

SOZIALVERBAND

VdK

BADEN-WÜRTTEMBERG



Sozialverband VdK: Im Mittelpunkt der Mensch.

Veranstaltungsorganisation und Pressearbeit

Inhalt

Veranstaltungsorganisation Seite 3-19

- **Vorbereitung** Seite 3-12
- **Durchführung** Seite 13-15
- **Nachbereitung** Seite 16-19

Pressearbeit Seite 20-43

- **Pressemitteilung** Seite 20-27
- **VdK-Zeitung** Seite 28-31
- **Veröffentlichung von Bildern** Seite 32-35
- **Veröffentlichungen im Internet** Seite 36-38
- **Urheberrecht bei fremden Werken** Seite 39-42
- **Pressespiegel** Seite 43

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung

- 1. Zielpublikum festlegen** (z. B. VdK-Ehrenamtliche, Rentner, berufstätige Schwerbehinderte, junge VdK-Mitglieder)
- 2. Termin, Datum, Uhrzeit bestimmen** (Zielgruppe beachten, an Großereignisse wie *Fußball-WM* etc. und örtliche Konkurrenzveranstaltungen denken, z. B. *Neujahrsempfänge, Stadtfeste* etc.)
- 3. Zielgruppenorientierte Räumlichkeiten buchen** (rollstuhlgerecht?)
- 4. Programmgestaltung/Themenwahl festlegen** (Zielgruppe)
- 5. Mitwirkende Personen verpflichten:** Referenten, Grußwortsprecher, Helfer, Aussteller etc.

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung

6. **Veranstaltung rechtzeitig anmelden** (GEMA siehe nächste Seite)
7. **Evtl. Altenhilfe anmelden** bei Fürsorgestelle in örtl. Rathaus/Landratsamt
8. **Einladungen versenden**
9. **Weitere Öffentlichkeitsarbeit**
10. **Pressearbeit:** Einladungen, **Vorabinfos an Medien** (z. B. regionale Tageszeitungen, Amtsblätter, Stadtteilzeitungen, Selbsthilfegruppen-Zeitungen, ggf. Hörfunk/Regional-TV) in Form von Pressemitteilung oder **kurzen Veranstaltungshinweisen** für Veranstaltungsrubrik der Zeitung

„WAS?, WO?, WANN?“

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung / GEMA

GEMA-Bezirksdirektion Stuttgart

Herdweg 63

70174 Stuttgart

Tel.: 07 11 / 22 52 – 6, Fax: 0711 / 22 52 – 800

E-Mail: bd-s@gema.de, Homepage: www.gema.de

ACHTUNG: Rahmenvertrag des VdK Baden-Württemberg e.V. mit GEMA:
20 % Rabatt bei rechtzeitiger vorheriger Anmeldung

GEMA-Anmeldung ernst nehmen. Auch Auftritte von Kinderchören können GEMA-Pflicht, je nach Wahl der Stücke, auslösen!

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung / Besichtigung vor Ort

- Barrierefreiheit (auch bei WCs!)
- Erreichbarkeit mit Auto und ÖPNV (barrierefrei?)
- Technische Ausstattung (Beamer vorhanden?, evtl. induktive Höranlage)
- Zu erwartende Kosten
- Gastronomie vor Ort
- Mitbringen selbstgebackener Kuchen etc. möglich?

Tisch- u. Sitzordnung/evtl. Bühnengestaltung festlegen

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung / Stand, Werbeartikel

Stand und Zubehör (Verleih kostenfrei)

- Reservierung des Standplatzes (evtl. mit Stromversorgung)
- Reservierung des VdK-Standes: Stellwände, Octanorm-Messestand, Werbetheke mit Sonnenschirm, kleine VdK-Werbetheke, Faltzelt
- Reservierung von Roll-Ups (1-teilig, 4-teilig)
- Reservierung von VdK-Bannern (4fach, 1fach)
- Reservierung von VdK-Fahnen (Hissfahne, Pultfahne, Hängefahne)

Werbeartikel (kostenpflichtig)

- Kugelschreiber, Memoblöcke, Flaschenöffner und -aufdrehhilfe, Baumwolltaschen usw.

