

Lerneinheit 1 (6 Module) Öffentlichkeitsarbeit – Basics



Ihre Lernbegleiterin Ilona Munique wünscht Ihnen viel Erfolg!



**Alles, was ich tue und was ich nicht tue,
ist Öffentlichkeitsarbeit
(Siglinde Schneider-Fuchs)**

**Kunst der Werbung ist es, Bedürfnisse zu
wecken, damit daraus ein Bedarf entsteht
(Achim Reichert)**

**Viele kleine Dinge wurden durch die richtige
Art von Werbung groß gemacht (Mark Twain)**

Legende



Zwischenfragen, die Sie sich selbst beantworten.



Übung zur eigenen Vertiefung



Lesebeispiel, dient zur Veranschaulichung



Vorschlag zur Diskussion / Erörterung im Forum



Fragen, Überlegungen, Gedanken, Aufgaben ...

Ihre gewählte Modulaufgabe bitte an mich senden.

Siehe dazu Punkt 2.3.2 der Studienanleitung

- Letzter Zugriff auf alle Links, sofern nichts anderes angegeben: 30.11.2017
- Fotos, sofern nichts anderes angegeben: Ilona Munique

Übersicht

Lerneinheit (LE) 1: Öffentlichkeitsarbeit – Basics

1. Modul: Vier Parameter der Öffentlichkeitsarbeit
2. Modul: Vier Corporates
3. Modul: Printbereich
4. Modul: Innenräume
5. Modul: Zwischen- und Außenräume
6. Modul: Digitale Räume

Übersicht LE-1

3. Modul: Printbereich

- a. Handzettel und Flyer
- b. Bildrechte
- c. Schrift und Recht

3. Printbereich

Vorneweg – oder: was das Modul 3 will

In den meisten Fällen werden Sie auf Bibliotheken treffen, die bereits über ein Logo und im besten Falle auf ein Corporate Design, niedergelegt in einem Handbuch oder ähnlichem, verfügen.

Viele Kommunen haben außerdem ihre „Haus- und Hofgrafiker/innen“, mit denen sie gut zusammenarbeiten. (Allerdings müssen diese Arbeiten auch alle paar Jahre wieder neu ausgeschrieben werden.) Diesen mit einem Entwurf zuzuarbeiten macht Sinn, denn Sie werden sich besser klar über die Inhalte und die Menge des Textes.

Doch es gibt auch (zumeist kleine) Bibliotheken, die (noch) nichts Ordentliches vorzuweisen haben oder einen neuen, zeitgemäßerer Flyer benötigen.

Das Modul 3 soll Sie auf diese Anforderungen vorbereiten.

3. Printbereich a. Handzettel und Flyer

Handzettel und Flyer – auch für Low Budgets

Mediathek der Stadt Wehr <mediathek@wehr.info>

Antwort an: Forum Oeffentliche Bibliotheken <forumoeb@listen.hbz-nrw.de>

An: 'Forum Oeffentliche Bibliotheken' <forumoeb@listen.hbz-nrw.de>

*„Hallo zusammen,
bei uns in Wehr hat im zurückliegenden Sommer eine unserer beiden
Lokalzeitungen den SommerLeseClub gesponsort, d. h. vor allem das
Werbematerial bezahlt und für eine gute Präsenz in der Presse gesorgt.“*



Außer Fundraising zu betreiben ist nur noch Selbermachen eine günstige Lösung. Trauen Sie sich das zu?



Welche Layoutprogramme und Gestaltungstools (geeignet für den Printbereich) kennen Sie? Geben Sie sich Tipps!

3. Printbereich a. Handzettel und Flyer



Übung 1 (zugleich Modulaufgabe 1): Handzettel oder einen Flyer gestalten

- Planen Sie eine Veranstaltung für Ihre Bibliothek oder eine Nutzerinformation jeglicher Art ... und entwerfen Sie auf Papier einen Handzettel oder einen Flyer als **Scribble** (Handzeichnungsskizze). Also eine klassische, immer wieder notwendige gestalterische Anforderung.
- Dieses Scribble dient dazu, Ihre Ideen mit dem Grafikbüro zu teilen bzw. Ihre Anforderungen zu definieren. Wer mag und kann, skizziert mit Hilfe eines Office- oder Layout-Programms.
- Sie werden später im Rohlayout Fotos brauchen. Die nächste Folie gibt Tipps dazu.

