

Für Autorinnen und Autoren

Unsere Leserschaft

Die Fachzeitschrift ‚technische kommunikation‘ hat etwa 9.000 Leserinnen und Leser, die in nahezu allen Industriebranchen beschäftigt sind und dort Technische Kommunikation erstellen. Unter Technischer Kommunikation sind Medien und Prozesse zusammengefasst, um einer Person ein technisches Gerät vollständig und sicher zu erklären. Zu den Medien zählen etwa Gebrauchs- und Betriebsanleitungen, Ersatzteilkataloge, Produktdatenblätter, Online-Hilfen, Softwarehandbücher oder auch Serviceportale. Vermehrt kommen Anwendungen für mobile Endgeräte hinzu – Apps für Smartphone und Tablet. Außerdem sind Augmented Reality und Virtual Reality ein Thema.

Vielfältig sind auch die Aufgaben und Arbeitsschritte, mit denen es Technische Redakteurinnen und Redakteure zu tun haben. Sie reichen von der Recherche nach Produktinformationen, Normen und Richtlinien über das Erstellen von Anleitungen, die Terminologieverwaltung und Illustration, die Verwaltung von Informationen in einem Redaktionssystem, die Publikation aus einer Quelle in unterschiedliche Medien bis hin zur internen Dokumentation und dem Erstellen produktbegleitender Unterlagen, etwa für Marketing und Service. Hinzu kommt die Übersetzung in durchschnittlich zehn Fremdsprachen.

Diese Vielfalt findet sich auch in der Fachzeitschrift wieder, allerdings benötigt jeder Artikel, der darin veröffentlicht wird, einen Bezug zur Zielgruppe der Technischen Redakteurinnen und Redakteure.

Die ‚technische kommunikation‘ hat sechs Ausgaben und erscheint normalerweise alle zwei Monate (Mitte Januar, Mitte März, Mitte Mai, Mitte Juli und Mitte September). Die letzte Ausgabe erscheint meist bereits im Oktober im Vorfeld der tekomp-Jahrestagung.

Die Fachzeitschrift ist das Medium der Gesellschaft für Technische Kommunikation, tekomp Deutschland e.V., des Branchenverbands für Technische Redakteurinnen und Redakteure. Sie wird vorrangig an die Mitglieder der tekomp verteilt.

Für diese Zielgruppe haben Sie ein Thema, weil es neu ist, weil es die Arbeitsweise verbessert, weil es die Praxis unterstützt, weil es Argumente für den Stellenwert der Technischen Kommunikation liefert, weil es neue Grundlagen und Prozesse darstellt oder weil Entwicklungen in der Arbeitswelt beleuchtet werden? Dann wenden Sie sich zunächst an die Redaktion:

Gregor Schäfer, 0711 65704-54, g.schaefer@tekomp.de.

Redaktioneller Ablauf

Bitte reichen Sie Ihren Themenvorschlag ein – telefonisch oder per E-Mail. Empfehlenswert ist ein Telefonat, um die Chancen einer Veröffentlichung direkt zu besprechen. Außerdem lässt sich ein Thema gezielter entwickeln.

Entweder erhalten Sie anschließend ein redaktionelles Briefing, das die wesentlichen Eckpunkte zusammenfasst. Oder Sie erstellen selbst ein Konzept – ein Überblick über Ihre Argumentation, die Struktur des Beitrags und die Zielsetzung: Was wollen Sie unseren Leserinnen und Lesern mitteilen und wie lautet die Kernbotschaft Ihres Beitrags.

Haben Sie die redaktionelle Zusage, dann stehen Ihnen etwa acht Wochen für Ihren Beitrag zur Verfügung.

Ihr Artikel

Um Ihre Argumentation, Ihre Empfehlungen, Ihre Tipps oder Ihre Strategie darzustellen, benötigen Sie erfahrungsgemäß etwa drei Heftseiten. Das sind ungefähr 16.000 Zeichen, inklusive Leerzeichen. Auch größere Zeichenmengen lassen sich berücksichtigen. Entscheidend ist aber, dass Leserin und Leser Ihr Thema wahrnehmen und Ihren Beitrag bis zum Ende lesen. Die Länge ist dabei ein Faktor, der nicht unterschätzt werden sollte.

Ein weiterer Faktor sind die Formate, mit denen ein Artikel im späteren Layout umgesetzt wird und die die Orientierung erleichtern. Das Layout der Fachzeitschrift sieht nur wenige Formate vor:

Überschrift, Vorspann, Fließtext, Aufzählung, Zwischenüberschrift und Literatur.

Weitere Strukturierungsmöglichkeiten gibt es nicht, beispielsweise eine zusätzliche Zwischenüberschrift, eine Aufzählung mit Unterpunkten oder eine Dachzeile über der Überschrift.

