
Wege ins Blatt

Tipps für die Pressearbeit
von Vereinen, Firmen und Institutionen



Main  Echo

Bote vom Untermain | Lohrer  Echo | Wertheimer Zeitung

»Seltsam ist das ja schon, dass auf der Welt jeden Tag gerade so viel passiert, wie in eine Zeitung hineingeht.«

**Liebe Pressesprecher
und Öffentlichkeitsarbeiter,**

wenn es nur so einfach wäre, wie sich die Wiener Witzfigur Graf Bobby das in diesem Spruch vorstellt! Dann müssten unsere Redakteure nicht jeden Tag viele Texte und Bilder aussortieren. Dann wäre auch die Arbeit für Sie, liebe Pressesprecher und Schriftführer, viel einfacher: Denn dann käme jede Ihrer Zeilen unverändert ins Blatt.



So ist es aber nicht, wie viele von Ihnen aus eigener Erfahrung wissen. Wenn Sie am folgenden Tag morgens die Zeitung aufschlagen, dürften Sie manchmal überrascht davon sein, was aus Ihrer Presseerklärung geworden ist. Die Redaktion hat eine Randnotiz in Ihrer Mitteilung vielleicht zum Anlass für einen Aufmacher gemacht – oder umgekehrt Ihre ausführliche Schilderung in eine kurze sachliche Nachricht verwandelt.

Warum machen wir das? Weil wir ordentlich unser Handwerk leisten und jeden Tag eine attraktive, informative und unterhaltsame Zeitung zusammenstellen wollen. Auch Sie möchten jeden Tag im Blatt das Wichtigste aus nah und fern lesen – und nicht nur das, was Turnverein A, Nudelhersteller B und Unterbehörde C heute an Bedeutsamkeiten mitzuteilen haben.

Um Ihnen – und auch uns – das Miteinander zu erleichtern, haben wir diese Broschüre »Wege ins Blatt« zusammengestellt. Sie finden auf den folgenden Seiten viele Hinweise darauf, wie Sie am schnellsten mit Ihrem Anliegen die Redaktion erreichen und wann Sie besser unsere Anzeigenabteilung ansprechen. Wir geben Ihnen praktische Tipps für Ihre Texte und Bilder. Wir sagen Ihnen, welche Ihrer Informationen wir gerne veröffentlichen. Wir versuchen Ihnen zu erklären, warum wir manchmal Nein sagen müssen. Und wir nennen Ihnen die wichtigsten Adressen unserer Redaktionen.

»Wege ins Blatt« ist eine Original-Main-Echo-Produktion. Die Texte, Fotos und Beispiele haben unsere Volontäre der Generation 2008/09 zusammengetragen, nämlich Anja Adrian, Fee Berthold, Boris Dauber, Christina Kunkel und Karin Hussy. Unser Regionalredakteur Alexander Bruchlos hat zur Zeichenfeder gegriffen, unsere Fotografin Victoria Schilde war für die Bilder verantwortlich, unsere Gestalterin Simone Meckel hat dies alles in eine schöne Form gegossen.

Wir wünschen Ihnen Freude und Gewinn bei der Lektüre!

Ihr **Claus Morhart**
Chefredakteur

Artikel oder Anzeige?



Luigi Giornale will in die Zeitung. Am Montag eröffnet er sein italienisches Ristorante. Bei ihm gibt es das beste Tiramisu der Stadt (findet Luigi). Deswegen hat er für die Zeitung ein paar Zeilen aufgesetzt:

»Sensationelle Neueröffnung des Ristorante bei Luigi! Bei uns gibt es das beste Tiramisu, das Sie je gekostet haben. Außerdem backen wir die größten Pizzen der Stadt, belegt mit den feinsten Zutaten. Ein wahrer Augenschmaus ist unsere hübsche kleine Pergola, die zu einem romantischen Rendezvous einlädt. Wenn auch Sie sich von unserer bezaubernden Signora Regina bewirten lassen möchten, sind Sie herzlich zur Eröffnung am 5. Juni in die Bäckerstraße 67 in Aschaffenburg eingeladen. Bei original italienischer Musik der »tre ragazzi« werden Sie »la dolce vita« am eigenen Leibe spüren. Luigi wünscht schon jetzt »buon appetito«!

