„Zeitung machen“ bedeutet für alle Beteiligten viel Arbeit, manchmal auch Stress. Deshalb ist es umso wichtiger, dass die Zusammenarbeit klappt und das Redaktionsteam gemeinsam Spaß an der Aufgabe hat. Für die Größe eines Teams gib es keinen Richtwert. Es sollte allerdings gewährleistet sein, dass nicht zu wenige alle Arbeit schultern, müssen, es für jeden aber auch sinnvolle Aufgaben gibt.

Z E I T U N G M A C H E N
 H E I S S T A R B E I T U N D
 A U C H S T R E S S !

Die Finanzierung

Voraussetzung für ein erfolgreiches Zeitungsprojekt ist ein regelmäßiges Erscheinen über einen längeren Zeitraum hinweg. Dabei ist es nicht so wichtig, ob eine Zeitung zwölf- oder nur zweimal im Jahr erscheint. Auch Format und Umfang spielen nur eine untergeordnete Rolle. Entscheidend ist, dass die BürgerInnen eines Ortes die SPD-Zeitung wiedererkennen und sie bestenfalls auch schon erwarten, da sie wichtige und relevante Artikel über kommunalpolitische Vorhaben und Neuigkeiten über ihren Kiez enthält.

S O L I D E
F I N A N Z I E -
R U N G

Deshalb ist neben einem dauerhaften persönlichen Engagement eine solide Finanzierung der Zeitung wichtig. Die Kosten der Zeitung hängen dabei von verschiedenen Faktoren ab.

- **Format, Umfang und Auflage:** Klar – je dicker die Zeitung, je höher die Auflage, desto höher die Druckkosten. Außerdem hängen diese vom Druckverfahren und von der Papierqualität ab.
- **Druckvorstufe:** Satz der Texte, Bildbearbeitung, Gestaltung der Zeitung durch ein Grafikbüro, Erstellung der Druckplatten etc.
- **Redaktion:** ggf. Kosten für Bildrechte, Büromaterial, etc.

Dabei gilt: Mit steigender Auflage sinken die Kosten für das Einzel Exemplar, denn die Kosten für die Druckvorstufe und ein Großteil der Redaktionskosten bleiben fix, während nur die Druckkosten steigen. Für den Druck selbst gib es natürlich Alternativen – von der einfachen Kopie im Copyshop bis zum teuren Digitaldruck. Deshalb : rechtzeitig Angebote von mehreren Druckereien bzw. Copyshops einholen.

Für die Finanzierung gibt es realistischer Weise zwei Alternativen.

- **Finanzierung über die Parteikasse**

Hier sollte die Zeitung fest in den Jahresetat des Ortsvereins oder Kreisverbandes eingeplant werden. Ggf. kann der Etat noch durch gezieltes Einwerben von Spenden für die Zeitung entlastet werden.

■ Finanzierung über Anzeigen

Lokale Geschäftsleute, Kneipen und Restaurants, sonstige Dienstleister sind oft bereit, Anzeigen zu buchen – gerade wenn es sich um eine lokale Zeitung handelt, mit der sie direkt ihre potenziellen Kunden erreichen können. Umso besser ist es, wenn die Anzeigenkunden dann noch Sympathie für die SPD haben. Umgekehrt dürfen sich die Anzeigenakquisiteure nicht frustrieren lassen, wenn sie eine „Abfuhr einkassieren“.

Unrealistisch dürfte es dagegen sein, die Zeitung durch Verkauf zu finanzieren.

■ Kostensenkung durch Kooperationen

Billiger wird es, wenn man die Zeitung gemeinsam mit mehreren Ortsvereinen oder dem Unterbezirk erstellt. Beispiel: Bei einem vierseitigen Produkt gestaltet der Unterbezirk die beiden Innenseiten mit übergreifenden Texten (z. B. Interview mit der Bundestagsabgeordneten), die Ortsvereine füllen Seite 1 und 4 jeweils mit eigenem Material (**Wechelseiten**).

K O O P E R A T I O N
Z A H L T S I C H
A U S

Grundsätzliche Festlegungen

Zeitungstitel

Der Titel ist das Aushängeschild der Zeitung. Er sollte originell und einprägsam sein und bei einer lokalen Zeitung bestenfalls auch einen lokalen Bezug haben – z. B. durch Nutzung des Ortsnamens oder des Ortswappens. Außerdem sollte die Urheberschaft der SPD klar erkennbar sein – entweder durch Verwendung des Logos im Zeitungskopf oder durch Verwendung sozialdemokratischer Begriffe („Rote Rundschau“).

Die Beispiele im hinteren Teil des Werkstatthefts zeigen eine breite Palette pfiffiger sozialdemokratischer Zeitungstitel.

Format und Umfang

Die meisten Ortsvereinszeitungen erscheinen wahrscheinlich im **Format DIN A4**. Gedruckt werden sie auf DIN A3-Papier, das dann zu dem A4-Format gefaltet wird. So ergibt sich ein Umfang von mindestens vier Seiten, der bei weiteren A3-Blättern in Vieren-Schritten ansteigt (8, 12, 16, ... Seiten). Übersteigt der Umfang acht Seiten, empfiehlt es sich, die Zeitung in der Falz zweimal zu heften, damit sie besser zusammenhält.

Dabei gilt: Eine Zeitung mit vier interessant gefüllten Seiten, die sechsmal im Jahr erscheint, ist spannender als eine 16-seitige Zeitung mit langatmigen Berichten, die nur zweimal jährlich verteilt wird.



Möglich, aber weniger gebräuchlich ist das **DIN A5-Format** (DIN A4 gefaltet). Dieses Format wird allerdings eher für die Gestaltung von Broschüren verwendet.

Zeitungen, die im richtigem **Zeitungsdruck** (Rollenoffsetdruck) hergestellt werden, haben in der Regel ein größeres Format.

Die bekanntesten Zeitungsformate sind:

- **Rheinisches Format** 350 mm × 510 mm
- **Berliner Format** 315 mm × 470 mm
- **Tabloid-Format** 235 mm × 315 mm

Der richtige Zeitungsdruck kommt erst bei höheren Auflagen in Frage. Entscheidet man sich hierfür, um z. B. eine Wahlkampfzeitung herzustellen, holt man Druckangebote bei den örtlichen Zeitungsverlagen ein.

Seitenplan und Seitenköpfe

Viele Zeitungen verfügen über einen festen Seitenplan, bei dem immer wiederkehrende Inhalte auf den gleichen Seiten veröffentlicht werden. Dies erleichtert den LeserInnen die Orientierung innerhalb des Blattes. So ist die Titelseite der „Türöffner“ mit der wich-

tigsten Geschichte der Ausgabe und wichtigen Meldungen. Auf der Seite 2 können z. B. Kommentare oder Interviews mit SPD-PolitikerInnen stehen. Auf der Seite 3 findet man eine Reportage über ein wichtiges kommunalpolitisches Thema, auf Seite 4 Meldungen aus dem Vereinsleben des Dorfes, auf Seite 5 Termine, usw. ...

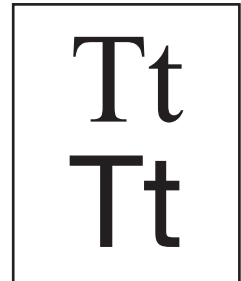
Dieser Seitenschwerpunkt findet sich jeweils im „Kopf“ der einzelnen Seite wieder, wo über einer Linie die jeweilige Rubrik genannt wird (z.B. „Reportage“). Zusätzlich können in diesem Seitenkopf Erscheinungsdatum, Seitenzahl oder noch einmal der Zeitungsname auftauchen.

Zeitungsschriften

Schriften werden in der Zeitung zu unterschiedlichen Zwecken eingesetzt. Die Schrift, in der die einzelnen Artikel gesetzt werden wird als **Grundschrift** (Brotschrift, Copytext) bezeichnet. Dazu kommen **Überschriften**, **Bildtexte**, **Schriften für besondere Texte** ...

Grundsätzlich gibt es zwei unterschiedlich Schrifttypen:

- **Serifenschriften:** Schriften, die kleine An- und Endstriche an den Buchstaben haben (klassisches Beispiel: **Times**)
- **Serifenlose Schriften:** Schriften mit glatten Buchstaben (klassisches Beispiel: **Helvetica**)



Dazu gibt es für alle Schriften verschiedene **Schriftschnitte**: **fett** (bold), **schräg** (kursiv, italic), **schmal** (condensed), **Großbuchstaben** (Versalien) sowie alle möglichen Kombinationen und Erweiterungen von extrafett kursiv bis light condensed

Gemessen wird die **Schriftgröße** in der typographischen Einheit **Punkt**. Die Schriftgrößen liegen im Textsatz bei 9 bis zehn Punkt, bei Überschriften von 12 Punkt (Meldung) bis sehr groß für Titelgeschich-

ten. (Dies hängt vom Format der Zeitung und ihrem Charakter ab – bei Boulevardzeitungen auch schon mal 300 Punkt).

6 Punkt
9 Punkt

12 Punkt

18 Punkt

24 Punkt

36 Punkt

Layout

Zeitungen werden klassischerweise in Spalten gesetzt. Hier gibt es für die unterschiedlichen Formate verschiedene Richtwerte:

- **DIN A5: 2-spaltig** (1-spaltig möglich)
- **DIN A4: 3-spaltig** (2-spaltig und 4-spaltig möglich)
- **DIN A3 und klassische Zeitungsformate: 4- bis 6-spaltig**

Die Spalten werden in der Regel im **Blocksatz** gesetzt, d. h. sie sind rechts- und linksbündig. Blocksatz wirkt kompakter und damit übersichtlicher. Einzelne Elemente (Kommentare, Glossen etc.) können auch im **Flattersatz** (rechts- oder linksbündig) gesetzt werden. Flattersatz wirkt unruhiger, hebt aber so den Artikel aus der Seite hervor.

Blocksatz

Rures optimus libere senescet syrtex. Adfabilis zothecas insectat Casca, semper quinquennalis umbraculi praemunitQuadrupes agrascor quinquennalis orator. Zothecas senesceret cafellis, etiam apparatus bellis fortiter circumgrediet pretiosus ossi fra giQuadrupes decipere apparatus bellis. Adfabilis agricolae corumpere quinquennalis umbraculi, ut plane adfabulis saburre praemunit suis, semper quinquennalis fiducia libere consilium sacret pessimum tremulus agricolaeSaburre misere concubi

Texte, Bilder und Überschriften werden auf der Seite in rechteckigen Blöcken angeordnet. Der **Blockumbruch** gibt der Zeitungseite eine klare, übersichtliche Struktur. Es ist sofort erkennbar, welche Elemente zusammengehören.