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung / Standutensilien

Standutensilien

- Evtl. Beleuchtung
- Thekenaufsteller mit aktuellem DIN A4 Plakat
- Beamer (Anschlusskabel, Verlängerungskabel, Netzteil)
- Werkzeug/Befestigungsmaterial (Tesafilm, Schere, Klebeband, Kordel, Reißzwecke, Kabelbinder)
- Erste-Hilfe-Box (mindestens Pflaster)
- Stehhilfe bzw. Hocker/Stuhl
- Digitalkamera (Akkus)
- Prospektständer/Kubus
- Blumenschmuck/Saison-Dekoration
- Namens- und Tischschilder
- Ordner anlegen mit: aktuelle Adressen, Flyer, Satzung usw.

Veranstaltung

am / **in**

VdK-Helfer Name:					
Aufgaben konkrete Beschreibung:					
Anwesend von/bis:					
Bemerkungen:					
Planungsstand:					

VdK-Helferplan

Plan für Helfer **vervielfältigen** – Plan bei Veranstaltung **aufhängen/auslegen**

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung / aktuelle Aktionen

- Gewinnspiel (Vordrucke, Gewinne besorgen, Lostrommel, Plakate)
- Aktuelle Aktion z. B. Pflege (Plakate, Prospekte, Unterschriftenlisten)
- Für Beitrittsrückmeldungen: Etiketten für Beitrittserklärungen (Rückmeldungen wegen Statistik)
- Gestaltung eines Aktions-Flyers (z. B. 70 Jahre VdK-OV...)

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung / Bestellung VdK-Infomaterial

- Leporello
- Landes-, Kreis- und Ortsverbandsflyer
- Beitrittserklärungen
- VdK-Patientenratgeber
- VdK Reisen-Katalog
- Vorteilhafter Versicherungsschutz (ERGO-Versicherung)
- aktuelle VdK-Plakate
- VdK-Zeitungen
- VdK-Taschenkalender
- Vordrucke für VdK-Notfallkarte
- ADAC-Flyer
- Diverses

Veranstaltungsorganisation

Vorbereitung / Bestellung sonstige Broschüren & Flyer

- UPD Stuttgart (Unabhängige Patientenberatungsstelle)
- Bundesministerien (div. Broschüren Rente, Schwerbehindertenrecht, Betreuungsrecht, Pflege)
- „Wer hilft wem“ (Unfallopfer-Hilfswerk)
- Broschüren der Kriminalpolizei
- Steuertipps für Behinderte (Finanzamt, Bund der Steuerzahler)
- Flyer Schlafapnoe (AVSD)
- Broschüren der Deutschen Rentenversicherung
- Weiter Broschüren siehe „Empfehlungen kostenlose Publikationen“

Veranstaltungsorganisation

Durchführung

am Veranstaltungstag / vor Beginn

- **Technik-Check/PC-Check**, noch besser am Vortag
- **Aufbau** von Bühne, Tischen/Stühlen etc.
- **VdK-Infostand** bestücken
- **Dekoration:** VdK-Fahnen, Banner, Plakate, evtl. Blumen
- **Beschilderung** im Foyer
- **Helferbereitschaft (!) bei Eingängen, Parkhaus, im Saal** (z. B. Mikro reichen, Schwerstbehinderte begleiten)
- **VdK-Infomaterial verteilen/auslegen** (auch wichtig für Mitglieder!)