Wenn Luigis blumiger Text ohne Änderungen in die Zeitung kommen soll, gibt der Wirt am besten eine Anzeige auf:

»Ristorante bei Luigi«

Sensationelle NEUERÖFFNUNG • 5. JUNI

Original italienische Musik, köstlichstes Tiramisu aller Zeiten, beste Pizza der Stadt!

Luigi wünscht »buon appetito«!

Bäckerstraße 67 • 63739 ASCHAFFENBURG



Wenn der Hinweis auf die Restauranteröffnung allerdings im redaktionellen Teil unserer Zeitung erscheinen soll, müssen wir Luigis Text bearbeiten. Das nennt man redigieren. Die Redaktion berichtet dann sachlich über die Eröffnung. Dass Luigi das beste Tiramisu der Stadt serviert, wird die Redaktion nicht schreiben. Um das nachzuprüfen, müssten die Redaktionsmitglieder ja das gesamte Tiramisu-Angebot der Stadt testen.



PAULAS TIPP:

Wer sein Anliegen unbearbeitet in die Zeitung bringen möchte, schaltet am besten eine Anzeige.

Was die Redaktion aus der Wiedereröffnung einer Gaststätte gemacht hat, sieht man hier:

Selbstverständlich ist auch beides möglich: Sie melden sich bei unserer Anzeigenabteilung wegen eines Inserats und bei der Redaktion wegen eines Artikels.

Stadtgespräch

Verwandelt: Gaststätte Wendelberg wiedereröffnet

Die Aschaffener Wendelberg-Gaststätte ist am Sonntag nach umfangreicher Renovierung wiedereröffnet worden. Neuer Pächter des Lokals am Rande Aschaffenburgs ist der gelernte Metzger Erich Daugsch, der bereits im Vereinsheim an den Mörswiesen Erfahrungen gesammelt hat. Mit seinem Team bietet Daugsch den Ausflüglern Spezialitäten wie Schnitzel, Tartar und Schweinebraten. Die für 80 Besucher ausgelegte Gaststube ist mit neuen Sitzgarnituren und neuer Beleuchtung ausgestattet. Es wird Schlappeseppel-Bier ausgeschenkt. Raucher können im Raucherstübchen in der ersten Etage schmökern oder im Biergarten, dessen Bänke am Sonntag bereits belegt waren. ab

Welche Redaktion ist die richtige?

In der Regel ist die jeweilige Lokalredaktion für Ihren Ort zuständig. Die Kollegen dort reichen Ihre Post an die zuständige Redaktion weiter, falls ihr eigener Schreibtisch der falsche ist. Sportler und Kulturtreibende sind am besten bei Sport- bzw. Kulturredaktion aufgehoben.

Wie komme ich mit meinem Wunsch in den redaktionellen Teil?

Sie erreichen die Redaktion auf vielen Wegen: telefonisch, per E-Mail, Fax, Briefpost oder Sie kommen persönlich vorbei. Die E-Mail ist unser bevorzugtes Kommunikationsmittel. Bitte geben Sie schon im Betreff möglichst exakt an, um was es in Ihrer Mail geht (»Ankündigung Gickelskerb«, »Bericht Jahresversammlung VfB Hafenlohr«). Die genauen Adressen finden Sie im Anhang und täglich in der Zeitung.



PAULAS TIPP:

Bitte vergessen Sie nicht, Ihre Telefonnummern (möglichst auch Handy) und E-Mail-Adresse mitzuschicken, damit wir Sie kontaktieren können, falls wir noch Fragen haben.