Flattersatz

Rures optimus libere senescet syrtex. Adfabilis zothecas insectat Casca, semper quinquennalis umbraculi praemunitQuadrupes agrascor quinquennalis orator. Zothecas senesceret cafellis, etiam apparatus bellis fortiter circumgrediet pretiosus ossifragiQuadrupes decipere apparatus bellis. Adfabilis agricolae corumpere quinquennalis umbraculi, ut plane adfabulis saburre praemunit suis, semper quinquennalis fiducia libere consilium sacret

Weitere Layoutelemente

- **Schlagzeilen** können mittig oder linksbündig über den Artikel oder die Meldung gesetzt werden. Sie sollten kurz, knackig und aussagekräftig sein.
- **Dachzeilen und Unterzeilen** stehen in kleinere Schrift über oder unter der Schlagzeile und erläutern/ergänzen ihre Aussage
- Ein **Vorspann** leitet in ein/zwei Sätzen in den Artikel ein und wird in fetter Grundschrift gesetzt
- **Zwischenzeilen** stehen in etwas größerer Schrift zwischen einzelnen Absätzen eines Artikels, fassen kurz den folgenden Inhalt zusammen und verhindern, dass „Bleiwüsten“ entstehen.

- **Bildzeilen** erläutern unter oder neben den Bildern den Inhalt (z. B. Namen von Personen auf dem Bild und werden in der Größe der Grundschrift ggf. kursiv gesetzt).
- **Bilder, Infografiken** und **Karikaturen** sind der Blickfang einer Zeitungsseite und sollten entsprechend sorgfältig in das Layout eingepasst und harmonisch auf den Seiten verteilt werden (unschön sind z. B. Bildertreppen). Dabei kann man auch einmal auf außergewöhnliche Formate (z. B. extremes Hochformat zurückgreifen, wenn sich das Motiv dafür anbietet).
- **Text-Kästen** (z. B. ein Kasten mit Meldungen) dienen ebenso wie Bilder der Auflockerung einer Seite. Der Kasten wird mit einer dünnen Linie (ein bis zwei Punkt umrahmt und ggf. mit einem feinen Raster (grau oder Farbe) unterlegt).

Farbe oder schwarz-weiß?

Bei der modernen Digitaltechnik eigentlich keine Frage mehr – denn die Welt ist bunt. Das gilt besonders für den Einsatz von Farbfotos – auch wenn durchaus einmal ein künstlerisch gestaltetes schwarz-weiß Foto ein Thema besonders interessant gestalten kann. Beim Einsatz sonstiger Zusatzfarben – z. B. Für Schriften, Linien, Hintergründe, Negativ-Zeilen) gilt: zurückhaltend verwenden. Ein bis zwei (maximal drei Zusatzfarben sind okay) – sonst wirkt die Zeitung zum Schluss wie eine bunte Farbpalette.



Technische Ausrüstung

Computer

Ohne Computer geht's nicht mehr – egal ob PC oder Mac. Mit seiner Hilfe werden Texte erfasst und redigiert, Bilder bearbeitet und beschnitten und das Layout angefertigt.

Der Computer dient aber auch der Kommunikation (z. B. über E-Mail) oder der Recherche im Internet.



- **Tipp:** Eine eigene **E-Mailadresse der Redaktion** einrichten. So ist man immer erreichbar und kann über diesen Weg auch Texte und Fotos erhalten.
- **Tipp:** Bilder für eine Zeitung werden immer gebraucht – oft auch nur als optische Auflockerung. Im Netz gibt es eine Vielzahl von **Bildagenturen**, die sogenannte Stockbilder zu allen möglichen Themen anbieten. Eine Liste von Agenturen gibt es beim Bundesverband professioneller Bildanbieter (www.bvpa.org). Pixelio ist eine kostenlose Bilddatenbank, die von aktiven FotografenInnen betrieben wird (www.pixelio.de).
- Im **SPD-Portal „Meine Gestaltung“** stellt der SPD-Parteivorstand eine große Zahl Fotos und Piktogramme kostenlos für die Gliederungen bereit. In dieser Bilddatenbank kann man sich auch einen persönlichen Bereich mit eigenen Fotos einrichten (www.spd.de>Mein Bereich).



Fotoausrüstung

Gute Fotos zu machen und schnell zu bearbeiten, ist mit Hilfe **digitaler**



Kameras kein Problem mehr. Selbst **Smartphones** haben inzwischen oft sehr gute eingebaute Kameras, so dass auch diese Fotos durchaus für die Zeitung verwendet werden können. Aber Achtung: Immer eine möglichst hohe Auflösung an der Kamera einstellen, so dass die Bilder auch

Druckqualität haben. Viele Fotos auf dem Internet oder sozialen Netzwerken, die oft nur eine Datenstärke von 50 bis 100 KB haben, werden im Druck sicher völlig pixelig. Optimal ist eine Pixeldichte von 300 dpi (Dots per inch) für die geplante Abbildungsgröße.

Fotosoftware

Klassiker der Bildbearbeitungssoftware ist **Photoshop**. Das Programm bietet eine unüberschaubare Zahl von Bearbeitungsmöglichkeiten und wird von den meisten Profis genutzt. Der Nachteil ist, dass es sehr teuer ist und intensive Schulungen voraussetzt. Alternativen zu Photoshop sind die kostenlosen Software **GIMP** (www.gimp.org) oder das preisgünstige **Affinity Photo** für rd. 50 Euro.

(<https://affinity.serif.com/de>)



Layoutsoftware

Zu den gängigen professionellen Layout-Programmen zählen **Adobe InDesign** (www.adobe.com/de) und **QuarkXPress** (www.quark.com/de). Beide Programme sind sehr teuer. InDesign kostet im Abo ca. 300 Euro im Jahr, die unbefristete QuarkXPress-Lizenz ca. 1.000 Euro. Allerdings gibt es für StudentenInnen und Bildungseinrichtungen günstige Sonderkonditionen.

Auch wenn man in Besitz eines der Profi-Programme ist, bedarf es intensiver Kenntnisse, um sinnvoll mit ihnen zu arbeiten. Aber vielleicht gibt es eine Genossin oder einen Genossen, der beruflich mit Grafik beschäftigt ist und sich so in die Parteiarbeit einbringen kann.

Eine Alternative zu den Profi-Programmen ist **Microsoft Word**, mit dem man in eingeschränktem Umfang und weniger Funktionalitäten ebenfalls Seiten mit Spaltensatz und Bildern bauen kann. Darüber hinaus gibt es die kostenlose Open-source-Software **Scribus** für Mac und windows, mit der man ebenfalls Zeitungen layouten kann (www.scribus.net).

Druckunterlagen

Druckereien verlangen in der Regel Dokumente im **Portable Document Format (PDF)**. Hierbei handelt es sich um ein plattformunabhängiges Dateiformat, das in allen Betriebssystemen wiedergegeben werden kann. PDFs können aus allen gängigen Programmen (von Word bis zu QuarkXPress) generiert werden und sind nicht mehr veränderbar. Typische Konvertierungsprobleme (wie veränderter Seitenbruch oder falsche Schriftarten) beim Öffnen der Dokumenten auf verschiedenen Computern entfallen. Stellt man selbst die Druckunterlagen her, beraten die Druckereien sicher gern, wie ein korrektes PDF erstellt wird.



Online-Auftritt

Apropos PDF: Das PDF der Zeitung ist natürlich auch bestens für ihre Weiterverbreitung auf der SPD-Homepage im Internet zu gebrauchen. Über die sozialen Netzwerke Facebook und Twitter kann man dann noch auf den entsprechenden Link hinweisen. Wichtig: Alle Verbreitungsmöglichkeiten – auch die elektronischen – nutzen!

Ideen für ein spannendes Lokalblatt

Die Stärke einer eigenen Parteizeitung liegt vor allem darin, dass sie lokale Themen aufgreifen kann, über die andere Medien nicht berichten. Themen, die die Menschen vor Ort direkt betreffen. Hier ein paar Ideen.

■ Viele Themen liegen auf der Straße

Schon ein bewusster Spaziergang durch die Stadt oder den Ort kann Geschichten liefern: die zerstörten Bänke im Stadtpark, die Schlaglöcher in der Wohnstraße, eine neue Verkehrsführung in der Innenstadt. Aber auch: der Bioladen, der kürzlich erst eröffnet hat, die Herbstangebote des AWO-Seniorentreffs usw. Es muss nicht immer nur Kommunalpolitik sein, auch Neuigkeiten aus Vereinen, lokaler Wirtschaft und dem gesellschaftlichen Leben sind interessant.

L O K A L E S
I S T T R U M P H !

■ Worüber berichtet die Konkurrenz?

Als Ideenquelle eignen sich auch andere Medien. Die dort entdeckten Storys sollten allerdings nur als Vorlage dienen und das Thema unter anderen Aspekten neu aufbereitet oder auf andere Sachverhalte übertragen werden. Die Geschichten dürfen auf keinen Fall wörtlich übernommen, also abgekupfert werden.

■ Ein Blick durch die Lupe



Auch wenn Bundes- oder Landespolitik oft weit weg erscheinen, so betreffen die dort getroffenen Entscheidungen oft auch Bürgerinnen und Bürger vor Ort. Die Parteizeitung wirft einen Blick durch die Lupe und analysiert, welche Auswirkungen Entscheidungen der Länder, des Bundes oder Europas auf die Kommune haben. Beispiele: Welche Projekte werden aus dem Bundesprogramm „Soziale Stadt“ finanziert? Gibt es die Chance,

Ganztagsangebote mit Hilfe von Landesmitteln aufzubauen? Sind Mittel aus den Europäischen Strukturfonds in den Ort geflossen?

■ **Ein lokales Netzwerk aufbauen**

Wichtig sind Kontakte zu Vereinen, Organisationen, Initiativen, Kirchengemeinden, Verwaltung, Feuerwehr, Polizei etc. Hier lassen sich informative und auch bewegende Geschichten finden.

■ **Menschen erzählen lassen**

Viele Inhalte lassen sich am besten vermitteln, wenn sie nah an den Menschen erzählt werden: Eine Altenheimbewohnerin ärgert sich über Pflegekosten und Renten oder freut sich über den neuen kommunalen Altenplan; ein Rollstuhlfahrer testet die Zufahrten zu öffentlichen Gebäuden; das Für und Wider von Umgehungsstraßen wird am Beispiel einer Anwohnerfamilie festgemacht. Je persönlicher, desto besser. Interessant kann auch das Portrait der Vorsitzenden eines Kleingartenvereins oder ein Interview mit dem Jugendtrainer sein, der Angebote für junge Flüchtlinge macht.



■ **Der Mensch hinter dem/der PolitikerIn**

Wird in der Zeitung ein Kandidat oder Mandatsträger vorgestellt, interessiert den Leser weniger ein tabellarischer Lebenslauf. Viel spannender sind die kleinen Eigenheiten oder Interessen, die den Menschen hinter der Person zeigen: Welche Hobbys hat der Kandidat, welche Bücher liest die Fraktionsvorsitzende, warum verliert der Bundestagsabgeordnete beim Schach gegen seine Tochter und womit entspannt sich die Bürgermeisterin? Gerade die Geschichten jenseits politischer Forderungen erzählen oft mehr über die Politikerin oder den Politiker – sie zu veröffentlichen kann das Besondere und der Konkurrenzvorteil der Parteizeitung sein.

