

Pforzheimer Zeitung

Der Tag wird gut

Kontaktmöglichkeiten – Ihr direkter Draht zu uns

Einladungen zu Veranstaltungen und **Ankündigungen** für den Lokalteil senden Sie per Mail bitte an: stadt@pz-news.de.

Veröffentlichungen im **Veranstaltungskalender** erfolgen über die Webseite **www.stadtklar.de** des PZ-Medienhauses. Dort können Veranstaltungstermine selbstständig hochgeladen werden – inklusive Foto und Bildergalerien. Am 1. April 2017 wird komplett auf die Weberfassung umgestellt. Ab diesem Zeitpunkt werden nur noch Termine auf stadtklar.de, Tipps + Termine und PZlive veröffentlicht, die auf diese Weise an uns übermittelt wurden.

Texte und Bilder für das „**Tagebuch der Vereine**“ gehen ebenso wie Einladungen zu Terminen und sonstige Anfragen an stadt@pz-news.de

Das Formular für „**20 Fragen zu meinem Verein**“ können Sie online unter www.pz-news.de/meinverein ausfüllen.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an folgende Ansprechpartner:

Susanne Knöller
susanne.knoeller@pz-news.de
(07231) 933 162

Lisa Belle
lisa.belle@pz-news.de
(07231) 933 149

Worüber die PZ berichtet

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihre Aktivitäten im „Tagebuch der Vereine“ mit eigenen Texten und Bildern vorzustellen. Unter der Rubrik „20 Fragen zu meinem Verein“, die jeden zweiten Samstag erscheint, können Sie ebenfalls für Ihren Verein werben. Sofern es die aktuelle Terminlage zulässt, können Sie in unserem Lokalteil öffentliche Veranstaltungen ankündigen. Diese finden auch in unserer Übersicht auf der Terminseite Platz. Unter bestimmten Voraussetzungen finden Vereinsthemen auch in der Regelberichterstattung Raum, werden teils auch von Redakteuren oder PZ-Mitarbeitern selbst übernommen. Für kulturelle und sportliche Events sowie Spendenübergaben gibt es Sonderregeln.

Wo steht was?

- Tagebuch:** Fast alles findet hier Platz – sofern es einen aktuellen Anlass gibt. Hier können Vereine selbst Texte über Feste, Versammlungen, Ausflüge, Weihnachtsfeiern und vieles mehr veröffentlichen. Wichtig ist dabei nur, dass es sich um ein aktuelles Ereignis oder eine Veränderung handelt.
- Pforzheim:** Hier kündigen wir Ihre Veranstaltungen als Journalmeldungen an. Auch Spendenübergaben von Fördervereinen (Text ab 500 Euro, mit Bild ab 1000 Euro) werden hier veröffentlicht. Außerdem die Artikel, die Redakteure selbst über das Vereinsleben der Stadt schreiben. Auch bei markanten Veränderungen in der Vereinsstruktur, wenn zum Beispiel der Vorsitzende wechselt, landen die Texte aus Gründen der Aktualität wenn möglich in der Regelberichterstattung. Gleiches gilt für schulsportliche Aktivitäten in Kooperation mit Vereinen sowie für Jubiläen.
- Kultur:** Über die Besetzung/Veröffentlichung kultureller Veranstaltungen, an denen Profis beteiligt sind, die eine professionelle Ausbildung haben oder mit ihrer Kunst ihren Lebensunterhalt verdienen, entscheidet die Kulturredaktion nach vorheriger Absprache (Kontakt: kultur@pz-news.de).
- Sport:** Vor- und Nachberichte von Wettkampfgeschehen finden im Sportteil Platz. Auch Trainerwechsel können dort Beachtung finden. Ob die Redaktion sich selbst um die Artikel kümmert, hängt davon ab, wie populär die Sportart in der Region ist (wie viele aktive Vereine es gibt), wie hochklassig gespielt wird und wie viele Zuschauer sich dafür interessieren. Nicht mehr berichtet wird im Sportteil über Vereinsmeisterschaften sowie Freizeitsport. Schulsport läuft im Lokalteil. (Kontakt: sport@pz-news.de).
- Termine:** Ankündigungen öffentlicher Veranstaltungen kurz und knapp in der Kalenderübersicht (www.stadtklar.de).
- Spenden:** Spenden von Unternehmen ab einer Höhe von 500 Euro bei kleinen und 1000 Euro bei großen Betrieben finden im Teil „Aus der Geschäftswelt“ Platz.