Veranstaltungsorganisation

Durchführung

am Veranstaltungstag / während des Ablaufs

- **Teilnehmerlisten führen** (neue Adressen!)
- **Gäste- und Referentenbetreuung**
- **Pressebetreuung** (evtl. **Presseliste** zum Eintragen)
- **Evtl. eigener Pressebericht**
- **Protokoll führen/Fotos machen**
- **Hilfestellung für Teilnehmer mit Behinderung** (Mobilitätsbehinderte („ROLLIS“)/Kommunikationsbehinderte z. B. Sehbehinderte, Gebärdensprachdolmetscher?)

Veranstaltungsorganisation

Durchführung

am Veranstaltungstag / Programmablauf

- **Begrüßung/Moderation**
- **Vorstellung des Programmablaufs**
- **Durchsage organisatorischer Hinweise** (z. B. Parken, Essen, barrierefreies WC, Garderobe)
- **Evtl. Grußworte der Gäste**
- **Evtl. Referate**
- **Evtl. Rahmenprogramm** (z. B. Musik, Sketche, Gedichtvorträge, Reise- oder Ausflugspräsentation)
- **Evtl. Ehrungen** (Treue- oder Verdienstehnung)
- **Schlusswort/Dank des Gastgebers**

Veranstaltungsorganisation

Nachbereitung / Pressearbeit (Details ab Seite 20)

- **Presseberichte verfassen, ggf. mit 1- 3 Fotos:** an örtliche Tageszeitungen/Gemeindemitteilungsblätter/Stadtteilzeitungen
- **Pressespiegel erstellen**
- **Evtl. Zeitungsausschnitte von Veröffentlichungen ans Schwarze Brett/** in Schaukasten hängen, Kopien bei Vorstandssitzungen oder auch Mitgliederversammlungen verteilen
- **Bericht für VdK-Zeitung:** ausschließlich an BW-Redaktion

Veranstaltungsorganisation

Nachbereitung / Auswertung

- **Welche der konkreten Ziele wurden erreicht, welche nicht?**
- Sind wir am richtigen Ort aktiv geworden?
- **Haben wir ein Thema gewählt, das die Leute interessiert hat?**
- Haben wir dazu die richtigen Referenten eingeladen?
- **Ist die Mobilisierung der VdK-Mitglieder gelungen?**
- Ist es gelungen, andere interessierte Menschen miteinzubeziehen?
- **Hat die Aktion dazu beigetragen, unser Projekt zu stärken?**

Veranstaltungsorganisation

Nachbereitung / Auswertung

Auswertungsdiskussion (Überblick)

- Wurden die Veranstaltungsziele erreicht?
- Was war gut/schlecht?
- Was muss das nächste Mal besser werden?
- **Was sind die wichtigsten Schlussfolgerungen für die nächste Veranstaltung?**

Abrechnung durch Kassierer

Ggf. Kostenvoranschlag für Folgeveranstaltung

Veranstaltungsorganisation

Nachbereitung / Auswertung

- **War der Zeitpunkt richtig gewählt?:** Parallelveranstaltungen, ungünstige Zeit für Zielgruppe?
- **Haben wir die richtige Aktionsform gewählt? Haben wir geeignete Medien angesprochen?:** Medienresonanz
- **Haben wir ausreichend und in ansprechender Form für die Veranstaltung geworben?**
- **Haben die Verantwortlichen die übernommenen Aufgaben erledigt?** Gab es Schwierigkeiten?
- **Was sind die wichtigsten Schlussfolgerungen für die nächste Veranstaltung?**

Pressearbeit

Pressemitteilung

Journalistische Regeln

Die 1. Frage des Redakteurs lautet:

„Interessiert das mein Publikum – meine Leser?“

Die Nähe des Ereignisses zum Leser ist entscheidend

Ein guter Anfang ist die halbe Geschichte!

Titel soll neugierig machen und zum Weiterlesen animieren

Pressearbeit

Pressemitteilung

Titelzeile: eher emotional/bildhaft formulieren

Untertitel: eher sachlich

Das Wichtigste einer Meldung muss in den **1. Satz**

Die Quintessenz muss in den **1. Absatz**

- Artikel soll sich nicht wie Protokoll lesen
- Keine Verlaufsschilderung schreiben!

