

# transform

Magazin für das Gute Leben.

## Redaktionsleitlinien

Stand: Januar 2018

# Hey!

Schön, dass Du mit uns zusammen an transform schreiben möchtest! Im Folgenden stellen wir unsere Ideen vor, wie wir transform sehen und welches Gesicht wir dem Magazin geben wollen. Wir wollen vorstellen, was „typisch transform“ sein soll.

## Das Allerwichtigste in aller Kürze

- Bei transform beschäftigen wir uns mit der großen Frage: **Wie kann ich jetzt leben** und dazu beitragen, dass wir auch in Zukunft eine **ökologisch & gesellschaftliche stabile Welt** um uns herum vorfinden, dabei aber **nicht auf Spaß verzichten** muss?
- Wir wollen versuchen, immer wenn es irgendwie möglich ist, **praktische Handlungstipps oder Ideen zu liefern**.
- Dein Text sollte **knackig bis lustig** geschrieben sein.
- transform ist immer eher **für eine Sache** statt gegen irgendwas.

**Wen wir erreichen wollen.** Natürlich erreichen wir sehr viele unterschiedliche Leute. Aber es hilft, einen ganz bestimmten Typ im Kopf zu haben. Etwa so: Ein\*e Leser\*in etwa um die 30. Sie in einer Großstadt und ist Mitte-Links oder liberal, weder politisch organisiert noch besonders „grün“. Nennen wir sie mal Mandy. Sie ist Angestellte in einem Banking-Startup in Hamburg-City und macht sich Sorgen um ihre Rente, während die größte ökologisch-bewusste Leistung im Bezug von Öko-Strom und gelegentlichem Bio-Markt-Einkaufsbummel liegt. Doch sie merkt, dass sich angesichts von Klimakollaps und Artenschwund dringend etwas ändern muss. Aber Verzicht und Hippiedorf schrecken sie ab!

**Wie überzeugst du sie? Was gibst du ihr an die Hand?**

## Das transform ein-mal-eins

„du“ statt „Sie“	Wir wollen Menschen inspirieren und Barrieren zum Handeln abbauen. Das fängt schon bei der Anrede an. Wenn ich Menschen duze, erzeuge ich bei ihnen ein Gefühl von Nähe, Selbstwirksamkeit und Verantwortlichkeit für die Welt. <b>Beispiel: Fliegst du noch, oder reist du schon?</b>
transform	transform immer klein, wir sind ja nicht größenwahnsinnig. Magazin bleibt groß. <b>Beispiel: transform Magazin</b>
Keep it simple or explain!	Dein Text wird vielleicht von jemandem gelesen, der nicht aus einer bestimmten Szene stammt, keinen Universitätsabschluss hat oder gar die deutsche Sprache nicht einwandfrei beherrscht. Das heißt nicht, dass Du ein kindliches Niveau einschlagen musst. Versuche aber, auf Fachbegriffe zu verzichten oder diese in <b>Infoboxen</b> zu erklären.
Zeitlosigkeit	Stell Dir vor, Deinen Text würde jemand in 10 Jahren von heute lesen! Stelle sicher, dass das möglichst gut geht indem du zum Beispiel aktuelle Ereignisse zeitlich einordnest.
Markennamen	Versuche bekannte Marken, auch wenn sie Synonyme für bestimmte Handlungen oder Produktarten sind durch allgemeine Wörter zu ersetzen. <b>Beispiel: Googlen kann auch heißen, eine Suchmaschine zu nutzen.</b>
Gendern	Ist bei uns erst mal keine Pflicht. Und wenn du es tun willst, schreiben wir auch nicht vor, wie. Der Grund: Wir sehen uns als heterogene Gruppierung und wie das Gendern am besten laufen könnte ist noch nicht geklärt. Die meisten von uns nutzen jedoch das * <b>Beispiel: Falschparker*innen</b>
Klammern	Bitte im Text wenn möglich auf Klammern verzichten und lieber noch einen Satz einbauen. Ist besser für den Lesefluss.