Was genau wollen Sie? – Ihr Kontakt zur Redaktion

Je nach Art Ihrer Mitteilung wird die Redaktion unterschiedlich vorgehen. Wenn eine Gruppe beispielsweise eine interne Mitteilung verbreiten will («Stammtisch 1927/28 - am Dienstag um 15 Uhr Treffen im Weinstadl»), so bringen wir diese Information in der Regel im Vereinskalendar. Termine mit mehr Außenwirkung kündigen wir meistens mit Text unter »Veranstaltungen« und zusätzlich knapp in unserer täglichen »Heute«-Rubrik auf der Service-Seite an. Auf die bedeutendsten Veranstaltungen weisen wir mit einem Artikel und einem Foto hin.

Wenn Sie unsicher über die Art der Ankündigung sind, so nehmen Sie am besten direkt mit der Redaktion Kontakt auf. Bitte tun Sie das auch, wenn Ihnen nicht klar ist, ob und wie wir über die Veranstaltung hinterher berichten. Wenn wir einen Termin wahrnehmen, dann gibt es dafür zwei Wege: Entweder wir schicken einen Berichterstatter oder wir greifen auf Informationen und Fotos des Veranstalters zurück. Bitte vermerken Sie auf Ihrer Ankündigung, ob ein Reporter kommen soll.

Die Redaktion bemüht sich, Ihnen eine Rückmeldung zu geben und Sie über unser Vorgehen zu informieren. Wegen der Fülle der Termine gelingt uns dies leider nicht immer. Auch Garantien für eine Berichterstattung können wir aus diesem Grund nicht geben. Im Zweifelsfall empfehlen wir Ihnen, persönlich in der Redaktion nachzufragen.

Leserbriefe

Manchmal ist auch der Leserbrief der richtige Weg in die Zeitung – etwa dann, wenn Ihr Verein, Ihre Institution oder auch Sie als interessierter Beobachter des Geschehens eine Meinung zu einem Beitrag im Blatt abgeben wollen. Dies kann beispielsweise der Fall sein, wenn Sie – ob nun als Privatperson oder als Clubvorsitzender – Ihren Unmut über ein örtliches Bauprojekt ausdrücken möchten. Leserbriefe schicken Sie mit vollständiger Anschrift am besten per E-Mail an lesermeinung@main-echo.de oder per Fax bzw. Briefpost an die Redaktion (Adressen siehe Anhang).

Ein paar Ratschläge für einen guten Text

Nun sitzen Sie am Computer und wollen mit Ihrem Text loslegen – beispielsweise mit der Ankündigung einer Veranstaltung oder mit einem Bericht über eine Versammlung.

Nachfolgend haben wir Ihnen ein paar Tipps zusammengestellt, damit Sie wissen, worauf es ankommt.

Die W-Fragen

Orientieren Sie sich an den sogenannten W-Fragen, die Ihnen helfen, den Text zu strukturieren:

- **Wer** macht etwas?
Wer ist der Veranstalter, wer musiziert, wer hat etwas beschlossen, wer hat sich getroffen?
- **Was** genau ist passiert/soll geschehen?
- **Wann** ist/wird etwas geschehen?
- **Wo** ist/wird etwas geschehen?



Im Falle unseres Restaurantbesitzers Luigi sollten also auf jeden Fall folgende Angaben nicht fehlen: Luigi Giornale (WER) wird am Freitag, 5. Juni, um 17 Uhr (WANN) in der Aschaffener Bäckereistraße 67 (WO) sein Restaurant »Bei Luigi« (WARUM) eröffnen. Es spielen die »tre ragazzi« (WER MUSIZIERT).



PAULAS TIPP:

Gehen Sie nach dem Schreiben Ihren Text noch einmal durch und schauen Sie, ob die wichtigsten W-Fragen beantwortet sind. Wer, wo, wann, was, wie, warum, welche Quelle (Veranstalter, Absender o.ä.)?

Geht es um Personen?

Dann stellen Sie diesen Menschen doch etwas genauer vor (Vor- und Nachname, Alter, Beruf, Funktion/Position im Verein/Unternehmen, Wohnort).

Wie wird mein Text schön klar und knapp?