3. Printbereich a. Handzettel und Flyer

Fotos – woher nehmen?

Falls Sie keine geeigneten Fotos vorrätig haben: kostenlose, bzw. lizenzfreie, bzw. gemeinfreie, bzw. frei lizenzierte Fotos finden Sie in Bilddatenbanken, z. B.:

commons.wikimedia.org, flickr.com/commons, pixabay.com, pixelio.de, designerzone.de, piqs.de, picstyle.de, stock.xchng, de.fotalia.com, unsplash.com, pixabay.com, freepik.com, picsforjoo.de, World of Images, Europeana.eu, <http://bilderhamster.de>, Tiroler Bildungsservice (TiBS) (bilder.tibs.at), digit.wdr.de, startupstockphotos.com

Achtung: Lesen Sie die AGBs, Nutzungsbedingungen, Nutzungslizenzen (redaktionell / kommerziell), Bearbeitungsrechte, Quellennennung, etc. sehr sorgfältig!

Tipp: Kostenlose Motive zu [Bibliothekssituationen](#), allerdings nur für dbv-Mitgliedsbibliotheken: <http://www.bibliotheksverband.de/dbv/presse/pressefotos/bibliothekssituationen.html>

3. Printbereich a. Handzettel und Flyer

Begriffsbestimmung – Erste Hilfe (1)

Lizenzfrei*

- a) Bild ist frei von Tantiemen oder weiteren Nutzungsgebühren. Trotzdem schließt man bei Verwendung der Bilder über die jeweilig ausgewählte Plattform einen Lizenzvertrag, einzusehen über die Nutzungsbedingungen der Website.
- b) Bezeichnung für Bilder, die eine Verkaufsgebühr kosten, jedoch deren Verwendung weder zeitlich noch von der Häufigkeit her weiter eingeschränkt sind. Auch hier: die Nutzungs- oder Lizenzbedingungen lesen!

Gemeinfreie Inhalte / Public domain*

- a) Es bestehen keine Urheberrechte, z. B. abgelaufene Rechte oder Schutzfristende.
- b) Trotz Urheberrechte bedingungslos freigegebene Bilder zur Nutzung über Creative Commons Zero

Public Domain Dedication CC0 1.0 Universell (CC0 1.0)

<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.de>

3. Printbereich a. Handzettel und Flyer

Begriffsbestimmung – Erste Hilfe (2)

Inhalte unter freien Lizenzen

Freie Lizenzen erlauben es, Werke unter bestimmten Bedingungen weiter zu nutzen, die der Urheber oder Rechteinhaber selbst festlegt. Am bekanntesten sind die Creative-Commons-Lizenzen, die aus standardisierten Lizenzbausteinen bestehen. Sie erlauben es, die Inhalte ohne Nachfrage zu nutzen, wenn bestimmte Bedingungen beachtet werden.

Es gibt unterschiedliche Anschauungen darüber, welche Varianten der Creative-Commons-Lizenzen wirklich als „frei“ gelten sollten. Einer gängigen Definition für „freie kulturelle Werke“ zufolge sollte man sie bearbeiten und auch kommerziell nutzen dürfen. Unter dem Begriff „Open Content“ werden die eher freizügigen und die eher restriktiven Lizenzvarianten zusammengefasst.

Entnommen (* und gekürzt) aus: <https://irights.info/artikel/nicht-nur-kostenlos-sondern-frei-zehn-anlaufstellen-fuer-bilder-im-netz/22457>

3. Printbereich a. Handzettel und Flyer



Übung 2 (zugleich Modulaufgabe 2): Werbeprodukt online gestalten

Gestalten Sie einen Handzettel oder Flyer online. Sie könnten dazu Ihr Produkt aus Übung 1 verwenden. Zu Fotos siehe Folie 8.

Achtung: Lösen Sie für die Übung keine Bestellung aus! Aufpassen!

Meistens lässt sich ein Entwurf abspeichern und erneut bearbeiten, ohne dass es zugleich bestellt wird. Machen Sie jedoch auf alle Fälle einen Screenshot von Ihrem Entwurf.

Tipp für später: Oft erscheinen Internetangebote attraktiver. Doch gerade in der Anfängerphase macht man zuweilen kostenintensive Fehler. Sammeln Sie daher Erfahrungen mit persönlichen Ansprechpartner/innen in Druckereien bzw. Grafikbüros vor Ort.