Pressearbeit

Pressemitteilung – Die journalistischen „W“s

WAS ?

- Was wird veranstaltet?
- Was ist das Thema?
- Was ist passiert?

WANN ?

- Datum und Uhrzeit des Ereignisses angeben, sofern für Meldung relevant

WER ?

- Wer macht etwas?
- Wer hat etwas gesagt?
- Wer hat etwas gefordert?

WO ?

- Ortsangabe

Pressearbeit

Pressemitteilung – wichtige Hinweise –

- Briefbogen mit **VdK-Logo** und Absenderangabe inkl. Tel.-Nr.
- „**Pressemitteilung**“ als Überschrift, Datum, Ort, ggf. Sperrvermerk
- **TIPP:** Vorlage **VdK-MEDIENDIENST** mit integriertem Logo verwenden!
Siehe Intranet (Presse/Öffentlichkeitsarbeit – Pressearbeit)
- In der **3. Person** schreiben!
„Der Sozialverband VdK kritisiert, dass...“
- Behauptungen und Bewertungen im **Konjunktiv**

Pressearbeit

Pressemitteilung – wichtige Hinweise –

- **Wörtliche Rede** in **Anführungszeichen**
- Bildliche, populäre/saloppe **Sprache** in **Anführungszeichen**
- **Abkürzungen einmal ausschreiben**, dann Abkürzung möglich
- „VdK“ nie ausschreiben, sondern „**Sozialverband VdK**“

Pressearbeit

Pressemitteilung – wichtige Hinweise –

- Länge: **1 – 1 1/2 DIN A4-Seiten**, Rückseite nicht beschriften
- Zeilenabstand: **1 1/2**, links 1/3 der Seite als **Korrekturrand**
- Bei langem Text 2-3 **Unterüberschriften**
- Zeichenangabe nach Text
- **V.i.S.d.P** („Verantwortlich im Sinne des Pressegesetzes“)
- **Telefon-Nummer**, E-Mail-Adresse, Fax für evtl. Rückfragen

Pressearbeit

Pressemitteilung – wichtige Hinweise –

- Gute Schriftart: **ARIAL**, **11** oder **12 P.**
- **Absätze** machen/bei sehr langen Texten **Zwischenüberschriften**
- Korrekte Schreibweise der **Namen**
- **Vornamen** mindestens einmal schreiben
- **Nur gesicherte Zahlen/Daten** verwenden
- **Keine Fachsprache** verwenden
- Kein Behörden- oder Juristendeutsch/**keine Schachtelsätze**
- Artikel **gegenlesen** lassen

Pressearbeit

Pressemitteilung – wichtige Hinweise –

- Möglichst **wenige Fremdwörter** verwenden
- **Nicht im Passiv, sondern aktiv** formulieren
- **Zahlen bis** einschließlich **zwölf ausschreiben**, ab 13 Ziffern
- Tages- und Monatsangaben ausschreiben/vollständige Jahreszahlen!
- Keine Füllwörter, keine blumigen Adjektive
- Keine Lobreden/keine Werbung, kein PR-Text
- **Sachlicher Text!**

Pressearbeit

„VdK-Zeitung“ – wichtige Hinweise –

Aufbau

Mantel = Bundesteil

Seite 13 – 16 = Landesteil BW, teilweise Seite I + II = Zusatzteil Landesteil

In der Regel Seite 17 = **4 verschiedene Bezirksverbands-Wechelseiten**

- **Redaktionsschluss** bei VdK-Chefredaktion in Berlin:
In der Regel am Freitag der 1. Woche des Vormonats
- **Einreichungsschluss** in Stuttgart, LV-Geschäftsstelle:
Mindestens 10 Tage vor Berliner/Bonner Termin. **Besser früher!**
- **EILIGE ARTIKEL:** Wenn Daten/Fakten/Fotos etc. erst kurz vor Redaktionsschluss vorliegen, dann ggf. **Artikeleinreichung vorab bei der Stuttgarter Redaktion anzeigen**