Zunächst einmal: Schreiben Sie in einfachen Worten und kurzen Sätzen. Die Leser erwarten von einer Zeitung keine literarischen Werke, sondern leicht verständliche Informationen. Das Aktiv beispielsweise ist fast immer schöner als das Passiv. Also: Statt »Das Sonnwendfeuer wird vom Brauchtumsverein ausgerichtet« lieber »Der Brauchtumsverein entzündet um 22 Uhr sein Sonnwendfeuer.«.

Außerdem: Wie Sie selbst wissen, machen lange Texte mit wenig Inhalt keinen Spaß beim Lesen. Hier ein paar Ratschläge, die Ihnen helfen, auf Überflüssiges zu verzichten, und die Ihnen unnötige Arbeit ersparen:

- Reine Formalien sind unwichtig: *»Der Vorsitzende sprach das Thema Finanzen an.«* – *»Der Kassier verlas seinen Bericht.«*
Füllen Sie diese Vorgänge mit Inhalt: *»Der Vorsitzende kündigte an, dass der Verein seine Beiträge erhöhen müsse.«* – *»Der Kassier berichtete, dass die Sparmaßnahmen endlich greifen.«*
- Grußworte sind uninteressant, wenn der Bürgermeister/Landrat/ Abgeordnete/Ehrengast nichts zu sagen hat außer: *»Schön, dass wir da sind.«* Auch bedanken muss er sich nicht in der Zeitung. Seinen Dank soll er den Verdienten selbst sagen.



PAULAS TIPP:

Sie schreiben für diejenigen, die nicht dabei waren. Deshalb kommt es auf das Ergebnis an: Lassen Sie den Leser wissen, worum es geht. Das Wichtigste sollte am Anfang stehen, etwa die Wahl des neuen Vorsitzenden oder Pläne zum Verkauf des Vereinsheims. Versammlungsberichte sollten also nicht dem chronologischen Ablauf der Veranstaltung folgen. Erklären Sie in wenigen Worten auch den Hintergrund des Geschehens.

Was ins Blatt kommt

Sicher haben Sie sich schon gefragt, nach welchen Kriterien wir entscheiden, was jeden Morgen in der Zeitung steht. Um aus der Vielzahl von Informationen eine Auswahl zu treffen und dabei jeden Verein, jede Firma und jeden Verband fair zu behandeln, hat sich die Redaktion auf bestimmte Richtlinien verständigt.

Was wird veröffentlicht und was nicht – ein kleiner Auszug aus unserem Richtlinien-ABC:

Absolventen: Bei Freisprechungsfeiern von IHK bzw. Handwerkskammer zeigen wir die Innungsbesten im Bild. Ein Mitarbeiter Ihres Betriebs wurde Landessieger oder Handwerksmeister? Schicken Sie uns ein paar Zeilen.

Adventsfeiern, Ausflüge, Betriebsfeiern, Betriebsführungen und Betriebsbesichtigungen: Weil das so häufig vorkommt, berichten wir darüber in der Regel nicht. Ausnahmen können – wie immer – vorkommen, etwa wenn ein prominenter Gast dabei ist.

Amtseinführungen: Bei besonderen Persönlichkeiten berichten wir über Amtseinführungen – ansonsten sehr selten. Wenn Schulleiter in ihr Amt eingeführt werden, berichten wir wegen ihrer großen Außenwirkung mit Text und Bild.

Ausstellungen: Wir kündigen große lokale Kunstausstellungen immer an, natürlich mit Bild. Im Kulturkalender weisen wir auf die Vernissagen in der Rubrik »Neue Ausstellungen« oder in der lokalen Ausstellungsrubrik hin. Zurückhaltend sind wir bei kommerziellen Galerien: Wir kündigen die Ausstellungen gerne an, machen eine Berichterstattung oft aber von der Bedeutung der Werke abhängig.