3. Printbereich a. Handzettel und Flyer

Minimalistisches Vorgehen

Internetdruckereien bieten vorgefertigte Produkte für alle Office-Bereiche an,

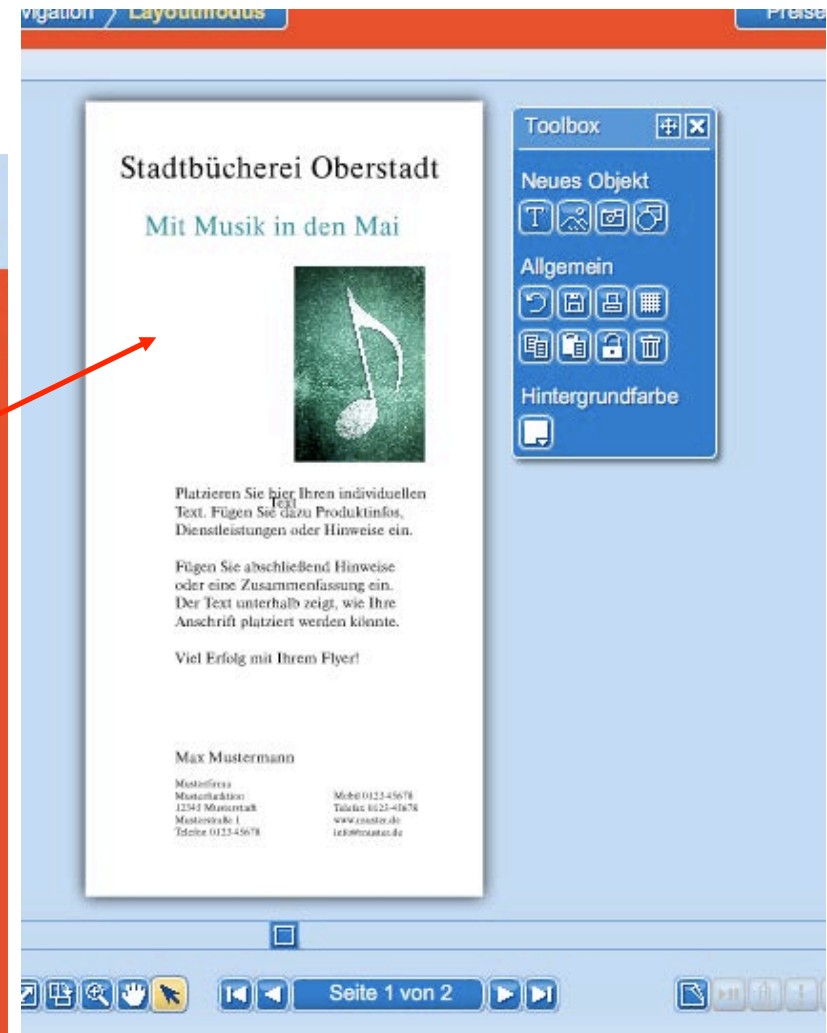
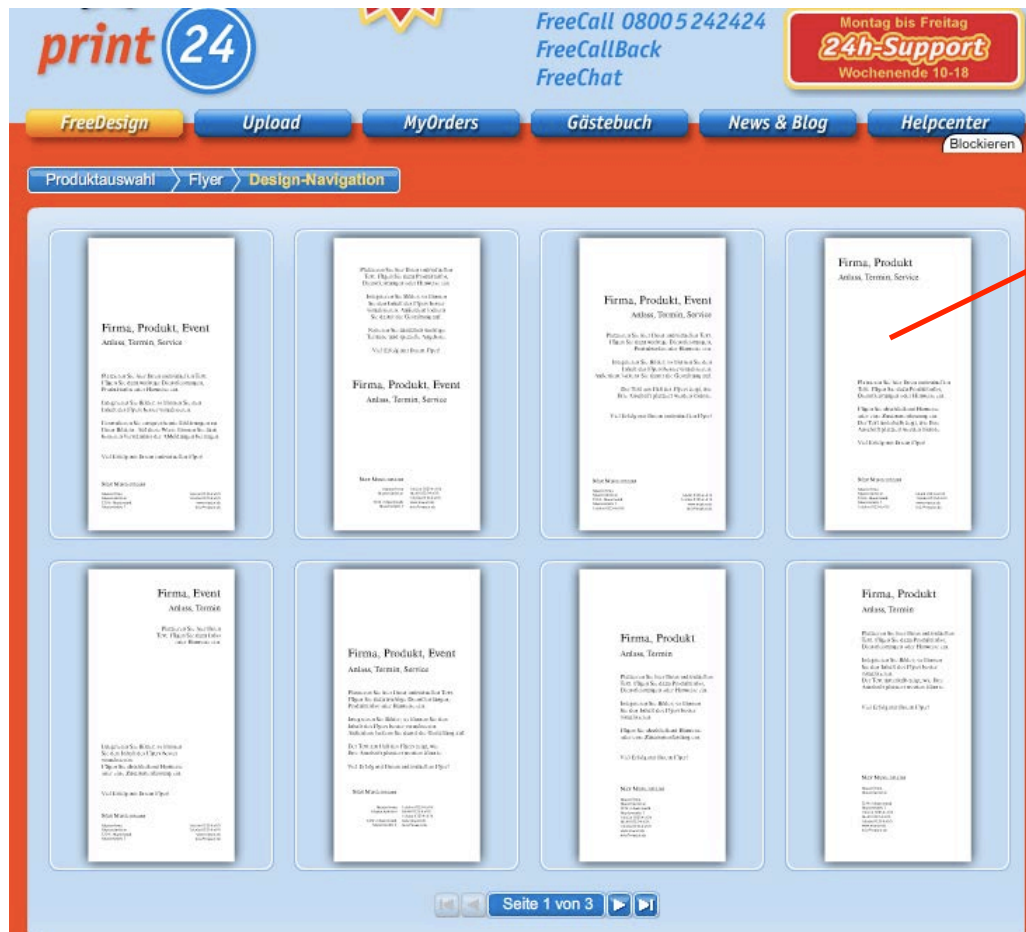
z. B.