Pressearbeit

„VdK-Zeitung“ – wichtige Hinweise –

- Wichtige Terminankündigungen (nur große überregionale Veranstaltungen), **Todesfälle** spätestens 2 Tage vor Redaktionsschluss
- **Nachrufe immer mit Bild!**
- Personen **immer** mit komplettem **Vor-** und **Nachnamen**
- **Korrekte Funktionsbezeichnungen** (z. B. Bürgermeister, Kreiskassier, OV-Frauenvertreterin)
- Alle Zuschriften mit kompletter **Absender-** und **Adressangabe**, inkl. **Telefon-Nr.** (evtl. plus Fax/besser: plus E-Mail)
- Eingereichte **Zeitungsausschnitte** etc. auf Richtigkeit überprüfen, ggf. korrigieren

Pressearbeit

„VdK-Zeitung“ – wichtige Hinweise –

Fotos

- **Digitale Bilder** (auf CD oder per E-Mail): **bei Datenmenge ab 500 KB pro Fotodatei**
- **Herkömmliche Fotoabzüge möglich:** Aber keine Kopien, keine Fotoausschnitte aus Zeitungen, keine PC-Ausdrucke auf Normalpapier!
- Für **Rücksendung** eingereichter Abzüge: **Adresse auf Fotorückseite schreiben**
- **Abgebildete Personen benennen**
- **BILDRECHTE bei Profifotos einholen!**
- Wir zahlen **keine** Foto- oder **Autoren honorare!**

Pressearbeit

„VdK-Zeitung“ – wichtige Hinweise –

Keine Reiseberichte mit Ausnahme ganz außergewöhnlicher Reisen:

z. B. Paralympics, Freundschaftstreffen in Frankreich, Bundestag mit speziellem Programm, besondere Reise von „**VdK Reisen**“

Berichte über Jahreshauptversammlung nur, wenn besondere Bedeutung:

z. B. bei Neuwahlen (wenn Änderung), besondere Ehrungen (hohe Treueehrungen, Verdienste Ehrungen, wichtige Referate (**Inhalte!**), wichtiges Kulturprogramm, wichtige Gäste (**korrekte Namen!**), etc.)

Artikel für Bezirksverbandsseiten oder für Landesteil (letzteres ist für OV's und KV's seltener, bei Themen mit überregionaler Bedeutung aber möglich) **ausschließlich in Stuttgart einreichen:**

Bei der VdK-Chefredaktion in Berlin eingereichte Artikel aus Baden-Württemberg landen unbearbeitet in Stuttgart, folglich Zeitverzug!

Pressearbeit

Veröffentlichung von Bildern

Der Orts- oder Kreisverband ist angehalten, die Tages- oder Wochenpresse sowie die Redaktion der VdK-Zeitung über besondere Ereignisse zu informieren.

Wie schnell ist hier jedoch ein Foto eines Mitgliedes an einen Mitarbeiter der Presse weitergegeben oder im Internet veröffentlicht. Hier ist Vorsicht geboten!

Grund dafür ist das allgemeine Persönlichkeitsrecht, welches die informationelle Selbstbestimmung eines jeden Einzelnen umfasst. Ein Teil davon ist beispielsweise das „Recht am eigenen Bild“ oder das „Recht am eigenen Wort“.

Pressearbeit

Veröffentlichung von Bildern

Das Recht am eigenen Bild regelt das „**Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie**“, sog. Kunsturhebergesetz (KunstUrhG) in §22: Dort heißt es: „Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden....“.

Ausnahmen schränken das „Recht am eigenen Bild“ ein (§23 KunstUrhG), d.h. ohne die erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

„ 1.) Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte

2.) Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen

Pressearbeit

Veröffentlichung von Bildern

3.) Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben“.

