

PMI Munich Chapter e.V.

## Autorenbriefing für Chapter-Newsletter

Stand: Mai 2013

Sehr geehrtes Mitglied,  
sehr geehrter Unterstützer,

wir danken Ihnen dafür, dass Sie unseren Chapter-Newsletter mit einem oder mehreren Beiträgen unterstützen wollen.

Wir möchten Ihnen im folgenden ein paar Hinweise geben, wie wir uns Ihre Zuarbeit vorstellen, und in welcher Form wir gemeinsam den Newsletter für Leser attraktiv und interessant gestalten wollen:

### 1. Umfang:

Wir stellen uns  $\frac{1}{2}$  bis 2 normal beschriebene DIN A4-Seiten vor. Wenn Ihr Artikel aber soviel Substanz hat, dass Sie mehr Raum benötigen, dies dem Leser zu unterbreiten und das damit auch rechtfertigen können, lassen Sie sich damit bitte nicht einschränken.

### 2. Aktiv vs. Passiv:

Denken Sie bitte daran, dass die meisten Projektmanager einen überwiegend aktiven Satzbau bevorzugen und der Passivstil die Gefahr birgt, hölzern, unauthentisch und distanziert zu wirken.

Aktiv: „Als Projektmanager binde ich mein Team meist in Entscheidungen ein.“

Passiv: „Mein Team wird von mir als Projektmanager meist in Entscheidungen eingebunden.“

### 3. Schreibstil:

Laut James W. Pennebaker (“The Secret Life of Pronouns“) gibt es drei fundamentale Schreibstile:

- Formal
- Analytic
- Narrative

Bitte überlegen Sie sich, welcher Stil das Interesse der Leser weckt, ihnen aber auch die Information mitgibt, die sie benötigen:

- a. Rein formale Texte werden meist als eher langweilig empfunden, oft auch als schwer lesbar. Während eine sehr formale Sprache an manchen Stellen notwendig ist (z.B. in Vertragstexten, oder in Standards wie dem PMBOK Guide), kann sie woanders abschrecken.

Im Newsletter bietet sich der formale Stil vor allem für Terminankündigungen und ähnliche Texte an, von denen keinerlei Unterhaltungscharakter erwartet werden kann.

- b. Analytische Texte können erklärend wirken, manchmal aber auch besserwisserisch.

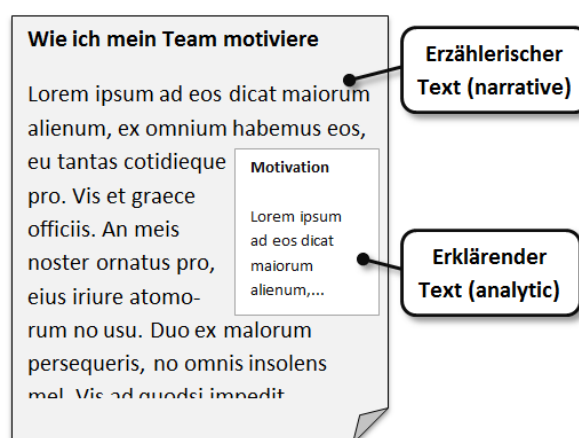
Wenn Sie etwas mitzuteilen haben, das fachlich einen hohen Neuigkeitsgrad hat, wenn Sie Aussagen anderer kommentieren, oder wenn Sie einen akademisch-wissenschaftlichen Inhalt darlegen wollen, kann dies der angemessene Stil sein.

- c. Erzählerische Texte können unterhaltsam sein, manchmal aber auch ins oberflächliche abrutschen, wenn beispielsweise ein Einzelfall herangezogen wird, um einen statistisch elegten Zusammenhang zu widerlegen.

Von vielen unserer Mitglieder wissen wir aber, wie sehr sie gut erzählte Geschichten schätzen, die anekdotisch ein Schlaglicht auf die Dinge werfen, die Projektmanager bewegen.

- d. Mischformen: Am besten geeignet sind Mischformen, die situativ den jeweils besten Stil anwenden.

- e. Was wir auch machen können, sind erklärende Boxen, die z.B. zu einem erzählerischen Text, etwa einer Anekdote aus dem Alltag eines Projektmanagers den eher systematischen Hintergrund wiedergeben:



4. Grafiken und Fotos...

sind grundsätzlich willkommen.

5. Bildunterschriften:

Bitte schreiben Sie zu Fotos und Grafiken „Action Captions“, sprechende Bildunterschriften, und versuchen Sie, so genannte „Horse Titles“ zu vermeiden.

Horse Title



Abb. 5.3.8: Pferd

Action caption



Pferde können helfen,  
Führungsfertigkeiten zu  
entwickeln

6. Referenzen: Bitte nennen Sie grundsätzlich alle Referenzen und Quellen.

7. Copyright: Bitte bestätigen Sie zu Ihrem Text und eventuellen Bildern, dass Sie über das Copyright verfügen und uns nicht-exklusiv für den Newsletter das Recht der Veröffentlichung gewähren.

8. Bitte teilen Sie uns auch mit, wenn Ihr Beitrag bereits an anderer Stelle veröffentlicht worden ist.

9. Noch ein Tip: Wenn Sie Ihren Artikel geschrieben haben, schauen Sie sich nochmal

- die Überschrift,
- den ersten Satz,
- die Grafiken und Fotos

an.

Wenn Ihnen jemand den Artikel zum Lesen empfehlen würde, würden diese drei Element Ihnen vermitteln, dass der weitere Inhalt tatsächlich interessant wird?

10. PMI-Konformität: Bei der Nutzung von Bezeichnungen, die vom PMI geschützt sind, bitten wir um Beachtung der Richtlinien gemäß [http://www.pmi.org/~media/PDF/Media/PMI\\_List\\_of\\_Marks.ashx](http://www.pmi.org/~media/PDF/Media/PMI_List_of_Marks.ashx) . Der *PMBOK® Guide* beispielsweise sollte genau so wie in diesem Satz geschrieben werden. Außerdem sieht das PMI es nicht so gerne, wenn Personen „PMPs“ genannt werden, da dies die Bezeichnung

ihres Zertifikats ist. Es sollte also etwa „PMP-Zertifizierte wissen, dass...“ heißen anstelle von „PMPs wissen, dass...“ Bei Unsicherheiten können Sie sich gerne an den Chaptervorstand wenden.

11. Redaktionsschluss: Wird jeweils gesondert kommuniziert.
12. Arbeitsumfang: Bitte dokumentieren Sie den Zeitaufwand, den Sie mit der Erstellung des Artikels zugebracht haben. Sie erhalten als PMP-Zertifizierter pro Stunde eine PDU (Professional Development Unit, siehe <http://www.pmi.org/Membership/PDU-Advantage.aspx>) angerechnet.
13. Kontakte für Rückfragen: [communications@pmi-muc.de](mailto:communications@pmi-muc.de)

Viel Spaß beim Schreiben,

Antje Lehmann-Benz  
VP Communications PMI Munich Chapter e.V.