Abkürzungen	Bestenfalls gar keine Abkürzungen verwenden, es sei dem, du erklärst sie in einer Infobox, etwa bei Fachbegriffen.
Probleme & Katastrophen	transform ist keine Tageszeitung, wir müssen nicht über Aktuelles berichten und Probleme gibt es überall schon genug.. transform will inspirieren, denn es gibt bereits so viele Menschen, die an genussvollen, guten Lösungen arbeiten! Lasst uns über sie sprechen und Hinweise zur Anwendung im eigenen Leben geben. Das bedeute auch: <b>über Ereignisse in den Nachrichten wie Wahlergebnisse, Terror, Krieg oder Kriminalität schreiben wir nur in Ausnahmefällen</b> beziehungsweise nutzen diese als Ausgangspunkt. <b>#konstruktiver Journalismus</b>
Überschriften	Die Überschrift muss zum Lesen einladen und der Text muss auch liefern was versprochen wird. Keine <a href="#">Clickbaits</a> , bitte! Und dazu eignen sich am besten Fragen oder besser: Thesen. Deine Überschrift sollte um die 80 Zeichen haben. Sende uns gerne 2-3 Vorschläge, die finale Version der Überschrift senden wir Dir dann nochmal zur Abstimmung rüber.
Quellenangaben	Bitte versuche, so oft wie möglich mit vertrauenswürdigen Quellennachweisen zu arbeiten. Das können Links zu Webseiten oder Bücher sein. Online einfach den entsprechenden Teil verlinken oder am Fuß des Textes eine nicht-akademische aber mit Jahr und Bezugsquelle versehene Angabe machen.
Bilder	Bitte achte darauf, dass bei Druck oder auch im Web eine hohe Auflösung vorliegt. Wichtig ist auch, dass die Bilder frei verfügbar sind, in der Regel erkennbar an der CC-Lizenz. Bildautoren mit Quelle und Lizenz bitte am Fuße Deines Textes nennen. <b>Beispiel: Titelbild: 2014; Peter Pan (CC0, unsplash.com)</b>
Expert*innen	Lass wenn möglich auch Expert*innen, Betroffene oder Debattenführer*innen zu Wort kommen und verwende sonst Quellen mit Link im Text.

Kritische Distanz	Auch wenn wir bei transform innovative und inspirierende Projekte vorstellen wollen und sie wohlwollend begleiten, ist die notwendige kritische Distanz zum Berichtsgegenstand natürlich nicht wegzudenkender Teil unseres journalistischen Ethos.
Infoboxen, Handlungstipps & Weiterlese-Anregungen	<p>Bitte versuche so oft wie möglich Infoboxen, also kurze Erklärungen von Fachbegriffen oder Projekten einzubauen. Eine Infobox besteht aus dem zu erklärenden Wort und einer Erklärung mit sagen wir 2-3 Sätzen, gern auch einem entsprechenden Link. Also am Textende immer Links auflisten:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Was du jetzt tun kannst: <a href="http://www.xyz.de">http://www.xyz.de</a></li> <li>2. Zum Weiterlesen: <a href="http://www.xyz.de">http://www.xyz.de</a></li> </ol>

### Online-Schreiben

Falls Du im transform Blog veröffentlichst, gibt es [hier](#) noch ein paar spezielle Wordpress-Tricks und Webtipps.



Alle Texte werden bei uns lektoriert. Dein\*e Ansprechpartner\*in bei transform gibt Deinen Text an unsere Lektor\*innen weiter. Du bekommst den Text dann (hoffentlich zeitnah) mit einem OK oder ggf. mit Änderungs- und Überarbeitungsvorschlägen zurück.

Wir möchten Deinen Text unter der [CC-BY-SA-NC](#) Lizenz veröffentlichen. Du erklärst Dich mit der Sendung an uns dazu bereit, Wenn Du das nicht willst, sag bitte Bescheid.



# Danke!

die Redaktionsleitung

[chefredaktion@transform-magazin.de](mailto:chefredaktion@transform-magazin.de)

Tasnim, Viola, Jonathan, Richard und Marius