



... für eine kritische Betrachtung der Welt.
zeitungskollektiv@riseup.net / unterpalmen.blogspot.eu /
fb.me/UnterPalmenZeitung / instagram.com/u.p.zeitung

Kriterienkatalog

Für unsere Phase 3: Blog und soziale Medier
(Facebook, Insta). Im Internetz lol.



Unsere Zielgruppe:

- Unsere Zielgruppe wird mit den unsäglichen Bezeichnungen Generation Y und Z benannt. Am wichtigsten sind uns Jugendliche von 15-19 Jahren, die wir für eine linke Gesellschaftsvision begeistern wollen. Wir sprechen von einem nicht explizit linken Publikum. Aus diesem Grund sind die Leute dem Nationalstaat wohl nicht unbedingt abgeneigt und finden Leistungsbereitschaft ganz normal. (Was es zu ändern gilt.)
- Zum Medienkonsum der Zielgruppe: Das Smartphone ist Leitmedium. Visuelle Kommunikation, insbesondere Videos, sind die Norm. Die durchschnittliche Aufmerksamkeitsspanne ist gering, deshalb sollten Inhalte sofort Aufmerksamkeit erregen.
- Was die Leute interessiert: Ratschläge sind ein beliebtes Format. Themen sind dann attraktiv, wenn sie auf persönlich-erzählende Weise vermittelt werden. Das Interesse für gesellschaftspolitisches Engagement war selten so hoch, allerdings muss es Möglichkeiten zur direkten Beteiligung geben. Klassenunterschiede treten wieder verstärkt zu Tage, weshalb soziale Ungerechtigkeit ein präsent Thema ist.

Allgemein

- Think outside the box! Wir wünschen uns frische Inhalte und Perspektiven. Für uns sind innovative Inhalte keine light-Versionen komplizierter Artikel.
- Grundsätzlich veröffentlichen wir leicht verständliche Inhalte. Wenn es um theoretische Konzepte geht, dann gehen wir einführend an diese heran. Den richtigen Kontext und anderes Vorwissen setzen wir nur begrenzt voraus.
- Bitte lies dir diesen Beispielartikel aus der zweiten Printausgabe durch, damit du einen Eindruck unseres bisherigen Stils bekommst („Irgendwas mit Liebe oder so“, auf unserem [Blog](#) oder auf Seite 18 unserer zweiten Ausgabe. [Hier](#) zum Download).

- Unsere Veröffentlichungen sind hauptsächlich auf Deutsch, aber wir begrüßen auch alle anderen Sprachen! Wenn du einen Beitrag in einer anderen Sprache erstellen willst, gib Bescheid.
- Bitte vermeide die direkte Anrede der Leser_innenschaft und eine bevormundende Haltung (wie z.B. „Meine Liebe, lass mich dir xy erklären“).
- Wir gendern einheitlich mit dem Gender_Gap (z.B. „Freund_innen“).
- Dateiformate: Texte in .doc, .docx oder .odt (am besten); Bilder in .jpeg oder .png; Videos komprimiert auf Oneclick-Hostern (z.B. wetransfer) oder in der Cloud (z.B. Dropbox).
- Wenn es grundsätzliche inhaltliche Veränderungsvorschläge von unserer Seite gibt, müssen diese für die Veröffentlichung ausdiskutiert werden.
- Wir haben sicher nicht an alles gedacht. Wenn du eine ausgefallene Idee hast, lass es uns wissen!

Bild/Video:

- Bildmaterial sollte möglichst wenig Text beinhalten. Es gibt ein [Tool von Facebook](#), mit dem du prüfen kannst, ob dein Bild für den Facebook-Algorithmus optimal ist. Wir richten uns in der Regel nach diesem Tool.
- Get wild! Insta-Stories, Kochsendungen, Instruction-Videos, Song-Cover, Comics, Memes, Failvideos, Reactions ... but remember: In der Kürze liegt die Würze.
- Positive, empowernde Inhalte sind uns wichtig.
- Dritte Personen können nur mit ihrem expliziten Einverständnis gezeigt werden.
- Bitte benutze keine Fotos mit stockphoto-Qualität (außer ironisch, wie wir es versucht haben) und vermeide eine allzu naheliegende Darstellung des Themas (z.B. Foto vom Parlament bei einem Beitrag über den Nationalrat).
- Wir suchen Gestaltung abseits von szenetypischen Bildelementen, da sich diese für Außenstehende nur schwer erschließen. (Beispiele: Vermummter Mob mit Pyro und Transpi, Kleiderbügel beim Thema Abtreibung.)
- Grundsätzlich hast du freies Gestaltungspotential. Dennoch haben wir einige Gestaltungselemente, um deren Fortführung wir uns freuen würden. Starke Abweichungen sind möglich, sollten aber abgesprochen werden.

