

RECHTZEITIG WENDEN AN: [BISTUMMAINZ.DE/MEDIENKOORDINATION](https://www.bistummainz.de/m Medienkoordination)

# WIRKSAM KOMMUNIZIEREN!

Tipps für Ihre Inhalte & Aktionen

# WIRKSAM KOMMUNIZIEREN: WIE?

## 1. Was ist geplant?

Nennen Sie das Ziel und konkretisieren Sie Ort, Zeit und Dauer.

## 2. Wer sind die Beteiligten? Wer ist Veranstalter?

*Nennen Sie alle Vor- und Zunamen und geben Sie Personen bei Fotos so an, dass sie eindeutig zuzuordnen sind, z.B. „vlnr“ = von links nach rechts.*

## 3. Wer ist betroffen?

Konkretisieren Sie Ihre Zielgruppe möglichst genau (Alter, Interessen, Bedürfnisse).

## 4. Was sind die Botschaften?

Was ist besonders hervorhebenswert, berührend? Bilder und Texte sollen Emotionen wecken, sich schnell erschließen lassen, deutlich sein. Bildrechte müssen eingeholt werden. Lassen Sie weg, was nicht veröffentlicht werden darf/unklar ist.

## 5. Warten auf Rückfragen! Wer kann Auskünfte geben?

Wer schreibt, fotografiert, postet, könnte ein Interview geben oder Video drehen oder dabei mitmachen? Nennen Sie die Kontaktmöglichkeiten!

**WAS INTERESSIERT WEN? | KANÄLE PLANEN:**

BEISPIEL 1:

# SEGNUNGS- GOTTESDIENST FÜR SCHWANGERE

Kanal: Instagram & Website

Zielgruppen:

Millennials

Kernzielgruppe durchschnittlich:

26 Jahre





# NEUE LEITERIN MARTINUSBIBLIOTHEK

(c) TBlum

## BEISPIEL 2:

Kanal: Twitter & Website

Zielgruppe bei Twitter  
(vereinfacht):  
Generation X  
Kernzielgruppe  
durchschnittlich:  
45 Jahre



**BEISPIEL 3:**

# ZUM PFARRFEST EINLADEN

**Zielgruppen:**  
Kerngemeinde, Familien,  
Jugendliche, Neubürger:innen, ...

**Website & Social Media:**  
Instagram (20-35J.), Facebook  
(40-x) & Printmedien (Presse,  
Postkarten, Plakate, ...)



(c) Stefan Körber | stock.adobe.com

**PASSEND BEBILDERN | HANDWERKSZEUG:**



(c) MHansen

# PASSEND BEBILDERN

Bild planen, das zu Thema und Zielgruppe passt  
(hier: *Aufbruch der Krisenseelsorger:innen ins Ahrtal*)

Achtung: Bild sollte nicht künstlich wirken, am besten ein passender Schnappschuss!

Bildsprache beachten!  
(hier: *Aufbruchstimmung / positive Bestärkung mitbringen*)

Bildunterschrift setzen mit Inhalt des Bildes und wer von links nach rechts zu sehen ist  
(hier: *Krisenseelsorger:innen aus dem Bistum Mainz brechen zum Schulstart ins Ahrtal auf, vlnr: Silvia Reviol, Diana Jacquet, Dr. Brigitte Lob, Norbert Lang*)





# FORMAT & QUALITÄT

Bild-Format: am besten Hochkant plus Querformat für verschiedene Zwecke/Kanäle  
Datei-Größe -Format: hohe Auflösung | Jpg, png, heic, ggf tiff, ... aber nicht: pdf oder doc  
Wichtig sind: gutes Licht, Schärfe im Bildfokus & hohe Auflösung

NACHFRAGEN & BESTÄTIGEN LASSEN

# RECHT AM BILD & COPYRIGHT

- Haben die Personen (oder ihre Eltern) eingewilligt gezeigt zu werden?
- Dies sollte für Website + Social Media gelten!
- Besser schriftlich bestätigen lassen, z.B. per Mail
- Copyright : Name | ggf Portal



(c) Markus Eichler

**IST ES MÖGLICH, IHRE AKTION IN DEN BISTUMSMEDIEN ZU BEWERBEN?**

Gehört Ihre Einrichtung zum Bistum Mainz und hat das Thema einen Bistumsbezug? Ist es aktuell?

# NOCH FRAGEN?

Dann Kontakt an:

Medienkoordinator, Alexander Matschak: [bistummainz.de/  
medienkoordination](http://bistummainz.de/medienkoordination)

oder die Ihnen bekannten Medienkolleg:innen: [bistummainz.de/  
pressemedien](http://bistummainz.de/pressemedien)

Tipp: Gemeinsame Medienrunde donnerstags, Themeneingabe bis 9:30 Uhr

Mail an: [medienkoordination@bistum-mainz.de](mailto:medienkoordination@bistum-mainz.de)