Worüber Mitarbeiter der PZ selbst berichten

Die Redakteure des Stadtreports kommen selbst oder schicken freie Mitarbeiter bei Ihrem Verein vorbei, wenn:

- es sich um Veranstaltungen oder Versammlungen auf **Kreisebene** handelt (Beispiel: Schau des Stadtverbands der Kleintierzüchter).
- **mehrere Vereine gemeinsam** etwas veranstalten (Beispiel: Nordstadtfest, Konzert-Kooperationen).
- **Jubiläen** anstehen, finden diese Platz im regulären Lokalteil. Als Jubiläum gilt, was glatt durch 25 teilbar ist: 25, 50, 75, 100 Jahre usw. Der Umfang der Berichterstattung hängt von der Größe des Jubiläums sowie von der Bedeutung des Vereins und den geplanten Feierlichkeiten ab.
- Themen anstehen, bei denen ein herausragendes **öffentliches Interesse** besteht (Beispiel: Prominenz ist zu Gast, innerhalb des Vereins gibt es Querelen, bei Auflösung, Fusion oder wenn eine Pleite droht). Auch bauliche Veränderungen im großen Rahmen übernimmt die Redaktion selbst (Beispiel: Sanierung oder Neubau einer Sportanlage, die auch von Schulen genutzt wird oder aus anderen Gründen für den Stadtteil von großer Bedeutung ist.)
- Sonderveranstaltungen mit **zahlreichen Besuchern** anstehen (Beispiel: Faschingsumzüge). Grund dafür ist, dass Termine von großer öffentlicher Bedeutung und viel Publikum aktuell im Blatt sein sollten.

Im Zweifel gilt:

- **Halten Sie Rücksprache mit uns**, bieten Sie uns spannende, aktuelle Geschichten an. So lässt sich vermeiden, dass Ihnen der Besuch eines Redakteurs oder PZ-Mitarbeiters entgeht und ein wichtiges Thema erst zu spät im „Tagebuch der Vereine“ erscheint.
- Bieten Sie sich auch als **Ansprechpartner** an, wenn aktuelle Themen Ihren Verein betreffen, zum Beispiel steigende Hallenmieten oder neue gesetzliche Richtlinien, die Sie beeinflussen und zu denen Sie gerne Stellung nehmen und Ihre Situation schildern möchten.

Worüber die PZ nicht berichtet

- Dinge, die nur von **vereinsinternem Interesse** sind. Das gilt auch für Ankündigungen von geschlossenen Veranstaltungen.
- **Spenden** unter einem Wert von 500 Euro oder Sachspenden von Firmen (Ausnahmen zu machen liegt im Ermessensspielraum der Redaktion).

Termine ankündigen

- So früh wie möglich, mindestens eine Woche vor der Veranstaltung
- Text im Word-Dokument oder direkt in der E-Mail an stadt@pz-news.de
- Ansprechpartner mit Telefonnummer für Rückfragen vermerken
- Text höchstens 30 Zeilen lang (Zeichenzahl / 34 = Zeilenzahl)
- Fotos sind nicht nötig
- Datum und Art der Veranstaltung in der Betreffzeile (Beispiel: 16.7. Sommerfest OGV Pforzheim)

Aufbau von Ankündigungsmeldungen

Es geht um eine schnelle, kompakte Information, die alles Nötige mitteilt – und nicht mehr.

Es helfen die W-Fragen: Was, Wer, Wann, Wo, Wie, Warum. Diese sollten in knappen Sätzen vollständig beantwortet werden. Der Kern der Nachricht – also die Mitteilung, um welche Veranstaltung es sich handelt, – gehört an den Anfang.

Am Ende ist Platz für den Verweis auf eine Webseite, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer für weitere Informationen oder einen Hinweis, wo Eintrittskarten erhältlich sind.