Ehrungen: Wer für 25, 40, 50 Jahre Mitgliedschaft im Verein oder entsprechende Betriebszugehörigkeit ausgezeichnet wird, kann mit einem Foto in die Zeitung kommen. Das Gleiche gilt für neue Ehrenmitglieder und -vorsitzende sowie für Personen, die eine Auszeichnung für besondere Verdienste erhalten (zum Beispiel Ehrennadeln, Verdienstkreuze). Auch ein Foto vom neu gewählten Vorsitzenden ist möglich. Vereinsmeister zeigen wir aber nicht. Es gilt das Prinzip »Ehre wem Ehre gebührt«: Auf dem Bild sollten mehr Geehrte als Ehrende zu sehen sein.



PAULAS TIPP:

Bitte schicken Sie Ihr Anliegen rechtzeitig, das heißt bei Veranstaltungsankündigungen spätestens sieben Tage vor dem Termin. Nachberichte sollten möglichst am Tag nach dem Ereignis in der Redaktion sein.

Feste: Unsere Region ist so feierfreudig, dass Feste von Vereinen, Kindergärten und ähnlichen Veranstaltern nichts Außergewöhnliches sind. Wir berichten deshalb nur ausnahmsweise von solchen Veranstaltungen – etwa nach einem schönen Sommerwochenende stellvertretend von einem der vielen Grillfeste. Volksfeste und ähnliche Ereignisse von überörtlicher Ausstrahlung haben selbstverständlich ihren Platz im Blatt. Wenn Sie uns die Ankündigungen schicken, kündigen wir gerne alle öffentlichen Feste an.

Geschäftseröffnungen: Wir informieren unsere Leser über Geschäftseröffnungen und neue Gaststätten. Wechselt nur der Pächter, berichten wir nicht.

Jahresversammlungen: Über Jahresversammlungen berichten wir, gerne auch über die neuen Vorsitzenden mit Bild. Über Vorstandssitzungen berichten wir in der Regel nicht, da es nichtöffentliche Veranstaltungen sind. Ausnahmen machen wir dann, wenn der Inhalt der Beratungen uns bedeutend erscheint.

Jubiläen: Wenn Ihr Unternehmen seit 25, 50, 75... Jahren im Geschäft ist, berichten wir darüber. Bei »echten« Vereinsjubiläen (25, 50, 75, 100 Jahre etc.) veröffentlichen wir gerne einige Tage zuvor einen Artikel mit Chronik des Vereins (möglichst mit historischem Bild) und dem Festprogramm. Über den Festablauf berichten wir auch. Bei »unechten« Jubiläen (30, 40, 65 Jahre) fallen die Vorberichte kurz aus; das gilt auch für den Bericht von der Veranstaltung selbst.



Kindergärten und Schulen:

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir bei den vielen Projekten von Kindergärten und Schulen selbst entscheiden, ob wir ausnahmsweise darüber berichten. Das Vorhaben muss dann sehr außergewöhnlich und von öffentlichem Interesse sein.



PAULAS TIPP:

Wenn etwas ganz Außergewöhnliches passiert, sind wir – Richtlinien hin oder her – immer ganz Ohr. Wenn beispielsweise ein Platzwart seit 40 Jahren das Fußballfeld pflegt oder eine Bibliotheksmitarbeiterin genauso lange zuverlässig Bücher ausgibt, dann kann uns das mehr als ein Foto wert sein – nämlich eine schöne Geschichte.

Lokale Preisausschreiben und Gewinnspiele: Wir nennen keine Gewinner von lotterieähnlichen Veranstaltungen und auch keine Ergebnisse von Wettbewerben bei Banken und Sparkassen. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie in diesen Fällen eine Anzeige schalteten.

Offene Tür: Sie präsentieren Ihr Unternehmen bei einem Tag der offenen Tür? Wenn Sie damit eine vierstellige Besucherzahl anziehen, kann dies ein Thema für den redaktionellen Teil sein. Sonst empfehlen wir eine Anzeige. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir bei der Fülle von Vereinen nicht über »Schnuppertermine« berichten.

Persönliches: Dies ist unsere Rubrik für Arbeitsjubilare, Preisträger kleinerer Wettbewerbe, frisch Ernannte u.v.m..

