

Wie sichere ich mir unbegrenzte Sympathien in der PRISMA-Redaktion? - Erfolgreiche Wege, um redaktionelle Beiträge zu veröffentlichen

✓ Artikel-Strukturen der Zeitschrift

Hauptartikel: Umfang maximal 10.000 Zeichen; 100 % auf das Hauptthema bezogen; Inhalt sachlich, fundiert, neutral, ohne Wertungen, informativ, keine unterschwellige Werbebotschaften, auf Anwendbarkeit im Alltag bezogen; Begleitmaterial erwünscht (Bilder, Übungsbeispiele, Homepage-Tipps usw.).

Artikel im »Wegweiser«: Umfang maximal 5.000 Zeichen; auf Methoden der ganzheitlichen Behandlung im weitesten Sinne bezogen, auch in psychotherapeutischer Hinsicht; nicht am Schwerpunktthema der jeweiligen Ausgabe orientiert; Inhalt sachlich, fundiert, informativ, ohne Wertungen, keine unterschweligen Werbeinhalte, auf Anwendbarkeit im Alltag bezogen.

PR-Artikel im »Portrait«: Umfang von Anzeigengröße abhängig (400 Zeichen für 1/8-Seite, 800 Zeichen für 1/4-Seite usw.); klassischer PR/Werbetext über das Dienstleistungsangebot des Inserenten.

✓ Artikel-Aufbau (auch Interview):

- Originelle Überschrift!
- Aussagefähiger Untertitel!
- Vorspann (darin kurzer Abriss über die Essenz des Artikels, evtl. auch Schwerpunkte ansprechen)
- Spannender und praxisbezogener Artikel (näheres dazu siehe Inhalt)
- Biographische Angaben (max. 3–5 Zeilen zur Person und dem beruflichen Werdegang, Ausbildung etc.) und 1 Pass- bzw. Portrait-Photo (farbig oder s/w, kann auch ein Gruppenfoto sein)
- Interviews bitte mit logischem Frageaufbau (nicht durcheinander) und unter Berücksichtigung von Zwischenfragen gliedern. Lebendiges Gespräch!

✓ Artikel-Inhalt:

- Schreiben Sie kurze Sätze (maximal 15–20 Wörter)
- Verwenden Sie aktiv formulierte Sätze (z.B. statt: „Die Übung wird angeleitet von Frau X ...“ besser: „Frau X leitet die Übung an.“)!
- Achten Sie darauf, ob die verwendeten Fachbegriffe allgemein verständlich sind oder einer Erklärung bedürfen. Wenn Sie „erklären“ müssen, sind Sie schon auf dem Holzweg.
- Wir veröffentlichen zum Schwerpunktthema keine PR-Artikel (Werbeartikel) sowie Artikel mit unterschweligen Werbebotschaften bzw. Werbeabsichten! Unsere Leser wünschen „sachlich-neutrale“, „fundierte“ und „informative“ Beiträge.
- Schreiben Sie innovativ statt konservativ bzw. besser progressiv als gewöhnlich. Wir wollen keinen Mainstream, sondern authentische, aufrüttelnde und bewusstseinsweiternde Inhalte veröffentlichen!
- Senden Sie uns ggf. Bildmaterial (Photos, Zeichnungen oder Collagen - farbig oder s/w) zum Thema. Wir senden die Fotos auf Wunsch wieder zurück. Bitte copyrights beachten!
- Bringen Sie praktische Beispiele! Philosophische Spagatte mögen zwar intelligent klingen, aber scheitern doch oft am Praxisbezug. Wir beleuchten unsere Themen aus ganzheitlicher Sicht! Ein Artikel kann das Thema bsw. lebensphilosophisch beschreiben. Ein anderer kann den Schwerpunkt auf die Alltagsebene bringen. Eine andere Möglichkeit des Inhaltstransfers bietet sich über die tägliche Praxis an usw. Der Leser möchte einen Nutzen aus dem Gesagten ziehen und die Erfahrung machen, dass ihm die Botschaft eine wirkliche Hilfe war.
- Versuchen Sie den Inhalt in einen Spannungsbogen zu bringen. Je mehr Sie die Aufmerksamkeit des Lesers gewinnen, desto erfolgreicher wird Ihr Feedback sein.
- Bringen Sie Begleitinformationen in den Anhang, wie etwa die Essenz des Artikels in Stichpunkten, begleitende Literatur, Weblinks, kurze Übungen oder artverwandte Beispiele.
- Bitte **nicht** in Spalten, Absätzen, Fettschrift etc. formatieren! Für weitere Rückfragen wählen Sie bitte die Rufnummer 09542-771366.

Technische Informationen:

Bitte schicken Sie uns Ihre Texte möglichst per eMail als DOC-, TXT-, PDF-, RTF-Dokument an: redaktion@prismamagazin.de. Falls Sie eine CD schicken, verbleibt diese in der Redaktion. Mit der Veröffentlichung Ihres Artikels willigen Sie die uneingeschränkte Nutzung des Artikels für das Printmedium und die Onlineausgabe aller regionalen Ausgaben der Zeitschrift PRISMA ein. Ihre Urheberrechte bleiben aber erhalten. Ihr Artikel wird nicht gesondert honoriert! Dafür werden Ihre Kontaktdaten mit veröffentlicht!