Nicht so:

Es gibt ja viele Menschen, die Obstbäume im Garten haben und sich nicht gut damit auskennen. Oder solche, die noch keine Obstbäume im Garten haben und gerne welche hätten. Wir vom OGV haben 40-jähriges Jubiläum und bekommen deshalb Besuch von Herrn Professor Mustermann, der einen Vortrag über „Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm“ in unserem Vereinsheim hält. Wer vorbeikommen möchte, kann das gerne am Freitag machen. Wir freuen uns sehr auf den Besuch von Herrn Professor Mustermann und sind gespannt auf seinen Vortrag. Danach gibt es Schnitzel mit Kartoffelsalat. Das Essen wird wie jedes Jahr von Frau Huber in bewährter Weise für uns zubereitet. Vielen Dank dafür.

Sondern so:

Pforzheim. „Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm“ lautet der Titel eines Vortrags anlässlich des 40-jährigen Bestehens des Obst- und Gartenbauvereins (OGV) Pforzheim. Referent Max Mustermann, Professor für Fruchtforschung an der Universität Beispielstadt, wird am Freitag, 21. Februar, von 19 Uhr an die richtige Pflege von Setzlingen erläutern. Auch Nicht-Mitglieder sind im Vereinsheim, Streuobstwiesenweg 45, willkommen. Für Bewirtung ist gesorgt. Der Eintritt ist frei. Weitere Informationen gibt es im Internet auf www.ogv.de oder telefonisch unter (07231)3333.

Artikel für das Tagebuch der Vereine

Format

Vereinstexte sollen zwischen 30 und 60 Zeilen lang sein. Die Zeilenzahl errechnen Sie wie folgt: Zeichenzahl / 34. Die Redaktion behält sich vor, alle Texte zu redigieren und bei Bedarf zu kürzen.

Aufbau

Die wichtigste Frage, die Sie sich beim Schreiben eines Artikels stellen müssen, ist: Welche Informationen sind für den Leser relevant? Denn Sie schreiben nicht nur für Ihre Mitglieder. Die PZ bietet ihnen den Raum, Ihre Vereinsaktivitäten vorzustellen – und diesen können Sie, wenn Sie es geschickt anstellen, auch als Werbepattform für sich nutzen. Dazu ist es allerdings wichtig, dass die Texte interessant und lesenswert sind, damit die Leser nicht schon nach dem ersten Absatz aussteigen. Dazu einige Tipps:

Menschen interessieren sich für:

- **Neuigkeiten und handfeste Fakten** (steigende Hallenmieten, Nachwuchsprobleme, Umstrukturierung im Vorstand, Modellprojekte, die es anderswo so noch nicht gibt, Umbau/Umzug, Neugründungen/Neuausrichtung von Abteilungen) – und das möglichst aktuell. Sie wollen schließlich mitreden, solange das Thema noch Stadtgespräch ist.
- **Emotionen** (Menschen, die ganz besonderes leisten, Notlagen, Glücksfälle, Geschichten, die mitfühlen lassen) und **Unterhaltung** (witzig, spannend, anrührend).

Grundsätzliche Richtlinien

- Jeder Text braucht einen **Anlass**. Das Ereignis oder die Nachricht stehen im Mittelpunkt.
- Der Kern der Nachricht wird ganz am Anfang betont, damit der Leser weiß, worum es überhaupt geht und ob es sich für ihn lohnt, weiterzulesen. Hierbei hilft es, die sogenannten **W-Fragen** zu beantworten: Was, Wer, Wann, Wo, Wie, Warum? Wenn der Textanfang nicht sitzt, ist das Interesse meist verloren.
- **Niemals** eine Veranstaltung entlang der Tagesordnung, dem Programm oder dem Sitzungsprotokoll **chronologisch** abarbeiten – das langweilt den Leser. Ein Zeitungsartikel kann keinen Anspruch auf die lückenlose Wiedergabe einer Veranstaltung erheben. Verdichten Sie die Informationen auf das für den Leser Notwendige und Interessante.
- Stattdessen wird beispielsweise bei Hauptversammlungen der **für die Allgemeinheit interessanteste Aspekt** der zentrale Aufhänger für den Artikel. Konzentrieren Sie sich beim Rückblick aufs Jahr auf einzelne wenige Höhepunkte. Interessant sind etwa die Entwicklung der Mitgliederzahl, neue Herausforderungen und wie man diese meistern will, Ausblick auf konkrete Veranstaltungen, neue Ziele für die Zukunft oder nachhaltige Veränderungen in der Ausrichtung des Vereins.
- Zwei Dinge, die Sie vom Haupttext trennen sollten, sind: **Neuer Vorstand** und **Ehrungen**. Diese finden in sogenannten „Zweitstoffen“, den Infokästen, Platz. Dazu lassen Sie uns die Informationen zusätzlich zum Artikel in folgender Form zukommen:

Der neue Vorstand: Vorsitzender: Max Mustermann

 Zweiter Vorsitzender: Anna Mustermann

 Kassenwart: Tim Mustermann

 Beisitzer: Klaus Maier, Paul Schröter, Linus Ebstei

Nicht mehr im Vorstand vertreten sind: Namen und Funktion

Geehrt wurden: Für 25 Jahre Mitgliedschaft: Liste mit Vor- und Nachnamen

 Für 40 Jahre Mitgliedschaft: Liste mit Vor- und Nachnamen

 Silberne Ehrennadel: Liste mit Vor- und Nachnamen

**Ganz wichtig: Immer, immer, immer Vor- und Nachnamen nennen.
 Sonst können wir Ihren Text nicht drucken!**

Formulierung

- **Schachtelsätze vermeiden:** Halten Sie Ihre Formulierungen einfach und verständlich. Kleiner Trick: Lesen Sie ihren Text laut vor. Wenn Sie im Satz Atem holen müssen, ist er zu lang.
- **Wortwiederholungen vermeiden,** also nicht: „Der Verein veranstaltete eine Veranstaltung“ oder „Schüler der Pforzheimer Schule waren zu Besuch“, „Die Sänger des Gesangvereins sangen“. Suchen Sie nach Wechselworten (Synonymen).
- Sparen Sie sich **Ausschweifungen** und unnötige Nebenaspekte. Das raubt Ihnen Zeit beim Schreiben und den Redakteuren beim Kürzen.
- Erklären Sie **Fachbegriffe**, von denen Sie davon ausgehen können, dass diese für Nicht-Mitglieder nicht zum allgemeinen Sprachgebrauch gehören.
- **Abkürzungen** müssen, wenn sie zum ersten Mal genannt werden, erklärt werden. Auch die des Vereins selbst (Beispiel: Die Pforzheimer Faschingsgesellschaft (PFG), der Obst- und Gartenbauverein (OGV) Pforzheim).
- Bauen Sie immer wieder **Zitate** ein. So geben Sie Ihrem Text mehr Schwung, und er liest sich flüssiger. Diese sollten aber nicht mehr als zwei Sätze lang sein. Trick: Wechseln Sie zwischendurch in die indirekte Rede (Konjunktiv).
- Sie sollten Ihren Text vor dem Absenden von jemandem **lesen lassen**, der mit der Materie nicht vertraut ist. Wenn nicht alles auf Anhieb verständlich ist oder Ihr Gegenleser vor Langeweile zu gähnen beginnt, sollten Sie dringend nachbessern.

Häufige Fehler

- Artikel werden **aus der Sicht des Beobachters** geschrieben – Worte wie „ich“ oder „wir“ sind außerhalb von Zitaten strengstens verboten.
- In einer Zeitung steht nie nur „Herr Mustermann hat dies oder jenes getan“. Alle Personen, die namentlich genannt werden, brauchen einen **Vor- und Nachnamen sowie eine Funktion**, wenn sie zum ersten Mal im Text genannt werden.
Also: „Ehrenvorsitzender Max Mustermann hat dies oder jenes getan.“ In allen folgenden Nennungen im selben Text reicht es dann „Mustermann“ zu sagen. „Herr“ und „Frau“ entfallen immer.
- Es wird nicht **gedankt**.
- Übliche Programmpunkte wie **Totengedenken** oder **Vorstandsentlastung** sind nicht erwähnenswert. Wird der Vorstand nicht entlastet – das wäre eine Nachricht!
- **Floskeln**: Sparen Sie sich abgedroschene Formulierungen wie „bis auf den letzten Platz besetzt“, „ein bunter Strauß an Melodien“, „Bei geselligem Beisammensein klang der Abend aus“, „Der Vorsitzende freute sich, so viele Anwesende begrüßen zu dürfen“ – seien Sie lieber kreativ.
- Ein Artikel ist **keine Speisekarte**. Es ist für den Leser irrelevant, wie der Kartoffelsalat von Frau Huber geschmeckt hat.
- Unnötige **Füllwörter** und Aneinanderreihungen von Adjektiven machen den Text schwer lesbar und stehlen Ihnen Platz für Wichtigeres.
- Verzichten Sie – aus Rücksicht auf die Leser, die kein Englisch sprechen – auf **Anglizismen**, wenn sie vermeidbar sind: Höhepunkt statt Highlight, Lehrgang statt Workshop, Rückmeldung statt Feedback, Werbegeschenke statt Give-aways.
- **Mundart** hat in der Zeitung nichts verloren (Ausnahme: Eigennamen wie etwa die Kieselbronner „Gugge Gaiße“).
- **Zahlen** von eins bis zwölf werden ausgeschrieben (außer bei Datum, Telefonnummer, Raumnummer, Hausnummer oder Klassenstufe).
- Keine **Zeitsprünge**: Entscheiden Sie sich für eine Form und ziehen Sie es durch.