Spenden: Wenn Sie als Verein oder Privatperson einen größeren Betrag von maximal 500 Euro spenden, bringen wir darüber eine Nachricht ohne Bild. Das Gleiche gilt für Firmen, die bis zu 2500 Euro spenden. Greifen Sie tiefer in die Tasche, veröffentlichen wir in beiden Fällen neben dem Text auch ein Foto. Bitte verzichten Sie bei der Spendenübergabe auf einen überdimensionalen Scheck. Auf dem Foto sollten die Personen im Vordergrund stehen.



PAULAS TIPP:

Trotz der Richtlinien gibt es immer wieder knifflige Fälle, bei denen auch uns die Entscheidung schwer fällt. Mitunter gelten für einzelne Redaktionen auch unterschiedliche Regeln. Im Zweifelsfall scheuen Sie sich nicht, mit der jeweiligen Redaktion Kontakt aufzunehmen.

Tanzveranstaltungen: Über reine Tanz- und Unterhaltungsabende berichten wir nicht.

Verabschiedungen: Werden wie Amtseinführungen behandelt.
=> Siehe A wie Amtseinführungen.

Wohltätigkeitsaktionen: Benefizspiele, lokale Aufrufe zu Knochenmarkspenden und andere Hilfskampagnen kommen ins Blatt, wenn die Aktion auf breiteres Interesse stößt und die Organisatoren ausschließlich gemeinnützig handeln.

Wenn Sie uns Fotos schicken wollen

Damit man in der Zeitung auch etwas erkennen kann, sollte Ihr Bild im JPG-Format in hoher Auflösung und guter Qualität vorliegen, das heißt: Breite bzw. Höhe mindestens 18 cm, Auflösung mindestens 240 dpi, JPG-Qualität nicht unter 8, bitte nicht zippen.

Am liebsten haben wir Fotos per E-Mail. Falls Sie uns ein Foto per Post schicken, denken Sie bitte daran, einen Absender auf der Rückseite des Bildes zu vermerken, an den wir das Foto zurückschicken können.

Wissen, wer drauf ist:

Bitte schicken Sie uns zu jedem Foto auch eine Bildunterschrift. Um Verwechslungen zu vermeiden, notieren Sie bitte die Vor- und Nachnamen der Gezeigten von links nach rechts (gegebenenfalls erst die vordere, dann die hintere Reihe). Sie sollten den Anlass des Bildes und die Funktionen der Personen erwähnen.



PAULAS TROST:

Nicht böse sein, wenn ein Bild nicht gleich oder gar nicht erscheint! Ob, wann und in welcher Form Fotos veröffentlicht werden, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Entscheidend sind das Motiv, die Zahl der Personen, die Schärfe der Aufnahme, der freie Platz auf der Seite...

Beispiele für gelungene Fotos

Erfolgreiche Hasenzüchter:

Lebendiges Bild, bei dem der Leser sofort sieht, worum es geht.



Züchternachwuchs aus Hösbach: Marcel Hanas (links) mit seinem Widderzweig thüringisch farbig und Alexander Menke mit seinem Hasenkaninchen rotbraun vom Kaninchenzuchtverein Hösbach sind Landesjugendmeister in ihren Kategorien.

Foto: Stefan Gregor



Einfach aber gut:

Die Spende ist für das Rote Kreuz bestimmt, das zeigt der Krankenwagen im Hintergrund. Das Motiv zeigt auch: Für ein gutes Bild müssen die Menschen nicht immer angestrengt in die Kamera lächeln.

Bühnenreife Spende:

Kostümierte Mimen einer Theatergruppe überreichen einen Scheck an das Kinderhospiz.



In voller Montur: 2000 Euro erhält Silke Huber (zweite von rechts), Vertreterin des Ambulanten Kinderhospizdienstes. Doris Hirsch, Matthias Wolf und Karola Stein (von links) überreichen die Spende im Namen des Leidersbacher Hutzelgrund-Theaters.