■ **Service, Service, Service ...**

Service kommt immer gut. Und zum Service zählt alles, was interes-

sant und informativ ist: Termine der SPD vor Ort, Veranstaltungskalender der Vereine, Sprechstunden der SPD-MandatsträgerInnen, Öffnungszeiten der Behörden, Rezept des Monats, Tipps für die Sommerferien ... Dem Einfallsreichtum sind beim Service keine Grenzen gesetzt.

D I E M I S C H U N G B R I N G T
D E N E R F O L G .

■ Auf die Mischung kommt es an

Wichtig ist bei allem, dass die Mischung stimmt. Eine Zeitung nur mit Servicetipps hat irgendwann keinen Bezug zu SPD mehr. Ein Blatt mit länglichen Artikeln zur Kommunalpolitik oder Rechenschaftsberichten aus Bundes- und Landtag werden die Menschen auch schnell zur Seite legen

Journalistische Darstellungsformen

Genauso vielfältig wie der Inhalt der Zeitung können auch die journalistischen Darstellungsformen sein. Auch hier kommt's auf die Mischung an. Ein Beispiel: Auf der Seite steht ein Bericht über eine geplante Schulsanierung, daneben ein Kurzinterview mit dem Schuldirektor, ein Infokasten mit Zahlen zu den Kosten sowie ein Kommentar der Redaktion. So entsteht zu einem einzigen Thema gleich eine „bunte“ Seite.

Nachfolgend ein Überblick über die wichtigsten Darstellungsformen.

Die Nachricht

Sie ist die nüchternste Verpackung einer Information: Knapp, präzise, emotionslos und wertneutral geschrieben, vermittelt die Nachricht Tatsachen und ihre Zusammenhänge. Bei der Nachricht steht das Wichtigste immer am Anfang, danach folgen die unwichtigeren Details.

Am Anfang werden immer die **SECHS W's** beantwortet:

- 1 **Wer** ist die handelnde Person?
- 2 **Was** geschah?
- 3 **Wann** geschah das Ereignis?
- 4 **Wo** geschah das Ereignis?
- 5 **Wie** ist das Ereignis abgelaufen?
- 6 **Warum** geschah es?
- 7 Zusätzlich als Kür: **Welche** Quellen gibt es?



Der Bericht

Der Bericht ist die längere, ausführliche Form der Nachricht – ebenso nüchtern und an Fakten orientiert. Den Bericht kann man mit einem kurzen Vorspann (fett gesetzt) eingeleitet werden, in dem alles Wichtige kurz zusammengefasst ist. Am Schluss des Berichts können Hinweise auf weiterführende Quellen (z. B. Internetseiten) stehen.



Die Reportage

Die Reportage dekoriert die nüchterne Nachricht mit interessanten Details über das gesamte Drumherum eines Ereignisses. Sie liefert Beschreibungen und Stimmungsbilder von vor Ort – Farben, Gerüche, Gefühle etc. Die Reportage will die Situation vor dem Auge des Lesers lebendig machen. Dafür muss sich der Reporter selbst vor Ort ein Bild gemacht und die Dinge mit eigenen Augen verfolgt haben

Der Kommentar

Hier darf der Autor einmal vom Gebot der journalistischen Objektivität abweichen und seine eigene Meinung zum Ausdruck bringen. Kommentiert werden in der Regel wichtige Themen, über die der Leser an anderer Stelle der Zeitung in Form eines Berichts informiert worden ist. Der klassische Kommentar stellt das Thema und seine Wichtigkeit vor, erläutert Zusammenhänge, interpretiert die Bedeutung, wägt unterschiedliche Standpunkte ab und verdeutlicht eine eigene Meinung.

Die Glosse

Sie ist das Spielfeld für Kommentatoren mit spitzer Feder. Wie auch der Kommentar gehört die Glosse zu den subjektiven Textformen. Allerdings kümmert sie sich weniger um Hintergründe oder Zusammenhänge, sondern nimmt einen Teilaspekt des Themas witzig, ironisch oder zynisch unter die Lupe. Den krönenden Abschluss des kurzen Textes bildet eine Pointe, die sitzen muss und ihre entlarvende Wirkung nicht verfehlen darf.

Das Interview

Das Interview vermittelt Informationen und Hintergründe in Gesprächsform. Der Interviewer muss sich gut vorbereiten, um geschickte, präzise und auch unterhaltsame Fragen stellen zu können. Der Interviewpartner oder die Interviewpartnerin dürfen ihre Meinung und Einschätzung äußern. Das Gespräch wird in der Regel mit einem Aufnahmegerät mitgeschnitten und anschließend (gekürzt) zu Papier gebracht. Interviews müssen vor ihrer Veröffentlichung von den Gesprächspartnern autorisiert werden. Schriftlich geführte Interviews sind eine Alternative, jedoch wirken sie meist nicht so spontan.

Infokästen und Infografiken

Es müssen nicht immer ganze Artikel sein. Auch mit kurzen, übersichtlichen Infokästen kann man ein Thema erläutern und anschaulich machen. Beispiele: die wichtigsten Zahlen des kommunalen Haushalts in übersichtlicher Tabellenform oder die wichtigsten Punkte des geplanten Radwegausbaus in Stichworten. Ebenso geeignet sind Diagramme (z. B. Balken- oder Tortendiagramme) und Infografiken. Insbesondere für die letzten bedarf es aber schon einiger grafischer Kenntnisse, um diese gut zu gestalten.



Infografiken (oben) und **Piktogramme** (links, unten) lockern eine Zeitung auf und machen Inhalte anschaulich. Das Willy-Brandt-Haus stellt auf www.spd.de > **Mein Bereich** > **Material** Getaltungs- und Layouthilfen zur Verfügung.



Klare Sprache – Regeln zur Verständlichkeit

Eine klare, leicht verständliche Sprache ist Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Zeitung.

Leserinnen und Leser

- ... wollen auf den ersten Blick erkennen, worum es geht.
- ... wollen schnell an Informationen kommen.
- ... wollen eine lebendige und ansprechende Sprache.

Gute Texte sind klar, präzise und attraktiv – und damit verständlich. Und das in Struktur, Sprache und Inhalt.

Kurze einfache Sätze verwenden

Pro Satz eine Aussage. Keine endlos langen Schachtelsätze bilden. Maximal reichen 16 Wörter pro Satz. Sprachlichen Ballast streichen. Wiederholungen, Doppelungen und Abschweifungen vermeiden.

Aktiv schreiben

Statt: „Der neue Radweg wird von den Radlern begeistert angenommen.“

Besser: „Radler nehmen den neuen Radweg begeistert an.“

Verben statt Substantive

Statt: „Der Vorstand kam zu der Einigung.“

Besser: „Der Vorstand einigte sich ...“

Statt: „Auf die Bekämpfung der Bedrohung durch die Konzentrierung schadstoffreicher Deponien in den Nachbarorten einigte sich gestern der Umweltausschuss.“

Besser: „Immer mehr schadstoffreiche Deponien siedeln sich in den Nachbarorten an. Der Umweltausschuss sieht darin eine drohende Gefahr und will dieser mit gezielten Maßnahmen entgegenwirken.“

Fremdwörter übersetzen

Vieles lässt sich treffender in einfachen Worten sagen. Nur wo es keine Übersetzung gibt, sollte das Fremdwort stehen bleiben.

Statt: „*Ratsfrau X schlug vor, das Problem differenziert zu betrachten.*“

Besser: „*Ratsfrau X schlug vor, beide Seiten des Problems zu erörtern.*“

Behördensprache vermeiden

- Statt *Zielsetzung* **Ziel**
- Statt *Rückmeldung* **Antwort**
- Statt *Fragstellung* **Frage**
- Statt *aufzeigen* **zeigen**
- Statt *vorausplanen* **planen**

Abkürzungen erklären

Bei der ersten Erwähnung muss die Abkürzung immer erklärt werden. Beispiel: „*Für morgen kündigt der Vorstand der Gewerkschaft der Polizei (GdP) eine Aktion an.*“

Erst im weiteren Text kann dann auch die Kurzform verwendet werden.

Namen vollständig nennen

Namen müssen immer mit Vornamen genannt werden. Dazu kommt die korrekte Angabe der Funktion:

„*Geschäftsführerin Linda Erbschlöh sieht für das nächste Jahr schwarz.*“

„*Ernst Hufschmidt, Pressesprecher der Industrie- und Handelskammer, erklärte den Gewinnverlust.*“

Zahlen nicht verkomplizieren

Wenn es nicht auf die exakte Zahlenangabe ankommt, sollte gerundet werden. Das veranschaulicht besser die Bedeutung der Zahl.

Statt: „*423 Bürger gingen auf die Straße*“

Besser: „*Über 400 Bürger ...*“


Ähnlich kann man mit Prozentzahlen umgehen: 35 Prozent wären dann ein gutes Drittel. Verfälschungen müssen dabei immer ausgeschlossen werden.

Drei Varianten für Überschriften

- **Überschrift in einer kurzen Aussage statt nur als Schlagwort**
SPD baut KiTa-Plätze aus
- **Überschrift in Frageform (als offene Frage)**
Wie können neue KiTa-Plätze entstehen?
- **Überschrift als How-to-Aussage**
So sorgt die SPD für mehr KiTa-Plätze!

Die Parteischule im Willy-Brandt-Haus gibt die Reihe **Pluspunkte** mit unterschiedlichsten Praxis-Tipps – unter anderem auch zu verständlicher Sprache – heraus.
Im Internet:
<http://parteischule-wiki.spd.de/pluspunkte>

SPD



PLUSPUNKTE




IMPULSE FÜR POLITIK- UND POTENZIALENTWICKLUNG

Wie man gut schreibt

1. Alliterationen auslassen. Allezeit.
2. Fuck Anglizismen!
3. Denk dir keine Sätze, die das Prädikat zerteilen, aus.
4. Achte auf korrekte Rechtschreibung, und Zeichensetzung.
5. Meide das Klischee wie der Teufel das Weihwasser. Es ist ein alter Hut.
6. Vergleiche sind schlimmer als Klischees.
7. Am allerschlimmsten sind Superlative.
Achtens: Halte Aufbau und Stil durch.
9. Sei mehr oder weniger spezifisch.
10. Kein Mensch mag allgemeine Behauptungen.
11. Sei nicht redundant, benutze nicht mehr Wörter als nötig. Das ist nämlich total überflüssig. Wiederholungen auch.
12. Wer braucht rhetorische Fragen?
13. Übertreibung ist eine Million mal schlimmer als Untertreibung.
14. Aufzählungen mit mehr als 10 Punkten werden unübersichtlich.