Überschrift

Der Artikel ist fertig – nun fehlt noch der Titel. Die Überschrift soll das Interesse für einen Text wecken, sie ist sozusagen sein Aushängeschild. Einen richtig tollen Titel zu finden, ist die ganz große Kunst – und jeder Autor hat seinen ganz eigenen Geschmack. Manche stehen auf Alliterationen, andere auf Anlehnung an Filmzitate oder Wortspiele.

Für den Anfang gibt es einen ganz simplen Trick: den Küchenzuruf. Denn vor allem soll eine Überschrift auch eines: dem Leser in kürzester Zeit klar machen, worum es in dem Artikel eigentlich geht. Als Küchenzuruf bezeichnet man also den Kern der Nachricht. Stellen Sie sich also vor – zugegeben, unzeitgemäß klischeehaft – Herbert liegt auf dem Sofa und liest die PZ, während Helga in der Küche steht und kocht. Herbert liest einen Artikel und ruft: „Helga, stell dir vor, da steht, der Gesangverein sagt sein Konzert ab“ oder: „Helga, stell dir vor, da steht, die Wandervögel haben sich verlaufen.“ Das ist der Küchenzuruf, ein kurzer Satz, der den Inhalt des Artikels zusammenfasst. Er liefert Ihnen, wonach Sie suchen: Die Überschrift muss also lauten „Gesangverein sagt Konzert ab“ oder „Wandervögel verlaufen sich“.

Fotos

Zu den Artikeln im „Tagebuch der Vereine“ wird in der Regel **ein** Bild veröffentlicht. Sie müssen uns also keine 20 schicken, die drei besten zur Auswahl reichen völlig aus. Bitte senden Sie Fotos **immer als jpg-Dateianhang** mit der Mail. Niemals in das Textdokument kopieren.

Das Wichtigste vorab: Es gibt das sogenannte „**Recht am eigenen Bild**“. Das bedeutet, dass die Privatpersonen, die auf dem Foto zu sehen sind, mit dessen Veröffentlichung einverstanden sein müssen. Bei Minderjährigen müssen die Erziehungsberechtigten zustimmen. Darauf, dass Sie diese Vorgabe berücksichtigt haben, müssen wir uns verlassen können. Keine Regel ohne **Ausnahme**: Auf öffentlichen Veranstaltungen dürfen Privatpersonen in der Gruppe (ab sieben Personen) fotografiert werden. Beim Foto in den Saal bei einem Konzert müssen Sie selbstverständlich nicht alle 200 Anwesenden um Erlaubnis bitten.

Technische Daten

- **Kameraeinstellung** immer auf höchste Auflösung und Weißabgleich auf Automatik stellen (AWB). **Bilder auf keinen Fall bearbeiten!** Um Dinge wie Farbe, Kontrast und Helligkeit kümmern sich unsere Fachleute.
- Foto im **.jpg-Format** speichern und versenden. Datei einen **Namen geben** (Beispiel:Ausflug Pfalz wandervögel.jpg statt cds2417.jpg):
- Dateien zum Versand **nicht verkleinern**. Achtung: Fotos, die zuvor per „WhatsApp“ oder ähnliches zugesandt wurden, sind qualitativ so verändert, dass sie nicht mehr die nötige Druckqualität haben.