Vermeiden Sie Hervorhebungen innerhalb eines Textes etwa mit kursiver oder gefetteter Schrift. Falls eine Hervorhebung erforderlich ist, dann unterstreichen Sie diese. Gehen Sie damit aber sparsam um, da eine Hervorhebung im Fließtext den Lesefluss eher bremst als eine Aussage unterstützt.

Strukturieren Sie den Fließtext mit kurzen Zwischenüberschriften. Falls möglich, suchen Sie durchgängige Formulierungen, etwa alle Zwischenüberschriften als Fragen, als Substantivierungen oder im Aktiv formuliert. Leserin und Leser können sich so besser orientieren.

Am Ende listen Sie bitte die Literatur und die Internetseiten auf, die Sie für Ihren Beitrag verwendet haben. Alternativ können Sie gerne Empfehlungen machen: Bücher oder Internetseiten, die Ihr Thema weiterführen oder Beispielhaftes aus der Praxis beschreiben.

Vermeiden Sie möglichst Beispiele mit Programmcode. Im Zeitschriftenlayout kann es zu Zeilenumbrüchen kommen, die die Aussagekraft eines Codes verringern. Falls sich ein Beispiel nicht vermeiden lässt, sprechen Sie bitte mit der Redaktion. Gemeinsam lässt sich abklären, wie eine Umsetzung aussehen kann.

Weitere Bestandteile

Verwenden Sie als Argumentationshilfe Tabellen, Info-Kästen, Schaubilder oder Fotos. Zum Beispiel können Sie Informationen, die nicht unmittelbar mit Ihrem Beitrag zu tun haben, in einen Info-Kasten auslagern. Oder Sie vereinfachen die Darstellung eines Ablaufs mit einem Schaubild. Eine Tabelle könnte für einen Vorher-/Nachher-Vergleich eingesetzt werden oder natürlich für Zahlen.

Denken Sie bitte auch an Ihre Vita, etwa 300 bis 500 Zeichen (inklusive Leerzeichen), über Ihre aktuelle berufliche Aufgabe, über den beruflichen Werdegang sowie besondere Fachkenntnisse. Geben Sie weiterhin Ihre E-Mail-Adresse und Ihre Internetseite an bzw. die Ihres Arbeitsgebers an. Beide Angaben werden veröffentlicht.

Weiterhin fügen Sie bitte ein aktuelles Porträtfoto bei.

Dateiformat für Text und Bild

Verfassen Sie Ihren Beitrag in einer Textverarbeitung, etwa Microsoft Word. Speichern Sie den Text im Format DOCX. Nutzen Sie die Absatzformate, die Ihnen die Textverarbeitung bietet. Hauptsache, Überschrift, Fließtext, Zwischenüberschriften, Aufzählungen und Literatur lassen sich klar erkennen.

Abbildungen speichern Sie bitte als JPG oder PNG, Screenshots bitte unbearbeitet als JPG.

Unbearbeitet heißt: Skalieren Sie den Screenshot nicht; laden Sie ihn über die Zwischenablage in eine Bildverarbeitung (zum Beispiel Paint) und Speichern Sie ihn als JPG in maximaler Darstellung.

Weiterhin können Sie Microsoft Powerpoint einsetzen, etwa für Schaubilder, Prozessdarstellungen oder Organigramme. Falls möglich, erzeugen Sie parallel zur Powerpoint-Datei ein PDF als Referenz.

Verwendbar sind auch EPS-Dateien oder PDF; beides druckfähig, also EPS mit vektorisierten Schriften und PDF in einer Druckvariante (zum Beispiel X3).

Verweisen Sie in Ihrem Text auf eine Abbildung, etwa mit dem Hinweis „hier Abbildung 01“ einfügen. Diesen Hinweis können Sie gerne farbig machen, damit er besser auffällt.

Tabellen oder Info-Kästen belassen Sie im Text, entweder dort, wo sie hingehören. Oder Sie platzieren die Elemente am Ende des Beitrags. Auch dann ist ein Verweis auf die Position im Fließtext hilfreich.

Terminologie und Gendern

Verwenden Sie möglichst die tekom-Terminologie: Technischer Redakteur mit großem T, ebenso Technische Kommunikation und Technische Dokumentation. Weitere Empfehlungen finden Sie im Internet auf tekom.de, Rubrik „Technische Kommunikation das Fach“, Rubrik „Terminologie“, dann „Hier geht es zur Suche“. Sie gelangen anschließend zu einer umfassenden Terminologiedatenbank.

Diese Terminologie können Sie für Ihren Beitrag berücksichtigen. Alternativ wird Ihr Text in der Redaktion angepasst.