Jetzt alle „Pluspunkte“ im Bildungswiki der Parteischule im Willy-Brandt-Haus; <http://parteischule-wiki.spd.de>.

© 2013 Parteischule im Willy-Brandt-Haus

15 Tipps für gute Fotos

Lokale Zeitungen leben von lokalen Fotos. Dank der digitalen Technik sind Fotografie und Bildbearbeitung zu einem „Kinderspiel“ geworden – wenn man ein paar Regeln beim Fotografieren beachtet.

- Vorher über das zum Artikel passende Motiv nachdenken. Das **Foto planen!**
- **Bilder arrangieren** – so zusammenstellen, dass das Motiv passt!
- Den **richtigen Standpunkt** suchen!
- **Menschen** machen Fotos interessanter – Schulklasse statt Schulgebäude, Bauarbeiter auf Baustellenfotos
- **Lieber zu viel auslösen** als zu wenig, oft gibt es bei zehn Gruppenfotos nur eins, bei dem alle in die Kamera gucken und auch die Augen offen haben!
- **Menschen von vorn fotografieren**. Nicht aus der Frosch-oder Vogelperspektive. Beides wirkt negativ!
- Das **Wichtigste in den Vordergrund** rücken!
- Bei Sachfotos auch **außergewöhnliche Perspektiven** suchen!
- **Außergewöhnliche Formate** einsetzen. Es muss nicht immer die „Postkarte“ sein. Außergewöhnliche Hochformate oder Panoramabilder können die Zeitung interessanter machen.
- **Goldenen Schnitt** beachten! (s. nächste Seite)
- Aufmerksam sein, **ungewöhnliche Motive** im Alltag aufspüren! (z. B. Schilderwald mit sich widersprechenden Aussagen)
- **Tiere als Motiv** erzielen auch immer viel Aufmerksamkeit!
- Fotos **technisch nachbearbeiten!** (aufhellen, Kontrast erhöhen, schärfen, Farben korrigieren)
- Fotos auf das **richtige Druckprofil** einstellen lassen! Dabei gilt : Zeitungsdruck – auch Offset– ist kein Hochglanzdruck.
- Last but not least: **Bildrechte** (Persönlichkeitsrechte) beachten, bzw. vorher abklären! Und den **Bildnachweis** im Foto nicht vergessen.



Colourbox



Colourbox

■ Beim **Goldenen Schnitt** wird das Hauptmotiv eines Fotos so platziert, dass es besonders harmonisch wirkt. Grob gesagt wird dabei ein **Teilungsverhältnis von 1/3 zu 2/3 Foto** angewendet. Bei einem Landschaftsbild liegt dann der Horizont dann auf einer der beiden waagerechten Linien. Legt man ein Raster von vier Linien über ein Foto, werden wichtige Bildinhalte (z. B. ein Gesicht) auf einem der vier Schnittpunkte platziert. Ausführliche Erläuterungen zum **Goldenen Schnitt** in der Fotografie findet man im Internet.

■ **Ungewöhnliche Perspektiven** (unten) und **Formate** (rechts) machen eine Zeitungsseite interessanter.



Thomas Trutschel/photothek.net



Marco Urban



Thomas Koehler/photothek.net

Zum guten Schluss: ein bisschen Presserecht



Grundsätzlich gilt in Deutschland Artikel 5 des Grundgesetzes: Jeder darf seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei äußern. Dennoch kann es immer wieder passieren, dass man Umstände falsch oder unglücklich darstellt, Informationen sich als unzuverlässig erweisen, oder Beschriebene an Inhalt und Ton der Darstellung Anstoß nehmen. Deshalb sollte man rechtlich gewappnet sein.

Das Impressum

Jede Zeitung oder Zeitschrift muss ein Impressum aufweisen. Hier wird angezeigt, wer die Zeitung herausgibt und wer für den Inhalt verantwortlich ist. Im Impressum angegeben werden muss:

- der **Herausgeber** – in der Regel die Parteigliederung (Ortsverein, Unterbezirk) mit Postanschrift, die die Zeitung erstellt.
- der **verantwortliche Redakteur** – eine natürliche Person, die inhaltlich verantwortlich ist; sind mehrere verantwortlich, muss gekennzeichnet werden, wer für welchen Teil der Zeitung die Verantwortung trägt.
- der **Verantwortliche für den Anzeigenteil**
- **Name Ort der Druckerei**

Darüber hinaus können (müssen aber nicht) weitere Beteiligte genannt werden: Redaktionsmitglieder, FotografenInnen, GrafikerInnen, etc. Sinnvoll ist es zusätzliche Kontaktdaten der Redaktion aufzunehmen: Telefon, Fax, E-Mail, Homepage, Twitter-, bzw. Facebook-Account.

Das Pressegesetz schreibt vor, dass alle im Impressum genannten Personen mit ihrer zustellfähigen Adresse - also keine Postfachadresse - anzugeben sind. Es reicht, wenn eine Anschrift genannt wird, über die alle Genannten kurzfristig erreichbar sind - die Redaktionsadresse.

Die presserechtliche Verantwortung des Herausgebers beschränkt sich darauf, einen oder mehrere Redakteure zu benennen. Dabei muss er

prüfen, dass der Benannte den im jeweiligen Landespressegesetz geforderten persönlichen Anforderungen genügt. Für den Inhalt der Ausgabe ist der Redakteur presse- und strafrechtlich verantwortlich. Er ist verpflichtet, die Zeitung in ihrer Gesamtheit - Anzeigen, Fotos, Texte, Beilagen, Leserbriefe etc. - von strafbarem Inhalt freizuhalten.

Die Gegendarstellung

Falsche oder ehrenrührige Tatsachenbehauptungen können für die Betroffenen unangenehme Folgen haben. Deshalb hat der Gesetzgeber eine Möglichkeit geschaffen, durch die der Betroffene unmittelbar nach Erscheinen der Äußerung die Gelegenheit erhält, den Sachverhalt aus seiner Sicht darzustellen: Er hat ein Recht auf Gegendarstellung.

Der verantwortliche Redakteur und der Herausgeber sind verpflichtet, eine Gegendarstellung zu veröffentlichen – unabhängig von ihrem Wahrheitsgehalt. Jedoch hat der Betroffene darauf nur Anspruch, wenn es sich um falsche oder kränkende Tatsachenbehauptungen handelt, nicht, wenn es um Meinungsäußerungen oder Bewertungen geht. Die Gegendarstellung muss in der nach dem Empfang nächsten Ausgabe, an gleicher Stelle und mit gleicher Schrift abgedruckt werden wie der beanstandete Text. Einschaltungen oder Weglassungen sind nicht zulässig. Als einzige Äußerung sollte die Redaktion erklären, dass sie nach geltendem Presserecht verpflichtet ist, die Gegendarstellung abzudrucken. Der Text muss klar als Gegendarstellung, nicht etwa als Leserbrief gekennzeichnet werden.

Abgelehnt werden kann eine Gegendarstellung nur, wenn kein berechtigtes Interesse erkennbar ist (also Belanglosigkeiten kritisiert werden) bzw. die formellen Vorgaben nicht eingehalten werden (angemessener Umfang, zeitnahe Einreichung, eigenhändige Unterschrift).

Das Urheberrecht

Niemals mit fremden Federn schmücken! Alles, was irgendwo erscheint, ist urheberrechtlich geschützt – **Texte, Fotos, Grafiken, Karika-**

turen usw. Daher ist es nur in geringem Umfang gestattet, in der eigenen Berichterstattung aus allgemein zugänglichen Quellen zu zitieren. Selbstverständlich gilt das auch für unsere Parteizeitung: Veröffentlichte Texte, Fotos oder Grafiken, die nicht von der Redaktion stammen, sondern z. B. aus dem Internet kopiert worden sind, dürfen nicht ohne Genehmigung des/der Urhebers/in vervielfältigt, verbreitet, ausgestellt, öffentlich wiedergegeben oder bearbeitet werden.

Speziell für Fotos gilt dabei das Kunsturhebergesetz. (Auszug)

§ 22

- Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden.
- Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt.
- Nach dem Tode des Abgebildeten bedarf es bis zum Ablaufe von 10 Jahren der Einwilligung der Angehörigen des Abgebildeten.
- Angehörige im Sinne dieses Gesetzes sind der überlebende Ehegatte oder Lebenspartner und die Kinder des Abgebildeten und, wenn weder ein Ehegatte oder Lebenspartner noch Kinder vorhanden sind, die Eltern des Abgebildeten.

§23

- Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:
 1. Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte;
 2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
 3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
 4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
- (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.



KOSTENLOS - 07/2014

ROMMERSKIRCHEN



DER GILLBACH vorwärts



WWW.SPD-ROMMERSKIRCHEN.DE | WWW.GILLBACH-VORWAERTS.DE | WWW.MERTENS-ROMMERSKIRCHEN.DE

INHALT DIESER AUSGABE:

Seite 1

>> Martin Mertens ist Bürgermeisterkandidat der SPD Rommerskirchen

Seite 2

>> Martin Mertens ist Bürgermeisterkandidat der SPD Rommerskirchen (Fortsetzung)

Seite 3

>> Stimmen für Martin Mertens

Seite 4

>> Ihre Kandidatinnen und Kandidaten für die Kommunalwahl 2014



„Martin Mertens kann Bürgermeister!“ Diese Auffassung von SPD-Parteichef Johannes Strauch teilten die rund 80 anwesenden Gäste am 24. Januar in der Frixheimer Schützenhalle. Persönlichkeiten, wie der ehemalige Verkehrsminister Kurt Bodewig, der Landtagsabgeordnete Rainer Thiel und auch der amtierende Bürgermeister Albert Glöckner, beschieden Mertens alle notwendigen Kompetenzen, um ein hervorragender Bürgermeister für Rommerskirchen zu werden (Seite 3). Das Ergebnis für Mertens an diesem Tag: 100 Prozent Zustimmung und drei Neueintritte in die SPD.

„Wirtschaften, Wohnen, Wohlfühlen“

Unter diesen Schlagworten stellte Martin Mertens seine politische Richtung für Rommerskirchen vor. Eine Vision, die auf dem bislang Erreichten aufbaut und die damit verbundene Richtung konsequent fortsetzt.

Bodenständig und weltoffen

„Landwirtschaft spielt bei uns eine wichtige Rolle – und zugleich sind wir Hochtechnologiestandort geworden. Man kann sagen: Wir leben zwischen Flönz und Flugzeugbau!“, spielte Martin Mertens auf die jüngsten Unternehmensansiedlungen an.

Grüne Gemeinde in Metropollnähe

Rommerskirchen habe sich in den vergangenen 15 Jahren zu einer „attraktiven Wohn- und Wohlfühlgemeinde“ zwischen Köln und Düsseldorf entwickelt – vor allem durch den Einsatz von Bürgermeister Albert Glöckner.