- flyeralarm.com
- print24.de
- flinq.de
- druckdiscount24.de
- vistaprint.de
- diverse Drogeriemärkte



3. Printbereich a. Handzettel und Flyer

Minimalistisches Vorgehen (2)



3. Printbereich a. Handzettel und Flyer

Druckkosten

print24 34:36:08 Ausverkauft! 25% Visitenkarten 25% günstiger! Heute noch 0 von 50 Bestellungen verfügbar!

FreeCall 0800 5 242424 FreeCallBack FreeChat Montag bis Freitag 24h-Support Wochenende 10-18

FreeDesign Upload MyOrders Gästebuch News & Blog Helpcenter

NEU: Key Account Angebote! Suchbegriff/Frage

Produkt
 Flyer (Faltblätter/Handzettel) *BestBuy*

Druckdaten Datenblatt
 Eigene Druckdaten verwenden (PDF/JPEG/TIFF)

Seiten
 6-seitig

Format
 74 x 105 mm DIN A7 Hoch

Papier
 135 g/m² Bilderdruck glanz

Druck
 4/4-farbig CMYK

Verarbeitung
 Wickelfalz

Cellophanierung
 Auswahl

Nutung/Perforation
 Auswahl Anzahl

Proof Demo
 Auswahl Anzahl

Menge
 250 Exemplare

€ Preis/Lieferzeit
 45,22 | 53,81 6-8 Tage bis 06.05.
 60,21 | 71,65 3-5 Tage bis 03.05.
 116,40 | 138,51 1-2 Tage bis 28.04.

Netto|Brutto inkl. Versand

In den Warenkorb

FreeDesign Hier starten! Online gestalten! Gratis drucken!

FairPrice Alles inklusive! Versandkostenfrei! Gratis Datencheck!

Bestellen Sie online oder wählen Sie den kostenlosen FreeCall 0800 5 242424. Lesen Sie im Gästebuch zufriedene Kundenmeinungen und besuchen Sie unsere Livetour. Fünf Livecams bieten Ihnen Einblicke in eine der weltweit modernsten Printproduktionen. print24 finden Sie in Suchmaschinen unter: Flyer, Flyer drucken, Flyer entwerfen, Flyer gestalten, Flyer günstig, Kopierpapier. Gestalten Sie bei freedesign: Briefpapier, Flyer, Postkarten, Schreibblocks, Stempel, Visitenkarten. Bitte beachten Sie auch unsere Sitemap.