Berücksichtigen Sie in Ihrem Text die weibliche und die männliche Form, nutzen Sie neutrale Formulierungen (Person, Belegschaft, Fachleute ...) oder schreiben Sie einen Satz im Passiv.

Variieren Sie diese Formulierungen, um eine zu strenge Durchgängigkeit zu vermeiden.

Verwenden Sie keine Gender-Konstruktionen: Redakteur:in, Mitarbeiter*in oder Ableitungsleiter_in.

In einem Beitrag ist ausreichend Platz, um geschlechtergerecht zu schreiben. Gender-Konstruktionen haben den Nachteil, dass sie in unserem Layout für große Lücken sorgen.

Schreiben Sie Ihren Beitrag nach den aktuellen Vorgaben und Empfehlungen des Duden. Aufgrund der „Kann“-Fälle werden in der Redaktion noch Anpassungen vorgenommen.

Redaktion und Lektorat

Bitte senden Sie Ihre Daten (Text, Abbildungen und Porträt) zum vereinbarten Zeitpunkt an die Redaktion. Falls nötig, übermitteln Sie die Daten über eine Transferseite (etwa WeTransfer).

Sollte es terminlich eng werden, informieren Sie möglichst früh die Redaktion.

Alle Daten sind in der Redaktion? Dann wird Ihr Text redigiert, etwa ob der Einstieg passt, ob sich Sätze vereinfachen lassen oder ob sich Nominalkonstruktionen auflösen lassen. Letztlich geht es darum, Ihr Thema unserer breiten Leserschaft zu vermitteln.

Nach der Redaktion wird Ihr Beitrag in einem ersten Layout umgesetzt – ohne die Abbildungen. Mit dieser Umsetzung lässt sich die Gesamtlänge besser abschätzen. Außerdem, ob die Zeichenmenge für Überschrift und Zwischenüberschriften passt, eventuell gekürzt oder erweitert werden muss.

Ein PDF der redaktionellen Fassung erhalten Sie anschließend zur Durchsicht. Dann haben Sie etwa eine Woche Zeit, um Änderungen anzumerken, am besten direkt im PDF.

Sollte ein weiterer Korrekturlauf nötig sein, dann erfolgt dieser gleich anschließend.

Dann geht Ihr Beitrag ins Lektorat, wird dort auf Rechtschreibung und Grammatik geprüft.

Bis zum Druck

Alle Heftdaten sind fertig, das Heft geht zum Grafiker, der alle Beiträge und deren Elemente aufbereitet und in den Satzspiegel einfließen lässt. Auch die Werbeanzeigen und Advertorials werden positioniert. Das heißt, im Vergleich zur redaktionellen Fassung verschieben sich Elemente, vorrangig Abbildungen. Solche Verschiebungen werden aber im Text mit Hinweisen markiert.

Die endgültige Fassung erhalten Sie erneut zur Durchsicht. Dafür stehen etwa drei Arbeitstage zur Verfügung. Auch diese Fassung ist ein PDF, in dem Sie Markierungen vornehmen können.

Anschließend bereiten wir die Druckdaten auf und geben sie an die Druckerei.

Nach der Hefterscheinung erhalten Sie die Honorarabrechnung und die Freigabeerklärung für die spätere Veröffentlichung auf technishekkommunikation.info – die Internetseite der Zeitschrift.

Meine Empfehlungen

Berücksichtigen Sie bitte dieses Dokument. Werfen Sie aber auch einen Blick in die Zeitschrift. Falls Sie keine Zeitschrift haben, dann fordern Sie Ihr Exemplar oder auch mehrere bei der Redaktion an, als PDF oder gedruckt.

Sehen Sie sich die Beiträge anderer Autorinnen und Autoren an.

Weiterhin finden Sie neben diesem Dokument auf technishekkommunikation.info auch einen Beispielartikel mit Formaten und Zeichenangaben.

Außerdem möchte ich Ihnen einige Schreibtipps an die Hand geben. Sie stammen von Markus Reiter von der Stuttgarter Zeitung, der uns bei der Umsetzung der Zeitschrift beraten hat:

1. Sätze übersichtlich bauen: Ein Gedanke pro Satz. Hauptaussagen in Hauptsätze. Einschübe vermeiden. Kein Nominalstil.
2. Schlank schreiben: Überflüssige Wörter, Marketingkauderwelsch, Phrasen und gedehnte Formulierungen streichen.
3. Einfache, konkrete Wörter bevorzugen: Präzise und anschaulich schreiben. Fachbegriffe erläutern. Fremdwörter vermeiden.
4. Im Aktiv schreiben. Verben verwenden.
5. Klar gliedern: Absätze und Zwischenüberschriften einfügen.

Ihre Fragen

Wenden Sie sich jederzeit an die Redaktion:

Gregor Schäfer, 0711 65704-54, g.schaefer@tekom.de.