- Schriftart für primäre Textelemente: Halis; Schriftart für sekundäre Textelemente: Alda



Design-Beispiel

freigestellten Fototeilen, Rückgriff auf historische Aufnahmen, die in einen neuen Kontext gebracht werden. Ironisierende Darstellung von (Geschlechter- und Körper-)Normen. Rastern von Ausschnitten, die dann eingefärbt werden können. Hintergründe einfarbig bzw. mit eingefärbten Texturen oder Mustern. Druckraster-Stil.

- Die Einbindung unseres Logos macht Sinn, um die Inhalte miteinander zu verbinden.
- Wir können dir die notwendigen Dateien gerne zusenden.
- Bitte verwende für Facebook und Instagram optimale Bildgrößen/Formate. Da Inhalte auf beiden Plattformen erscheinen, sollten die Bilder auch für die beiden Netzwerke optimiert werden.
 - Facebook: Porträt (2:3; ca. 1428px*2142px), Landschaft (3:2; ca. 1904px*1264px), Quadrat (ca. 2000px*2000px), Profil-Coverfoto (ca. 1640px*624px).
 - Instagram: Quadrat (ca. 2000px*2000px), Portrait (max. 4:5, min. 864px*1080px), Landschaft (max. 1,91:1, min. 1080px*565px).
 - Grundsätzlich ca. 72-115 DPI Auflösung.

- Farben:
 - Blau (#0E9FE4; 73/24/0/0)
 - Türkis (#25CCBA; 66/0/36/0)
 - Rot (#E93559; 2/94/55/0)
 - Gelb (#FFEB55, 2/3/80/0)
 - kontrastreiche Kombination dieser Farben. Am wichtigsten ist uns, dass visuelle Inhalte bunt und nicht düster oder trüb sind. Ausnahmen bestätigen wie immer die Regel.

- Graphische Elemente: Collagen-artige Kombination von

Texte:

- Neben der Veröffentlichung auf dem Blog werden alle Beiträge auch auf Facebook und Instagram beworben. Dafür freuen wir uns über ein passendes Bild, das unseren Vorgaben entspricht. Sollte dir das nicht möglich sein, können wir uns darum kümmern.
- Bitte überlege dir einen Teaser für Facebook und Instagram zu deinem Text. In maximal zwei kurzen Absätzen sollte der Inhalt in seiner Essenz zusammengefasst sein.
- Texte müssen nicht unbedingt als Blogeintrag erdacht werden, du kannst auch kurze Facebook-Statusmeldungen einsenden.
- Länge für alles auf dem Blog: Maximal 3000 Zeichen mit Satzzeichen.
- Grundsätzlich folgen auf die Überschrift 1-3 fett hervorgehobene Sätze, die Thema und Thesen des Textes kurz darstellen. Passt das wirklich nicht in dein Konzept, sollten die ersten Sätze zusammen mit der Überschrift dennoch dein zentrales Anliegen in aller Kürze transportieren.
- Du solltest den Fokus auf eine Kernaussage legen und beispielsweise nicht noch nebenher den Warenfetisch erklären (auch wenn wir das beeindruckend finden).
- Da dein Beitrag nicht als Gruppenposition erarbeitet wurde, gibt es Autor_innenschaft. Überleg dir einfach irgendeinen Alias.
- Bei längeren Texten helfen Zwischenüberschriften, den Inhalt zu strukturieren.
- Fremdwörter und weiterführende theoretische Konzepte lässt du entweder weg oder erklärst sie leicht verständlich im Text. Lassen sich vielleicht Synonyme finden? (z.B. „obligatorisch“ → „notwendig“)
 - Ebenso wenig setzen wir die Kenntnis bedeutsamer Personen nicht voraus (Lincoln, Adorno, Woolf ...), also stell die Leute einfach kurz vor.
- Du bist vielleicht zahlreiche Floskeln und Bezeichnungen gewöhnt, die außerhalb der linken Szene wenig bekannt sind. Wir können „Genoss_in“, „Wanne“, „DefMa“ oder „Antideutsche“ bei unserer Zielgruppe nicht voraussetzen.
- Weiterführende Links und Literaturtips, die sich runterladen oder kaufen lassen, finden wir cool. Auf Uni-Bibliotheken haben viele Leute keinen Zugriff.
- Stilistische Ansätze, die wir wichtig finden:
 - Orientierung an gesprochener Sprache, deswegen wenig oder kein Konjunktiv.

- Keine Schachtelsätze, lange Sätze aufteilen.
- Aktiv- statt Passivkonstruktionen, unpersönliche Formulierungen vermeiden („Sie protestierten“ statt „Es wurde protestiert“).
- Hier eine Reihe an möglichen Formaten: Artikel mit thematischem Schwerpunkt, Reportage/Erlebnisbericht, (Kurz)interview, Vorstellung einer Gruppe/Initiative, Bulletpoint-Liste zu einem Thema, Geschichte, Kolumne, Kommentar auf ein öffentlichkeitswirksames Ereignis, Comics (nicht länger als eine DIN A4 Seite), Satire, Meme, Rezensionen in Bezug auf ein klar formuliertes Thema oder Problem.

Hoffentlich haben wir dich nicht abgeschreckt und wir freuen uns ganz doll auf deine Einsendung!