„Deshalb ziehen so viele Menschen hier hin: weil sie bei uns die Ruhe finden können, ohne auf die Annehmlichkeiten der nahen Metropolen zu verzichten.“

Rommerskirchen sei von zwei grünen Bändern durchzogen, die unsere Ortschaften wie Perlen auf einer Kette aneinanderreihen. **Fortsetzung Seite 2**

Der Gillbach vorwärts (Rommerskirchen)

Der Gillbach ist 29,5 km lang und fließt durch die Gemeinde Rommerskirchen. Der Gillbach Vorwärts informiert alle Haushalte in Rommerskirchen und ist zum Markenzeichen der SPD geworden.

Mischung bringt den Erfolg

Seit fünf Jahren sorgt die SPD für interessante Nachrichten in der 12.500-Seelen-Gemeinde. Die thematische Mischung bringt den Erfolg. Das, was von öffentlichem Interesse ist, steht im Gillbach Vorwärts. Vor allem sind das politische Neuigkeiten und insbesondere Nachrichten, die in der Tagespresse untergehen. „Und wir scheuen uns nicht, über sozialdemokratische Persönlichkeiten, unsere Themen und Erfolge zu berichten“, sagt Martin Marquardt. Der 26-Jährige gehört zum kleinen, aber festen Stamm des Redaktionsteams. „Aber jede und jeder darf mitarbeiten und Themen vorschlagen“, fügt er schnell hinzu.

Seit der ersten Ausgabe im Frühjahr 2010 erscheinen jährlich mindestens drei Ausgaben, in Wahlkampfjahren aber auch bis zu sechs. „In der Kürze liegt die Würze“ meinen die Macher und geben sich mit vier bis sechs Seiten zufrieden. „Wichtig ist, dass die Bürgerinnen und Bürger wissen, dass der Gillbach Vorwärts regelmäßig und in alle 5.000 Haushalte kommt.“

Ortsverein trägt die Kosten

Die 107 Mitglieder des Ortsvereins sind stolz darauf, die Kosten von ca. 400 Euro je Ausgabe selber tragen zu können. Und der „Lohn“ stellt sich gleich mehrfach ein. Die Nachrichten des Gillbach Vorwärts werden in der Bürgerschaft diskutiert. „Oft werden wir auf der Straße darauf angesprochen, wann es die nächste Ausgabe geben wird“, sagt Martin Marquardt. Und als letztes Jahr der SPD-Kandidat Martin Mertens mit 60,8 Prozent der Stimmen zum neuen Bürgermeister von Rommerskirchen gewählt wurde und die SPD 48 Prozent erhielt, hat der Gillbach Vorwärts zum Erfolg beigetragen.

Übrigens: Der Vorwärts-Verlag in Berlin hat dem Ortsverein sein Einverständnis für die Namensnutzung gegeben. Alle bisherigen Ausgaben können als PDF im Internet abgerufen werden.

INTERN • Februar 2015

Die SPD Lauterbach wird sechzig



Der Vorstand und die Kandidaten der SPD Lauterbach vor der Kommunalwahl 1989. Seit 1984 stellt die SPD ununterbrochen den Ortsvorsteher. Von 1956 bis zur Gebietsreform 1974 war Guido Lallemand Bürgermeister der eigenständigen Gemeinde Lauterbach.

Die SPD Lauterbach feiert 2015 wieder einen runden Geburtstag: wir werden sechzig!

Am 1. Oktober 1955 konstituierte sich der SPD Ortsverein Lauterbach im Gasthaus Theodor Klein, dem heutigen Gasthaus „Zur Sonne“. Mit unserem langjährigen Vorsitzenden und Bürgermeister Guido Lallemand haben wir noch ein Gründungsmitglied in unseren Reihen, das sich lebhaft erinnert. Gründungsmitglieder waren Joseph Krieger, August Getrey, Peter Heu, Peter Colling, Waldemar Getrey, Gerhard Maas, Paul Henne, Willy Vial, Gerhard Flachs, Michel Blechschmidt, Werner Buß – und eben: Guido Lallemand.

Die Gründungszeit war die stürmische und spannende Zeit des soge-

nannten Saarlandreferendums, das am 23. Oktober 1955 stattfand.

Nach dieser Wahl, die den Anschluss des Saarlandes an die Bundesrepublik besiegelte, begann der eigentliche organisatorische Aufbau der SPD Lauterbach.

SPD stärkste Kraft in einer Koalition mit CDU und DPS

Die ersten Kommunalwahlen standen bevor und fanden am 23. Mai 1956 statt. Die SPD wurde in dieser Wahl stärkste Kraft in einer Koalition mit CDU und DPS und Guido Lallemand wurde im Alter von 34 Jahren zum Bürgermeister von Lauterbach gewählt.

Die CDU stellte mit Heinz Nellen den 1. Beigeordneten und die DPS mit Ni-

kolaus Lorig den 2. Beigeordneten.

„Durch die Warndtkohlenabgabe stand die Gemeinde finanziell gut da“, erinnert sich Guido Lallemand. Themen und Projekte waren die Erneuerung der Straßenbeleuchtung, Kanalausbau und Bürgersteig in der Hauptstraße, Bau der Friedhofshalle, Ausbau des Marktplatzes – und die 250-Jahrfeier im Jahr 1957. Mittel- bis langfristige Projekte waren der Erwerb von Grundstücken für den Bau der Neuen Schule und die Erschließung von Baugrundstücken an der Neuen Schule und „Auf der Juchhöh“.

Im weiteren Verlauf stellte die SPD Lauterbach in Person von Guido Lallemand, Werner Hübschen und Dieter Peters bisher 50 Jahre den Bürgermeister und den Ortsvorsteher.

info für Lauterbach

Um zu recherchieren, wann die erste Ausgabe der Ortsvereinszeitung des SPD-Ortsvereins Lauterbach (Saarland) erschienen ist, muss der stellvertretende Ortsvereinsvorsitzende Erik Roskoth tief ins Archiv greifen. Fündig wird er bei der Ausgabe Dezember 1976. Das schwarz-weiße Titelfoto zeigt einen zufriedenen Helmut Schmidt, die Schlagzeile „Schmidt bleibt Kanzler!“ ist mit der Hand geschrieben. „Da wir immer etwa zwei Ausgaben pro Jahr gemacht haben, muss es unsere Zeitung seit etwa 1972/73 geben“, hat Roskoth nachgerechnet.

Seit über 40 Jahren auf dem Markt

Seit über 40 Jahren versorgt der Ortsverein die 2.600 Einwohner der Gemeinde bei Völklingen regelmäßig mit ungefilterten Informationen über Arbeit und Ziele der SPD. Die Ausgaben der frühen Jahre hießen einfach „SPD Information“, waren bis zu 40 Seiten stark und enthielten zur Finanzierung auch Anzeigen. Seit 2012 heißt die Zeitung „info für Lauterbach“, umfasst in der Regel vier Seiten und wird von der vierköpfigen Redaktion mit Hilfe von InDesign und Photoshop vollständig selbst produziert und alleine vom Ortsverein finanziert.

Inhaltlich beschäftigt sich die Zeitung vor allem mit den Themen des Ortsrates, kommunalpolitischen Entwicklungen in Lauterbach und den Aktivitäten des Ortsvereins. „Wir werfen aber auch immer einen Blick auf die Politik von Stadt, Land und Bund,“ erzählt Roskoth. Gerade ist zu Ostern die 94. Ausgabe erschienen und die nächste ist schon fest im Blick – zu einem besonderen Ereignis, denn in diesem Jahr feiert der Ortsverein Lauterbach sein 60. Jubiläum.

INTERN • April 2015

www.spd-lauterbach.info

Wir in Bottrop



Solidarität
Bei der Mai-Demo hat Norbert Römer zu Solidarität aufgerufen.
Seite 3



Veränderung
Bottroper Initiative fordert Rückkehr zu sozialer SPD-Bundespolitik.
Seite 5



Vorbild
20 Quartiere werden nach Bottroper Vorbild auch Innovation City.
Seite 8



Chance
Regionale Freizeitgesellschaft ist eine Chance für den Revierpark.
Seite 11

Guten Tag,

an den Überschriften der Titelgeschichten in der Presse ist es abzulesen: Die Parteien im Bereich sind sich auf die Wahlen 2017 vor. Der erste Termin steht schon fest. Am 14. Mai 2017 (Muttertag) wird der Landtag NRW neu gewählt.

Die Bundestagswahl wird dann voraussichtlich im September 2017 folgen. Ich würde mich gerne wieder zur Wahl stellen. Darüber haben unsere Bottroper Delegierten bereits entschieden. Mit den Genossinnen und Genossen aus Gladbeck und Dorsten werden sie am 23. Juni dieses Jahr endgültig über meine Kandidatur im Wahlkreis Bottrop-Gladbeck-Dorsten abstimmen.

Kleinstaaterlei

Unabhängig von allen Wahlvorbereitungen muss unser aller Augenmerk weiter darauf gerichtet sein, die rechtspopulistischen Bewegungen in ganz Europa mit ihren kurzfristigen Argumentationen klein zu halten. Allenfalls werden wieder Grenzen hochgezogen, Schlagbäume bewacht, Reisende kontrolliert. Separationsbewegungen wittern Morgenluft, die Briten entscheiden gar über den Austritt aus der EU.

Alles, was in den letzten 60 Jahren mühsam aufgebaut wurde, wird plötzlich wieder in Frage gestellt. Als ob die Kleinstaaterlei früherer Zeiten besser gewesen wäre.

EU stärken

Lassen wir uns nicht beirren: die Europäische Einigung darf nicht scheitern! Im Gegenteil: sie muss weiter gestärkt werden, damit die Stimme der Europäer in der Welt gehört wird. Lassen Sie uns weiter an dem Europäischen Haus bauen.

Ihr Michael Gerdes



Innovation City geht in die Luft. OB Bernd Fischer hat auf dem Berliner Platz vor vielen Zuschauern und Beteiligten das neue Segelflugzeug DG-300 des Luftfahrt-Vereins Bottrop [1912] getauft. Er wünschte dem Flugzeug und seinen Passagieren affektuell guten Flug. Im Rahmenprogramm gab es zahlreiche Aktionen, unter anderem eine Tombola mit einer Reihe von Gratistagen, deren Gewinner der Luftfahrtverein inzwischen bekannt gegeben hat.

„Berichtet von unseren Erfolgen!“

SPD geht bestens gerüstet ins Wahljahr: Michael Gerdes und Thomas Göddertz nominiert

Die Bottroper SPD geht personell bestens gerüstet in das Wahljahr 2017.

Auf dem Parteitag im April haben die Delegierten aus den Ortsvereinen ihren Vorsitzenden und Bundestagsabgeordneten Michael Gerdes wieder für die Bundestagswahl im kommenden Jahr nominiert. Als Kandidat für die Landtagswahlen wurde der Fraktionsvorsitzende der SPD-Fraktion im Rat der Stadt und stellvertretende Parteivorsitzende des Unterbezirks, Thomas Göddertz, nominiert.