Hilfe | Über print24 | Affiliate | Newsletter | Prämien | Jobs | Datenschutz | AGB Impressum

3. Printbereich a. Handzettel und Flyer

Parameter beim Layouten

1. Gesamtkonzept / Layoutkonzept*
2. Äußere Gestaltung*
 1. Grafik
 2. Farben
 3. Schrift / Font
3. Inhaltliche Aussagen und Textgestaltung
4. Sprachgebrauch*
5. Papier, Druck, Faltung
6. Werbemittel-Typologie* (Sachliche Information oder Bildungsinformation oder Imagedarstellung? Je nach Typus sind Aufbau, Verwendung bestimmter Elemente und der Sprachgebrauch spezifisch vorzunehmen)



* siehe jeweils die Checklisten in LE-1.3

3. Printbereich b. Bildrechte

Bildrechte (1)

- Das **Recht am eigenen Bild** ist ein Persönlichkeitsrecht. Jeder Mensch darf grundsätzlich selbst darüber bestimmen, ob überhaupt und in welchem Kontext Bilder von ihm veröffentlicht werden.
- Hintergrundinfo: **Das Persönlichkeitsrecht** ist nicht eindeutig geregelt. Ausdrücklich gesetzlich geregelt sind das darauf beruhende Recht auf Achtung der Ehre, das Namensrecht und eben das **Recht am eigenen Bild**.

3. Printbereich b. Bildrechte

Bildrechte (2)

- Die **Öffentlichkeitssphäre** ist der Bereich, in dem der Einzelne sich der **Öffentlichkeit bewusst zuwendet**, etwa wenn er bewusst an die Öffentlichkeit tritt und sich öffentlich äußert. Beispiel: Lesewettbewerb. Diese Sphäre genießt den schwächsten Schutz. **GRAUZONE!**
- Die **Sozialsphäre** ist der Bereich, in dem sich der Mensch als ‚soziales Wesen‘ im Austausch mit anderen Menschen befindet. Hierzu zählt insbesondere die **berufliche, politische oder ehrenamtliche Tätigkeit**. Diese Sphäre ist gegen Veröffentlichungen relativ schwach geschützt. Eingriffe sind in aller Regel zulässig sind, wenn nicht ausnahmsweise Umstände hinzutreten, die den Persönlichkeitsschutz überwiegen lassen. **GRAUZONE!**

3. Printbereich b. Bildrechte

Bildrechte (3)

- **Im Zweifelsfall** nachfragen (Kinder wie auch die Eltern), ob eine (Einzelfoto-)Veröffentlichung erlaubt ist. Kann z. B. in einer Veranstaltung bei Begrüßung abgefragt werden, ob jemand etwas gegen Einzelfotoveröffentlichung hat. Er möchte sich dann bei Ihnen melden. Kommt jedoch jemand später an und hat Ihre Abfrage nicht mitbekommen, könnte es problematisch werden.
- Fotos von **Gruppen an öffentlichen Veranstaltungen** benötigen keine Rückfrage. Achtung: Dennoch kann es zu Einwänden kommen.
- Was der Journalist treibt, kann Ihnen egal sein. Etwaige Einwände müssen an die Zeitung gestellt werden.

3. Printbereich b. Bildrechte

Bildrechte (5) – Erste-Hilfe-Literatur

- Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte.
<http://www.gesetze-im-internet.de/urhg/>
- Florian Wagenknecht, Dennis Tölle: Recht am Bild. Wegweiser zum Fotorecht für Fotografen und Kreative. dpunkt Press, Bonn 2012.
- Bildrechte. Videoportal der Universität Münster.
<http://www.uni-muenster.de/videoportal/bildrechte.html>
- Kategorie: Fotorecht. In: Law-Blog (Arne Trautmann (V.i.S.d.P.))
<http://www.law-blog.de/category/fotorecht/>
- Recht am Bild. Rechtliche Informationen rund um das Urheber- und Fotorecht.
<https://www.rechtambild.de/>
- Thema Fotos + Grafiken. In: iRights info (Verantwortlicher: Matthias Spielkamp)
<https://irights.info/kategorie/themen/fotos-grafiken>