Motiv:

- **Menschen** gehören möglichst auf jedes Bild.
- **Gesichter** sollten klar erkennbar sein. Am Hinterkopf erkennt man niemanden.
- Im Idealfall: **Mimik** soll Gefühle zeigen (Glück, Trauer, Bestürzung, Spaß, Neugier).
- Unnötiges Weglassen, um **Übersichtlichkeit** zu erhalten. Das gilt auch für Personen.
- **Interaktion** – keine „langweiligen Rumsteh-Bilder“
- Bringen Sie das **Thema** ins Bild (Beispiel: Narren im Kostüm, Feuerwehrleute in Uniform, Turner beim Turnen, Gärtner im Garten)
- Warten auf den **richtigen Moment**: Bei Veranstaltungen passen Sie den optisch spektakulärsten Programmpunkt ab. Studieren Sie dazu das Programm.
- **Spenden** ohne überdimensionale Schecks – ja, das geht! Hier sind Ideen gefragt, die aber im Vorfeld organisiert werden müssen.
- **Ehrungen**: Besser keine 20 Menschen auf ein Bild quetschen, stattdessen Herausragendes festhalten.
- **Gruppenbilder** mit 50 Personen – da ist am Ende keiner wirklich zu erkennen. Bei Wanderungen lieber einen Teil der Menschen herausheben, die agieren.
- **Perspektive**: Manchmal kann man von einem erhöhten Standpunkt aus mehr einfangen.

Bildunterschriften

Eine Bildunterschrift (BU) gehört **zwingend** unter jedes abgedruckte Bild. Bitte hängen Sie eine solche an den Text des Artikels an. Es gilt: Die BU erklärt dem Leser, wer oder was bei welcher Tätigkeit zu sehen ist – und das in so wenigen Worten wie irgend möglich. (Beispiel: Große Ehre: Für 50 Jahre Mitgliedschaft überreicht der Vorsitzende Max Mustermann Auszeichnungen an Peter Müller und Paul Maier (von links).)

Bei Bildern, auf denen höchstens zwölf Personen zu sehen sind, nennen Sie bitte deren **Namen** dazu. Diese müssen auch hier vollständig sein, das heißt: Vor- und Nachnamen von allen abgebildeten Personen sowie deren Funktion – und zwar der **Reihenfolge** nach von links nach rechts. Keiner darf fehlen.

Presserecht

Als Autor liefern Sie Informationen an die Öffentlichkeit. Wir müssen uns darauf verlassen können, dass diese **korrekt** sind. Es darf also nichts dazu gedichtet oder Fakten zurechtgebogen werden. Auch eine Angabe einer verlässlichen **Quelle**, woher Sie die betreffenden Informationen haben, ist wichtig.

Jede Aussage, die nicht von Ihnen als Verfasser selbst stammt, muss gekennzeichnet sein, damit klar ist: Dies ist keine Aussage der Zeitung. Das bedeutet, sie muss entweder als wörtliches **Zitat** in Anführungsstrichen verfasst sein, oder im Konjunktiv stehen.

Zum Beispiel:

Nicht so: Pforzheim ist die schönste Stadt Süddeutschlands.

Sondern so: „Pforzheim ist die schönste Stadt Süddeutschlands“, sagte Max Mustermann.

Oder so: Pforzheim sei die schönste Stadt Süddeutschlands, sagte Max Mustermann.

Achtung: Falsche oder sinnentstellte Zitate sind schwere Verletzungen von Persönlichkeitsrechten. Das kann eine Menge Ärger nach sich ziehen.

Überhaupt muss die **Intim- und Privatsphäre von Privatpersonen** geschützt werden. Zu schreiben, der Verein ist gezwungen sich neue Räume zu suchen, ist okay. Zu veröffentlichen, dass der Grund dafür ist, dass der alte Verpächter Privatinsolvenz angemeldet hat, ist nicht erlaubt. Auch hier kann es sonst zu schwerwiegenden Konsequenzen kommen.

Die Darstellung des Geschehnisses soll so **objektiv** wie möglich erfolgen. Die persönliche Meinung des Verfassers hat in Nachrichten nichts verloren.

Es darf **nicht abgeschrieben** werden. Wird ein Text eines anderen einfach so kopiert, können beispielsweise Honoraransprüche geltend gemacht werden.

Wer sich eingehender zum Thema Presserecht und journalistische Sorgfaltspflicht informieren möchte, findet **weitere Informationen** zum Beispiel unter www.presserat.de/pressekodex.