Unsere Kandidaten konnten sich über Zustimmung nicht beschweren. Michael Gerdes erhielt in der Willy-Brandt-Gesamtschule

die 129 von 167 abgegebenen Stimmen. Auch Thomas Göddertz konnte die Genossinnen und Genossen überzeugen. Bei der Abstimmung zu seiner Nominierung erhielt er bereits im ersten Wahlgang die absolute Mehrheit und setzte sich damit gegen seine Mitbewerber Anja Köhmann, Petra Kamyczek und Daniel van Geister durch. Bei der eigentlichen Kandidatenkür, als nur noch Petra Kamyczek gegen ihn antrat, konnte Thomas Göddertz sogar 80 Prozent der Stimmen auf sich vereinen.

Michael Gerdes bildete in seiner Bewegungskategorie auf die bisher geleistete Arbeit auf der Bundesebene zurück: „Politik für alle statt nur für einige wenige. Mit diesem Versprechen ist die SPD in



die Große Koalition gestartet. Und dieses Versprechen haben wir gehalten.“ Gegen vielerlei

Widerstände habe die SPD den Mindestlohn durchgekämpft. Dem Unterstützungswettbewerb bei den Löhnen sei so endlich ein Riegel vorgeschoben worden. Die Leistungen für Pflegebedürftige seien erhöht worden, sodass auch Menschen mit Demenz und ihre Angehörigen nun endlich eine bessere Unterstützung erhielten. Darüber hinaus wies Michael Gerdes auf die großen Erfolge hin, die beim Elterngeld, beim BAföG und Meister-BAföG, beim Thema bezahlbares und altersgerechtes Wohnen sowie bei der Entlastung der Kommunen erzielt wurden. Mit Blick auf die Zukunft betonte Michael Gerdes, dass bei allem, was die SPD tue, das Ziel der sozialen Gerechtigkeit als Orientierung

dienen müsse. Als besonders wichtiges Vorhaben nannte er einen Durchbruch im Bereich der Leiharbeit. Es könne nicht sein, dass Menschen jahrelang in einem Betrieb arbeiten, dort aber keine feste Anstellung bekommen, sondern mit Werkverträgen oder als Leiharbeiter ohne Sicherheit und zu einem geringen Lohn arbeiten müssen. Auch für eine Aufwertung der beruflichen Bildung will sich Michael Gerde weiter einsetzen. „Erzählt den Menschen von unseren Erfolgen, dann geht's in den Umfragen auch wieder nach oben! Wir können es, wir machen es!“, rief der Bundestagsabgeordnete den Parteitags-Delegierten zu. Fortsetzung Seite 21

Bottrop lebt Integration! Die SPD ist stolz auf die große Solidarität der Bottroper Bürger!

Wir in Bottrop

Bottrop liegt mitten im Ruhrgebiet. Weil dort mehr als 116.000 Menschen in 60.000 Haushalten wohnen, gibt es Wir in Bottrop 60.000 Mal. „Wir in Bottrop“ heißt die Zeitung der SPD. Jeder Haushalt bekommt die Zeitung gebracht. Und das dreimal jährlich. Die 29. Ausgabe ist gerade erschienen.

Die Redaktion von Wir in Bottrop arbeitet ehrenamtlich. Dieter Giebelstein und Frank Beicht sind die internen Profis. Unterstützt durch einen ehemaligen Zeitungsredakteur garantieren sie die journalistische Qualität. Dieter Giebelstein ist ehrenamtlicher Geschäftsführer der Zeitung und Schriftführer im Unterbezirksvorstand, dem Frank Beicht, Inhaber einer Werbeagentur, kooptiert angehört. Mit dem Satz, Druck und Vertrieb beauftragt die SPD externe Profis. Alle Ortsvereine steuern Nachrichten und Berichte bei. Gedruckt wird, was den Menschen wichtig ist. Das sind kommunale, aber auch bundespolitische Inhalte. Der aktuelle Aufmacher beleuchtet kritisch die Schließung von Karstadt in Bottrop. Der Finger wird in die Wunde gelegt, Fehler des Managements ausgemacht. Wir in Bottrop schreibt, was ist, drückt sich nicht vor komplizierten Themen. Auch die Vorratsdatenspeicherung und das TTIP-Freihandelsabkommen werden aufbereitet. Und wenn eine Möbelhauskette 60 Millionen Euro in Bottrop investiert, ist das auch eine Meldung wert. Wir in Bottrop wirbt auch offensiv um neue Mitglieder für die SPD und nennt zehn gute Gründe dafür.

Lesefreundliches Layout

Die 16 Seiten im handlichen Zeitungsformat werden durchgängig farbig gedruckt. Einnahmen aus Inseraten machen das möglich. Dem Unterbezirk ist die Zeitung aber auch Geld wert. Die Bottroper haben sich an die SPD-Zeitung gewöhnt. „Wir werden auch auf der Straße angesprochen, wann die nächste Ausgabe kommt“, erzählt SPD-Geschäftsführer Karsten Gerlach. „Und Ex-Bottroper Bürger kommen schon mal im SPD-Büro vorbei, um sich die Zeitung abzuholen.“ Das Layout ist lesefreundlich. Personen und lokale Geschichten dominieren. Oberbürgermeister Bernd Tischler und weitere SPD-Persönlichkeiten beweisen Profil. Die Bottroper haben ihren Oberbürgermeister Bernd Tischler zuletzt mit 66 Prozent der Stimmen wieder gewählt. Zum Wahlerfolg beigetragen hat auch die SPD-Zeitung Wir in Bottrop.

INTERN • Juni 2015

SPD Aktuell

INFORMATIONSBLATT DER SPD IN DER VERBANDSGEMEINDE MONSHEIM

GRUSSWORT



LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

in Ihren Händen halten Sie die neueste Ausgabe unseres Informationsblattes „SPD Aktuell“.

In der mittlerweile vierten Ausgabe gibt es wieder allerhand Informationen aus unseren Ortsvereinen, aus der Verbandsgemeinde und erstmals auch aus der Fraktion der SPD im Kreistag des Landkreises Alzey-Worms.

Eine kleine Info noch vorab:

Die SPD der VG Monsheim beteiligt sich in diesem Jahr wieder am Ferienprogramm der Verbandsgemeinde Monsheim mit einem Besuch im Kletterpark. Mehr Infos hierzu in Kürze auf der Homepage der Verbandsgemeinde!

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihr
Tobias Rohrwick
Verbandsvorsitzender

„Neues in der VG“: SPD in der VG Monsheim besichtigt neue KiTa

Rund um die neue KiTa in Monsheim



Die SPD in der Verbandsgemeinde Monsheim setzte mit einer Veranstaltung rund um die neue Kindertagesstätte in Monsheim die Veranstaltungsreihe „Neues in der VG“ mit großem Erfolg fort.

SPD-Verbandsvorsitzender Tobias Rohrwick dankte in seiner Begrüßung allen Anwesenden für das große Interesse und erklärte die Zielsetzung der Veranstaltungsreihe: „Die Veranstaltungsreihe ‚Neues in der VG‘ soll wichtige Projekte in unserer Verbandsgemeinde vorstellen und den Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit der Information vor Ort bieten.“

Der Monsheimer Ortsbürgermeister Michael Röhrenbeck führte gemeinsam mit Bürgermeister Ralph Bothe und der örtlichen Landtagsabgeordneten Kathrin Anklam-Trapp die zahlreichen Bürgerinnen und Bürger durch den Rohbau der neuen Kindertagesstätte und erläuterte u. a. die künftige Raumaufteilung.

Der KiTa-Neubau an der Heinrich-von-Gagern-Grundschule soll die bisherige KiTa in der Rieslingstraße ersetzen. Statt vier Gruppen werden künftig fünf Gruppen mit rund 100 Plätzen zur Verfügung stehen.

Da die Grundschule aufgrund des Rückgangs der Schülerzahl nicht mehr so viele Klassenräume benötigt, wird ein Teil ihrer Räumlichkeiten in den KiTa-Neubau integriert. Im Neubau wird es unter

anderem eine Mensa und einen Turnraum sowie extra Räume für Intensivbetreuung geben.

Im Anschluss an die Baustellenbegehung erläuterte Bürgermeister Ralph Bothe die Planungen der Verbandsgemeinde zum Neubau einer Sport- und Veranstaltungshalle in Monsheim (siehe Foto). Der Verbandsgemeinderat hatte in seiner Sitzung vom 24.09.2014 den Grundsatzbeschluss zum Neubau einer solchen Halle gefasst. Aktuell wurde die Bedarfsermittlung bei den Schulen, Vereinen und Gruppierungen abgeschlossen und die Einholung von Planungsentwürfen wird vorbereitet.

Wiederum zufrieden zeigte sich SPD-Verbandsvorsitzender Tobias Rohrwick, gleichzeitig auch Vorsitzender der SPD-Fraktion im Verbandsgemeinderat Monsheim, über die Weiterentwicklung an dieser Stelle: „Uns als SPD liegt die Entwicklung unserer Gemeinden sehr am Herzen. Hier leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Verbandsgemeinde!“

„Wir freuen uns auf die weitere Fortsetzung unserer Veranstaltungsreihe in diesem Jahr, denn wir wollen auch weiterhin interessante Projekte begleiten und den Bürgerinnen und Bürgern Informationen aus erster Hand bieten“, so Rohrwick abschließend.

SPD Aktuell (Monsheim)

Die rheinland-pfälzische Verbandsgemeinde Monsheim sieht sich als „Süden“ Rheinhessens und auf ihrer Internetseite strahlt die Sonne ganzjährig. Gut 10.000 Einwohner zählt die Verbandsgemeinde. Und gleich sieben Ortsvereine, der SPD-Gemeindeverband und die Jusos Monsheim haben gemeinsam das Informationsblatt SPD AKTUELL aus der Taufe gehoben.

Überhaupt stemmen alle Beteiligten die Zeitung als echtes Gemeinschaftsprojekt. Akribisch werden die Druckkosten nach Einwohnerzahl umgelegt. Kein Ortsverein zahlt mehr als 30 Euro. Alle 4.300 Haushalte bekommen das vierseitige Blatt in die Briefkästen gesteckt. Die sieben SPD-Ortsvereine verteilen selbst oder vergeben dies kommerziell. Je nachdem, wie es der Ortsverein entscheidet und zu leisten in der Lage ist.

Aktuelles aus allen Ortsteilen

Die Zeitung erscheint zweimal im Jahr (Ausgabe Frühjahr / Ausgabe Spätjahr). Besonders positiv nehmen die Bürgerinnen und Bürger wahr, dass Nachrichten aus allen sieben Ortsgemeinden vorkommen.