Disclaimer: Die Dozentin Ilona Munique hat alle Angaben nach bestem Wissen und aktueller Recherche verfasst. Dennoch sind Irrtümer nicht ausgeschlossen. Der Artikel stellt daher keine Beratung im Sinne des Rechtsberatungsgesetzes dar. Bezweckt wird lediglich ein verbessertes Verständnis für geltendes Recht. Es ist nicht möglich, in diesem knappen Umfang jegliche Anspruchsgrundlagen zu berücksichtigen, so dass es nur im Groben um Bildrechte geht. Keinesfalls befinden sich hierin Handlungsanweisungen, noch stehe ich wegen der Veränderbarkeit geltenden Rechts für die fortwährende Richtigkeit meines Beitrags ein, der im Übrigen keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

3. Printbereich c. Schrift und Recht

Einführende Literatur

Geschmacksmusterschutz? Computerprogramm? Lizenznahme? Urheberschaft? „Es kommt darauf an“. Von daher ist zu empfehlen, sich je nach Fragestellung bzw. Ausgangslage gründlich zu informieren. Unter folgenden Links sind die wichtigsten Problemstellungen erörtert:

Herrmann, Ralf: Mythos Schriftlizenzen – alles, was man wissen muss. Autor: Ralf Herrmann; Illustration: Kathrin vdm. Stand der Veröffentlichung: 22.12.2010. In: Typografie.info (Ralf Herrmann). Letzter Zugriff: 20.11.2016.

http://www.typografie.info/3/page/artikel.htm/_/wissen/mythos-schriftlizenzen

Schriftarten, Fonts. In: Juraforum. Forum Medienrecht und Presserecht.

<http://www.juraforum.de/forum/t/schriftarten-fonts.409299/>

Wie Schriftarten und Fonts rechtlich geschützt sind. Ein Beitrag in Zusammenarbeit mit Rechtsanwalt Tim Vlachos. In: Deutsche Anwaltshotline (Deutsche Anwaltshotline AG).

<http://www.deutsche-anwaltshotline.de/recht/news/303225-wie-schriftarten-und-fonts-rechtlich-geschuetzt-sind>

LE-1.3 – Printbereich



Modulaufgaben

- LE-1.3.1** Haben Sie Spaß an der Übung 1 (Handzettel- oder Flyer-Scribble). Einscannen bzw. die Datei hochladen. Wer dazu auch die Übung 2 absolviert, braucht hier kein extra Forenfeedback mehr.
- LE-1.3.2** Trauen Sie sich heran an Übung 2: Zeigen Sie uns einen Screenshot von Ihrem (Online-)Entwurf. (Forenfeedbacks bitte unter Verwendung des Layoutkonzepts.)
- LE-1.3.3** Beurteilen Sie einen Bibliotheksflyer oder –handzettel mit Hilfe einiger der Theorien aus der LE-1.1 „Parameter der Öffentlichkeitsarbeit“.

Ihre Aufgabe ist erst beendet, wenn Sie die Ergebnisse in Moodle (Dokumente, Fotos) eingestellt und Sie von **mindestens zwei Kursteilnehmenden** ein konstruktives Feedback erhalten haben. Sie profitieren dabei sehr voneinander! Viel Vergnügen!

Für eine Hausarbeit erhalten Sie eine genaue Anleitung nach Absprache.

Kontaktdaten

Wege Entwickeln Gemeinsam Aktiv

Adresse:
Obstmarkt 10
96047 Bamberg

Fon: +49 (0)951 / 29 60 89-35
Fax: +49 (0)951 / 29 60 89-40
E-Mail: munique@wegateam.de
Web: <http://www.wegateam.de>



Ilona Munique
Diplom. Erwachsenenbildnerin
mit bibliothekarischen Wurzeln
Hochschullehrbeauftragte

Das **WEGA-Team**
PersonalEntwicklung & OrganisationsLernen
für Bibliotheken & mehr

...seit 1996 (ver)wandelnd an Ihrer Seite.

Gerne für Sie ansprechbar **Mo – Sa zwischen 9 – 19 Uhr** oder nach Vereinbarung.

Halten Sie die Nummern der Lerneinheit (LE) bzw. die Modul(aufgaben)Nummer parat.

Bitte denken Sie daran, mich rechtzeitig zu kontaktieren, da ich öfter außer Haus auf Seminarfahrt bin und ein Rückruf etwas dauern kann.

Vielen Dank!