Unter Punkt 3) sind im eigentlichen Sinne gemeint Brauchtumsfeste (Schützenumzug, Karneval, religiöse Prozessionen, etc.), oder politische Veranstaltungen (z. B. Maikundgebung, Demonstrationen) sowie kulturelle Ereignisse in der Öffentlichkeit (Straßenfest). Bilder von Mitgliederversammlungen sind nur insoweit ohne Einwilligung zulässig, als diese das Geschehen an sich zeigen und sich die einzelne Person nicht besonders heraushebt.

Pressearbeit

Veröffentlichung von Bildern

4.) Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.

Von Ziffer 1. – Ziffer 4. gibt es allerdings wieder eine Ausnahme, die in §23 Abs. 2 KunstUrhG geregelt ist: „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.“. Das wäre beispielsweise dann der Fall, wenn eine Person in entwürdigender Weise abgebildet sein sollte.

Pressearbeit

Veröffentlichungen im Internet

Die in § 23 Abs. 1 Ziffer 1 bis 4 KunstUrhG genannten Ausnahmetatbestände rechtfertigen nicht automatisch Veröffentlichungen von Bildern im Internet, da die damit verbundene Beeinträchtigung berechtigter Interessen der abgebildeten Person stärker ausgeprägt ist, als bei der Veröffentlichung in konventionellen Medien.

Durch die weltweite Verbreitung im Internet sowie die Möglichkeit Bilder von dort jederzeit herunterzuladen, zu verändern und in vielfältiger Weise zu missbrauchen, ist eine Vergleichbarkeit mit einer Veröffentlichung in Printmedien nicht gegeben. Daher ist für die Veröffentlichung von Fotos im Internet, auf denen Personen identifizierbar abgebildet sind, auf jeden Fall angeraten, die Einwilligung der Betroffenen einzuholen.

Pressearbeit

Veröffentlichungen im Internet

Die missbräuchliche Verwendung von Bild- bzw. Textmaterial oder Gesprächsmitschnitten kann zu Schadensersatzansprüchen Betroffener führen und Sie teuer zu stehen kommen.

Um hier rechtlichen Schwierigkeiten möglichst aus dem Wege zu gehen, bieten sich folgende **Praxistipps** an:

- 1) Wenn Sie beabsichtigen, bei einer Veranstaltung Foto- oder Videoaufnahmen zu machen, die unter anderem auch veröffentlicht werden sollen, z. B. auch auf der Internetseite des Kreis- oder Ortsverbandes, können Sie in der Einladung hierauf bereits vorab hinweisen. Teilnehmer, die damit nicht einverstanden sind, sollen dem im Vorfeld widersprechen.

Pressearbeit

Veröffentlichungen im Internet

2) Direkt im Veranstaltungssaal können Sie gut sichtbar ein Plakat mit dem Hinweis aufhängen, dass bei der Veranstaltung Aufnahmen zu Veröffentlichungszwecken gemacht werden. Besucher, die nicht fotografiert bzw. gefilmt werden möchten, sollten Sie auffordern, diese Bereiche zu meiden.

Noch ein Hinweis zum „Recht am eigenen Wort“. Es gewährleistet die Selbstbestimmung über die eigene Darstellung in der Kommunikation mit anderen. Es umfasst das gesprochene und das geschriebene Wort und beinhaltet die Befugnis, selbst zu bestimmen, ob der jeweilige übermittelte Inhalt nur dem jeweiligen Gesprächspartner, einem eingeschränkten Personenkreis oder uneingeschränkt der Öffentlichkeit übermittelt werden soll. Auch hier sollte deshalb am besten stets die Einwilligung eingeholt werden.

Pressearbeit

Urheberrecht bei fremden Werken

Sobald Sie beispielsweise fremde Texte mit oder ohne Foto für die Nachrichtenredaktionen bereitstellen, müssen Sie das Urheberrecht beachten. Dieses schützt das Recht des Urhebers an seinem Werk als persönliche geistige Schöpfung. Diese können beispielsweise sein: Werke der Literatur, Musik, Film, Kunst aber auch Fotografien und Computerprogramme. Der Urheber hat insbesondere das Recht darüber zu entscheiden, ob und wie das eigene Werk veröffentlicht wird.