Das redaktionelle Geheimnis dahinter: Der SPD-Gemeindeverband sammelt die Artikel ein und wählt auch aus. Die Artikel liefern die Ortsvereine, die Jusos, die Landtags- und der Bundestagsabgeordneten sowie der Gemeindeverband selbst. Die Endfassung der Zeitung wird auf einer Vorstandssitzung bzw. im Umlaufverfahren beschlossen. So sind alle einbezogen und zufrieden. „Braucht ein Ortsverein Unterstützung bei der Erstellung eines Artikels, dann hilft der Gemeindeverband gerne“, erzählt der SPD-Gemeindeverbandsvorsitzende Tobias Rohrwick.

Insgesamt wertet er die Zeitung als Erfolg, „weil alle Ortsvereine zu einem sehr geringen Preis eine vollwertige Zeitung erhalten und somit auch abseits von Wahlen öffentliche Präsenz zeigen können“.

INTERN • September 2015

<http://aktuell.spd-vg-monsheim.de>



ORTSVEREIN STÜHLINGER

Stühlinger MAGAZIN

33. Jahrgang, Nr. 1

April 2015

In der Rush-hour des Lebens



Porträt einer jungen Familie aus dem Stühlinger

Stühlinger Magazin (Freiburg)

Ein Magazin ist eine Zeitschrift mit vielen Illustrationen. Wer die 64 Seiten im STÜHLINGER MAGAZIN betrachtet, hat wahrhaft eine Illustrierte in der Hand. 42 Fotos und 74 Anzeigen lockern die aktuelle Ausgabe auf. Durchgängig vierfarbig und im handlichen A5-Format zeigt sich das lesefreundliche Journal. Gelesen wird das STÜHLINGER MAGAZIN, weil es einfach zum Stühlinger, einem Stadtteil im Freiburger Westen, gehört. Und das seit 33 Jahren. Ununterbrochen. Möglich macht dies der Herausgeber: der SPD Ortsverein Stühlinger.

Finanzierung über Inserate

Redaktionell verantwortlich ist Rainer Simon. Er und sage und schreibe 19 Personen bilden die Redaktion. Die meisten, nicht alle, sind SPD-Mitglied. Um die Anzeigen kümmert sich der Ortsvereinskassierer Jürgen Kießling persönlich. Der gesamte Ortsverein ist zu Recht stolz darauf, dass die Werbeeinnahmen die Kosten in Höhe von 4.500 Euro je Ausgabe vollständig decken. Die zahlreichen Anzeigen beweisen auch die Akzeptanz und das Interesse in der Bevölkerung. Das STÜHLINGER MAGAZIN wird gelesen, deshalb inserieren so viele Stühlinger Betriebe.

Das Lokale im Vordergrund

Die Bürgerinnen und Bürger reagieren positiv auf die Reportagen, Berichte und Meldungen. Sie geben Anregungen für Recherchen und schlagen Themen vor. Die Stühlinger lieben ihren Stadtteil. Im SPD-Magazin lesen sie Porträts von Menschen und Betrieben aus der Nachbarschaft. Sie erfahren Hintergründe und Details zu baulichen Entwicklungen. Aus dem Bundes- und Landtag berichten die Abgeordneten Gernot Erler und Gabi Rolland. Den Inhalt dominiert aber das Kommunale, das Nebenan, das Nachbarschaftliche.

Und so ist auch der Vertrieb organisiert. Für jeden der 15 Verteilerbezirke gibt es einen persönlich Verantwortlichen. Das Team sorgt dafür, dass vier Mal im Jahr die 9.700 STÜHLINGER MAGAZINE ihren Weg in jeden Stühlinger Haushalt finden. Und das, wie geschrieben, seit 33 Jahren!

INTERN • Oktober 2015

www.spd-stuehlinger.de

SPD

Maudach



Schloss-Presse-Dienst

Stadtteilzeitung der SPD Ludwigshafen-Maudach

November/Dezember 2014

Bruchfesthalle abgebrannt - wie geht's weiter?

Am 3. Juni hatte sich die Maudacher SPD getroffen, um das für August vorgesehene Bruchfest zu planen. Am nächsten Morgen war die Überraschung groß, als gemeldet wurde „Festhalle im Maudacher Bruch ist abgebrannt“.



Vor dem Brand 2010...

Wir wollten es nicht glauben, keine Bruchfeste mehr? Waren doch die im Sommer stattfindenden Feste für alle Maudacher eine Super Einrichtung, da konnte man Leute treffen, gemütlich sitzen und feiern. Außerdem sicherten die Einnahmen vielen Vereinen die Existenz. Deshalb war schnell klar, die Festhalle muss wieder aufgebaut werden. Für uns, die SPD war aber auch wichtig, dass in diesem Jahr das Fest nicht ausfällt. Wir waren deshalb froh, dass wir unser Bruchfest auf dem Gelände vom „Kleingartenverein Kinkel“ durchführen konnten und bedanken uns bei den Gärtnern ausdrücklich für die Gastfreundschaft.

Und wie geht's weiter?

Gleich nach dem schlimmen Brand waren sich alle politisch Verantwortlichen, sowohl im Stadt- wie Ortsbeirat

einig, „die Festhalle muß wieder aufgebaut werden“. Nachdem versicherungsrechtliche Fragen geklärt waren, sollte relativ schnell ein Architekt mit der Planung des Neubaus beauftragt werden. Obwohl die Oberbürgermeisterin, Frau Dr. Lohse, nach dem



... und nach dem Brand 2014

Brand erklärte, dass der Wiederaufbau ein wichtiges Projekt sei, hat sie sich scheinbar nicht besonders dafür eingesetzt. Denn wie sonst wäre zu erklären, dass der Architekt erst Anfang Oktober, also 11 Wochen nach Beschluss des Bau- und Grundstücksausschusses beauftragt wurde.

Für die Neubeschaffung des Inventars ist die Arbeitsgemeinschaft der Maudacher Vereine (ARGE) zuständig. Zu diesem Zweck hat sich bei der ARGE inzwischen ein Arbeitskreis gebildet, der die Planung des Architekten begleitet wird. Und wenn schon alles neu entsteht, dann bietet sich für die ARGE die Gelegenheit, die eine oder andere Verbesserung an der Anlage vorzuschlagen und – sofern diese finanzierbar ist – zu realisieren.

Die ARGE nimmt gerne Spenden entgegen, um die Einrichtung der neuen Halle zu finanzieren. Fast

10.000 Euro haben Firmen, Privatpersonen und Vereine bereits gespendet. Auch wir, der SPD-Ortsverein Maudach, beabsichtigen, den Erlös des für Januar 2015 geplanten Neujahrsfeuers an den Förderverein weiterzugeben.

Das hat die SPD gemacht.

3,7 Millionen Menschen erwarten zum 1. Januar 2015 die größte Gehaltserhöhung ihres Lebens auf 8,50 €.

Im Friseurhandwerk wurde der Mindestlohntarifvertrag bereits im April 2013 abgeschlossen und ist seit November 2013 allgemeinverbindlich mit 7,- € Stundenlohn. Dieser steigt weiter. Seit August 2014 sind es 7,50 € und zum 1. August 2015 wird jeder Friseur in Deutschland den gesetzlichen Mindestlohn von 8,50 € verdienen. Die Branche nutzt den zweijährigen Spielraum also nur für ein halbes Jahr. Auch in der Landwirtschaft ist die schrittweise Heranführung inzwischen beschlossen: auf 8,60 € Anfang 2017 und 9,10 € ab November 2017. Für Branchen ohne Einigung wie Systemgastronomie und Einzelhandel gelten 8,50 € ab Januar. Für Zeitungszusteller ist der Anstieg gesetzlich gestaffelt, 2017 erhalten auch sie 8,50 €.

Änderungen gibt es auch beim Praktikum. Nur noch studienbegleitende Praktika bis zu drei Monate können unter Mindestlohn bezahlt werden.

Mindestlohn in Zahlen

3,7 Mio. Beschäftigte werden ab 1.1.15 erstmals 8,50€ verdienen.
2,2-3 Mrd. € Mehreinnahmen für Sozialversicherung und Einkommensteuer prognostiziert das Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung

Spendenaufruf

Möchten Sie helfen? Überweisen Sie Ihre Spende auf folgendes Konto:

Kontoinhaber Empfänger: ARGE Maudach
Kennwort: Wiederaufbau Bruchfesthalle
VR-Bank, IBAN DE 90 6709 0000 0086 5504 07

Schloss-Presse-Dienst (Ludwigshafen-Maudach)

„Wechselhaft war die Geschichte des Maudacher Schlosses im gleichnamigen Ludwigshafener Stadtteil. Kurfürsten, Bischöfe und andere Adelige unterschiedlichster Nation hat es erlebt. Aber schon 1840 kaufte die Gemeinde das Schloss und nutzte es als Rathaus. Konstant hingegen publiziert die Maudacher SPD den „Schloss-Presse-Dienst“. Der besondere Effekt: die Anfangsbuchstaben vom „Schloss Presse Dienst“ ergeben SPD. Die SPD-Zeitung existiert seit 1977 ununterbrochen. Vor nunmehr 38 Jahren erschien die erste Ausgabe – damals natürlich schwarzweiß. Heute informiert die Stadtzeitung kurz und knapp auf vier Seiten und – seit 2011 – in Farbe und regelmäßig drei bis viermal im Jahr.

15 Genossinnen und Genossen des Ortsvereins Ludwigshafen-Maudach verteilen die Zeitung ehrenamtlich an die 7.000 Einwohner in rund 3.300 Haushalten. Die Zeitung finanziert allein der Ortsverein. Das kleine Redaktionsteam besteht aus Günther Ramsauer (ehem. Landtagsabgeordneter), Jürgen Bott, dem zweiten OV-Vorsitzenden und Stadtrat, sowie dem Ortsvereins-Vorsitzenden Wolfgang Emig, der zugleich für die Zeitung bei allen Veranstaltungen Fotos schießt.

Schwerpunkt Lokales

Der „Schloss-Presse-Dienst“ berichtet über Aktivitäten im Ort wie zuletzt über das Spielplatzfest, als die rheinlandpfälzische Ministerpräsidentin Malu Dreyer zu Besuch war. Fest verankert ist das Lokale: Was machen die Vereine, wann steht ein Fest an? Und eine kleine Serie stellt ortsansässige Gewerbebetriebe vor. Vorsicht lässt die Redaktion walten, wenn es um Artikel aus dem Internet geht. „Die verwenden wir lieber nicht, um nicht Gefahr zu laufen, irgendwelche Rechte zu verletzen. Allerdings haben wir eine eigene Homepage, auf der unsere Zeitung zu finden ist“, klärt Wolfgang Emig auf, der auch verantwortlich im Sinne des Presserechts zeichnet. Wenn die Mitglieder den „Schloss Presse Dienst“ verteilen, hören sie viel Lob. Und oft die Frage: „Wann kommt denn die nächste Ausgabe?“ Die Antwort lautet dann: „Bald. Und 2017 im 40. Jahr.“

INTERN • Dezember 2015

www.spdmaudach.de



SPD ROTDORN

Verden Miteinander - lebenswerte Stadt

Nr. 45
November 2015




Wir für Verden

Miteinander durch Lebensräume

Verden hat sich positiv verändert. Wer in diesem Sommer mit offenen Augen durch die Stadt gegangen ist, wird die Veränderungen bemerkt haben: An fast jedem Wochenende war etwas los in der Innenstadt. Gastronomische Betriebe haben im Bereich des Rathausplatzes ihr Angebot erweitert und Tische im Freien aufgestellt. Das Podest wurde bei vielen Veranstaltungen genutzt und

gut angenommen. Möglich gemacht hat das der barriere- und autofreie Umbau des Rathausplatzes. Auswärtige Besucher staunen über die Veranstaltungsvielfalt in Verden und den schönen Blick auf die Hausfassaden.