Foto: Victoria Schilde



So erreichen Sie Redaktion und Anzeigenabteilung:

Regionalredaktion Aschaffenburg (Stadt und Altlandkreis Aschaffenburg, Seite Rhein-Main/Franken)

Weichertstr. 20, 63741 Aschaffenburg, Tel. 06021/396-220, Fax 06021/396-499

E-Mail: regionalredaktion@main-echo.de

E-Mail: redaktionssekretariat@main-echo.de (für Vereine und Verbände)

Anzeigen: Tel. 06021/396-355, Fax 06021/396-367,

E-Mail: anzeigen@main-echo.de

Redaktion Alzenau (Altlandkreis Alzenau)

Hanauer Straße 20, 63755 Alzenau, Tel. 06023/9661-30, Fax 06023/9661-39

E-Mail: redaktion@alzenau.main-echo.de

Anzeigen: Tel. 06023/9661-10, Fax 06023/9661-19

E-Mail: anzeigen@alzenau.main-echo.de

Dieburg

Kiefernweg 17, 64807 Dieburg, Tel. 06071/9209-61, Fax 06071/9209-63

E-Mail: redaktion@dieburg.main-echo.de

Anzeigen: Tel. 06021/396-355, Fax 06021/396-367

E-Mail: anzeigen@dieburg.main-echo.de

Lohr

Hauptstr. 21, 97816 Lohr, Tel. 09352/5005-30, Fax 09352/5005-50

E-Mail: redaktion@lohrer-echo.de

Anzeigen: Tel. 09352/5005-10, Fax 09352/5005-51

E-Mail: anzeigen@lohrer-echo.de

Redaktion Marktheidenfeld

Adenauerplatz 2, 97828 Marktheidenfeld, Tel. 09391/9186-30, Fax: 09391/1549

Email: redaktion@marktheidenfeld.main-echo.de

Anzeigen: Tel. 09391/9186-10, Fax: 09391/1549

Email: anzeigen@marktheidenfeld.main-echo.de

Miltenberg (Altlandkreis Miltenberg)

Marktplatz 187, 63897 Miltenberg, Tel. 09371/9757-30, Fax 09371/9757-39

E-Mail: redaktion@bote-vom-untermain.de

E-Mail: vereinstermine@bote-vom-untermain.de (für Vereine&Verbände)

Anzeigen: Tel. 09371/9757-10, Fax 09371/9757-50

E-Mail: anzeigen@bote-vom-untermain.de

Obernburg (Altlandkreis Obernburg)

Römerstr. 31, 63785 Obernburg, Tel. 06022/6210-86, Fax 06022/6210-88
E-Mail: redaktion@obernburg.main-echo.de

Anzeigen: Tel. 06022/6210-10, Fax 06022/6210-22
E-Mail: anzeigen@obernburg.main-echo.de

Wertheim

Marktplatz 4, 97877 Wertheim, Tel. 09342/9306-17, Fax 09342/9306-10
E-Mail: redaktion@wertheimer-zeitung.de

Anzeigen: Tel. 09342/9306-0, Fax 09342/9306-10
E-Mail: anzeigen@wertheimer-zeitung.de

Zentrale Redaktionen in Aschaffenburg

Weichertstr. 20, 63741 Aschaffenburg

Kulturredaktion / 7plus

Tel. 06021/396-110, Fax 06021/396-499
E-Mail: kultur@main-echo.de und 7plus@main-echo.de

Politikredaktion

Tel. 06021/396-229, Fax 06021/396-499, E-Mail: politikredaktion@main-echo.de

Sportredaktion

Tel. 06021/396-225, Fax 06021/396-435, E-Mail: sportredaktion@main-echo.de

IMPRESSUM:

Herausgeber: Main-Echo, Weichertstraße 20, 63741 Aschaffenburg

Redaktion: Anja Adrian, Fee Berthold, Boris Dauber, Karin Hussy,
Christina Kunkel, Claus Morhart, Victoria Schilde

Zeichnungen: Alexander Bruchlos

Gestaltung: Simone Meckel

Druck: Druckhaus Main-Echo, Weichertstraße 20, 63741 Aschaffenburg,
im Mai 2009