So können Sie beispielsweise selbst Urheber sein, indem Sie ein Foto fertigen. Dabei haben Sie das „Recht am eigenen Bild“ des Abgebildeten zu beachten. Verletzt dieses die Interessen des Abgebildeten darf es nicht veröffentlicht werden. An einem selbst verfassten Text und einem eigens aufgenommenen Foto haben Sie die Urheberrechte, solange Sie diese nicht an eine Redaktion bzw. einen Verlag abtreten.

Pressearbeit

Urheberrecht bei fremden Werken

Sollte Ihr Text oder Ihr angefertigtes Foto beispielsweise als Teil eines Artikels weiterverwendet werden, muss Ihre Zustimmung eingeholt werden. Verwenden Sie selbst fremde Bilder, Texte usw. müssen Sie dagegen beim Urheber oder Rechteinhaber die Zustimmung einholen. Dies gilt es beispielsweise zu beachten für den Fall, dass Sie fremde Bilder (auch Screenshots) und fremde Texte in die Internetseite des Kreis- oder Ortsverbandes einbinden oder für einen Artikel in der VdK-Zeitung verwenden möchten. Die Zustimmung zur Verwendung holen Sie am besten schriftlich ein. Bei der anschließenden Verwendung ist ein Hinweis auf den Urheber anzubringen.

Pressearbeit

Urheberrecht bei fremden Werken

Es gibt Portale, auf denen lizenzfreie Fotos angeboten werden, die Sie ohne weitere Zustimmung verwenden dürfen. Allerdings ist auch hier darauf zu achten, dass im Copyright die Herkunft der Bilder korrekt angegeben wird. Die Copyrightangabe beinhaltet üblicherweise den Namen des Anbieters und den Namen des Fotografen.

Bei einer Verletzung des Urheberrechts drohen empfindliche Abmahn- oder Lizenzgebühren.

Pressearbeit

Urheberrecht bei fremden Werken

Besonderer Hinweis zum Urheberrecht im Internet:

Wenn Sie Inhalte, Bilder oder auch Screenshots von anderen Internetseiten kopieren und auf Ihrer Homepage veröffentlichen möchten, ist das praktisch gesehen recht einfach. Jedoch ist das Urheberrecht immer, insbesondere aber im Internet dringend zu beachten. Die Zustimmung des Urhebers ist vorher einzuholen! Ist diese vorhanden, ist in der Copyrightangabe stets der Name des Urhebers, Rechteinhabers oder Anbieters anzugeben.

Pressearbeit

Pressespiegel

Viele Kreis- und Ortsverbände sind aktiv in der Pressearbeit tätig und beliefern die Redaktionen mit Pressemitteilungen. Erfreulich ist dann natürlich, wenn die Mitteilung Anklang findet und in einer Zeitung veröffentlicht wird. Zu Dokumentationszwecken können Sie den Artikel archivieren und einen Pressespiegel mit den über Ihren Verband im Laufe der Zeit erschienenen Artikeln für den internen Gebrauch anlegen.

Auf Ihrer Homepage dürfen Sie diesen Pressespiegel allerdings nicht ohne weiteres veröffentlichen. Denn das Urheberrecht liegt beim Verlag. Bevor Sie einen Artikel einscannen und auf Ihre Homepage stellen, müssen Sie dafür beim Verlag eine schriftliche Zustimmung einholen. Je nach Verlag können hierfür Gebühren erhoben werden.

Herausgeber:

Sozialverband VdK Baden-Württemberg e.V.
Abteilung Marketing und Kommunikation
Johannesstraße 22
70176 Stuttgart
Tel.: 0711/61956-35
www.vdk-bawue.de

Stand: Juni 2015