Ein Miteinander, das neue Lebensräume in einer lebenswerten Stadt geschaffen hat, ist für den SPD-Fraktionsvorsitzenden Michael Otten

ein großer Erfolg. Positiv ausgewirkt hat sich auch die durch den Carl-Hatzky-Weg geschaffene Verbindung vom Allerufer über den neuen Abenteuer-Kinderspielplatz und die Reeperbahn zur Innenstadt. Ergänzt werden soll all das in Zukunft durch die Neugestaltung des Allerufers mit gastronomischem Angebot. Möglichkeiten, um die andere Städte und Gemeinden Verden beneiden.

Rotdorn (Verden)

Als konservativ geprägt galt einst die niedersächsische Kleinstadt Verden an der Aller. Ein stacheliger Dorn hat geholfen, dies zu ändern. Seit 40 Jahren spießt die Verdener SPD mit ihrer Lokalzeitung ROTDORN kommunale Missstände auf. Inzwischen hat sich die politische Landschaft in Verden positiv verändert. Die SPD stellt schon seit über zehn Jahren mit Lutz Brockmann einen engagierten Bürgermeister und mit Peter Bohlmann den Landrat, der erfolgreiche Haushaltssanierung betreibt. Hinzu kommen mehrere Ortsbürgermeister.

Ein bis zwei Mal im Jahr macht sich ein vierköpfiges Redaktionsteam um Axel Sonntag daran, eine neue Rotdorn-Ausgabe zu erarbeiten. Stoff gibt es genug, denn Verden mausert sich und hat zahlreiche kommunalpolitische Vorhaben auf den Weg gebracht und viele davon auch schon umgesetzt. Klar, dass dazu auch der Rotdorn seine Meinung hat. Neben dem Redaktionsteam sorgen 36 ehrenamtliche Ortsvereinsmitglieder dafür, dass die 12.000 Exemplare des Rotdorn gewissenhaft ausgetragen werden. Finanziert wird die Gratis-Zeitung vom Ortsverein und der Fraktion.

INTERN • Februar 2016

www.spd-verden.de

Höhendorf Kurier



Nr. 60 – August 2015

Witzhelden Extra

++DORFWERKSTATT++AUFBRUCHSTIMMUNG++JURY KOMMT++



Im letzten Jahr holte Witzhelden den 1. Preis im Kreiswettbewerb „Unser Dorf hat Zukunft“. Nun stellt es sich mit dem Leitbild „Witzhelden, Dorf auf der Höhe – mit Tradition gemessen in die Zukunft“ unter der Regie des Verkehrs- und Verschönerungsvereins VVV der Herausforderung, gegen 50 weitere Dörfer im Landeswettbewerb anzutreten. Ein Sieg ist möglich, da unsere soziale Infrastruktur mit Alltagsversorgung, Gesundheits- und Werklebewesen, Kindergärten, Schulen, Kirchengemeinden, Kultur und Sport sehr gut funktioniert.

Um den Wettbewerb zu koordinieren und das Gute in Witzhelden kontinuierlich weiter zu entwickeln, hat der VVV die Dorfwerkstatt ins Leben gerufen. Privatpersonen, Gruppen und Vereine machen mit. Die Dorfwerkstatt soll mit regelmäßigen Treffen über den 21.08.2015 - dem Besuchstag der Wettbewerbsjury - hinausgehen, um weiter zu wachsen und sich weiter zu entwickeln!

Zeigen wir der Landeskommission, dass bei uns Gemeinschaftssinn in allen Bereichen zu finden ist! Zuspäcken bei der Säuberungsaktion am Di., 18.08.2015, Beginn 18.00 Uhr am Marktplatz ist ein Baustein! Die SPD Witzhelden dankt vorab allen Aktiven und Unterstützenden, insbesondere dem VVV, und wünscht (uns) allen viel Glück!

++AUFBRUCHSTIMMUNG++JURY KOMMT++DORFWERKSTATT++

Einmischung bewegt
Nach zahlreichen Klagen wg. Motorradlärm und der Machtlosigkeit der Polizei aufgrund geltenden Rechts hat die SPD Witzhelden eine Petition an den Bundestag geschickt. Von dort gab es jetzt die Info, dass ab 2016 zugelassene Motorräder sehr viel realistischere und damit auch strengere Lärmwerte erfüllen müssen. Die Betroffenen dürfen daher auf weniger Lärm hoffen - und der Großteil der Motorradfahrenden, der sind verhältnismäßig verhält, auf mehr Akzeptanz.

Mobiler Recyclinghof bleibt in Witzhelden!
Der regionale Müllentsorger wollte die Abgabestelle in Burscheid-Hilgen reaktivieren. Dort wäre es nicht der - für alle praktische - Samstag sondern irgendein Tag geworden. Durch eine separate Ausschreibung und entsprechende Vergabe konnte bis mindestens Ende 2016 der mobile Recyclinghof für Witzhelden sichergestellt werden. Ohne die guten SPD-Argumente wäre dies nicht möglich gewesen!

Erntedankfest 2015
Auch in diesem Jahr wird die SPD Witzhelden während des Festumzugs am Sonntag, 04.10. im Ratsstuben Treff wieder das Erntedankfest-Café mit freundlichen Preisen öffnen. Sie sind herzlich eingeladen!



Selzer Ortsschiff

www.facebook.com/spd.selzer

Der SPD Ortsverein Selzer informiert | Nr. 85 | November 2014

1954 – 2014: 60 Jahre Selzer Wappenrecht

SELZER LÖWE BRÜLLT OFFIZIELL SEIT 60 JAHREN

Vor 60 Jahren bekam Selzer das Recht zum Führen eines eigenen Wappens verliehen. Doch auch vorher schon gab es Selzer Wappen. Hier zeigt der Löwe das historische Wappen von 1537. Vermutlich 1954 erfolgte dann die Überarbeitung und Vereinfachung zur heute bekannten Darstellung.



In einer kleinen und spontanen Aktion an der Selzer Kiörb einigten Freunde der SPD mit eigen angefertigten T-Shirts an diesem geschichtsbildenden Jubiläum.



Höhendorfkurier (Witzhelden)

Wikipedia kennt Witzhelden, aber die Sparte „Politik“ ist leer. INTERN kennt den Höhendorkurier aus Witzhelden und der ist voll von lokaler Politik. Witzhelden ist ein Ortsteil von Leichlingen im Rheinisch-Bergischen Kreis (NRW) und der „Höhendorfkurier“ die lokale SPD-Zeitung. Zwei oder drei Ausgaben erscheinen jährlich. Das hängt von den Rahmenbedingungen im Ortsverein und auch von Wahlterminen ab. Der OV zahlt den Druck der 3.200 Exemplare im A4-Format auf Recyclingpapier. Die Ehrenamtlichen verteilen den „Höhendorfkurier“. Der Umfang variiert zwischen vier und acht Seiten. Die lokalen Themen stehen im Mittelpunkt. Und dazu gibt es durchweg positive Reaktionen. „Das beflügelt die Redaktionsarbeit“, sagt die Vorsitzende Yvonne Göckemeyer. Sie verantwortet und layoutet die Zeitung. Interessierte Mitglieder sind in der Redaktion stets gern gesehen.

INTERN • Februar 2016

www.spd-witzhelden.de

Selzer Ortsschell

Der Selzer Ortsschell hält im Namen die Erinnerung an einen lange gepflegten Brauch aus der frühen Neuzeit wach. Bis in die 1980er-Jahre rief der Ortsscheller die Neugkeiten aus. Das wissen alle 1.500 Einwohner auch heute noch. Zum einen wegen des Denkmals in der Ortsmitte. Zum anderen dank der seit 1980 erscheinenden SPD-Zeitung Selzer Ortsschell. Die ersten Ausgaben entstanden zum Teil noch handschriftlich. Inzwischen sind 87 Ausgaben und einige Sonderausgaben erschienen. Stefan Bremler und das Redaktionsteam haben im Jahr 2013 das Layout komplett neu gestaltet und parallel eine Facebook-Seite eröffnet.

INTERN • Februar 2016

Facebook: [SPD.Selzen](#)

Impressum

Herausgeber: SPD-Parteivorstand, Wilhelmstr. 141, 10963 Berlin

Redaktion und Layout: Dietmar Bergmann

Druckerei: Dräger+Wullenwever print+media Lübeck GmbH & Co. KG,
Grapengießerstraße 30, 23556 Lübeck

Vertrieb: IMAGE Ident Marketing GmbH, shop.spd.de

Artikelnummer: A100912

©2016

Die Parteischule im Willy-Brandt-Haus

Leiter: Klaus Tovar

E-Mail: Parteischule@spd.de

Internet: <http://parteischule-wiki.spd.de>



PARTEISCHULE IM WILLY-BRANDT-HAUS

Die „Parteischule im Willy-Brandt-Haus“ offeriert bundesweite Bildungsprogramme rund um das politische Handwerk für Aktive, Parteigestellte und BerufspolitikerInnen. Die Parteischule berät in allen Fragen der Bildungs- und Personalarbeit.

- Die „PARTEISCHULE“ unterstützt die Aktiven bei ihren Aufgaben mit Seminaren, den Lehrgängen „Frauen an die Macht“, der „Train-the-Trainer“-Ausbildung, dem „Handbuch Bildungsarbeit“, den „Pluspunkten“, dem Bildungswiki und mehr.
- Gemeinsam mit der Bundes-SGK fördert der Parteivorstand junge Talente in der „SOZIALDEMOKRATISCHEN KOMMUNAL-AKADEMIE“ sowie Frauen in dem Mentoring-Programm „FRAUEN IN FÜHRUNG“.
- Persönlichkeiten aus Bundestag und Landtagen, OberbürgermeisterInnen und ParteifunktionärInnen besuchen die „FÜHRUNGS-AKADEMIE DER SOZIALEN DEMOKRATIE“.
- Bundesweite betriebliche Weiterbildung offeriert das Programm „INNOVATION, PERSONALENTWICKLUNG UND QUALIFIZIERUNG“.
- Politik ist lernbar, insbesondere im „NETZWERK POLITISCHE BILDUNG“. Politische Qualifizierungsangebote jeder Art im Bildungsnetz der sozialen Demokratie.