

Eifelverein

Medien



seit 1888



Leitfaden

für die Pressearbeit
im Eifelverein



Das merk ich mir



Weitere Leitfäden zu den Themen „Jugend/Familie“, „Kultur“, „Wandern“, „Naturschutz“ und „Wegewesen“ sind in Arbeit bzw. können über die Hauptgeschäftsstelle des Eifelvereins bezogen werden.

Die Bedeutung der Pressearbeit im Eifelverein¹

Jede Organisation lebt im Wesentlichen davon, dass sie in der Öffentlichkeit bekannt ist, Ansehen genießt und Respekt für ihre Leistungen erreicht. Für Vereine wie den Eifelverein hängt davon ab, ob Mitglieder aktiv bleiben und Nachwuchs geworben werden kann, aber auch, ob Politiker ein offenes Ohr für seine Anliegen haben und – immer wichtiger – ob Sponsoren bereit sind, seine Arbeit zu unterstützen.

Im ehrenamtlichen Bereich ist diese Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit bisher oft unterschätzt worden. So ist der Wert der ehrenamtlichen Arbeit der Wandervereine beispielsweise für den Tourismus in den Mittelgebirgen weitgehend unbeachtet geblieben. Der neue Medienreferent des Deutschen Wanderverbandes, Jörg Haase, hat deshalb auf dem Wandertag 2002 das „Ende der Bescheidenheit“ angesagt und die Öffentlichkeitsarbeiter auf allen Ebenen des Verbandes aufgerufen, dies umzusetzen.

Öffentlichkeitsarbeit darf also nicht nur als Aufgabe des Hauptvereins gesehen werden. Gute Pressearbeit ist ein wichtiger Bestandteil, der auch von den Ortsgruppen geleistet werden kann. Diese tragen als wichtige Mosaiksteine zum Gesamtbild des Eifelvereins in der Öffentlichkeit bei. Tageszeitungen und Anzeigenblätter sind die Medien, die Informationen über unsere Ortsgruppen an die Öffentlichkeit bringen. Veröffentlichungen in unserer Mitgliederzeitschrift DIE EIFEL dienen dem internen Erfahrungsaustausch.

Diese kurzen Ausführungen mögen Ihnen zeigen, wie wichtig das Amt des Medienwartes innerhalb des Ortsgruppen-Vorstandes ist. Es ist durchaus möglich, dass ein Vorsitzender

Titelfoto: H. Schepp, Monschau

¹ Der Leitfaden wurde beschlossen von den Medienwarten der Orts- und Bezirksgruppen des Eifelvereins auf der Jahrestagung in Monschau-Höfen am 5. April 2003.

oder Geschäftsführer dieses Amt mit übernimmt, schließlich weiß er über alle Vereinsangelegenheiten bestens Bescheid. Aber das sollte klar definiert und auch im Vorstandsverzeichnis ersichtlich sein, damit jeder sofort weiß, an wen er sich in Sachen Öffentlichkeitsarbeit wenden muss.

Deshalb sollte zum Vorstand jeder Ortsgruppe ein Medienwart gehören. Dieser kleine Leitfaden soll darüber informieren, wie er seine Arbeit gestalten kann.

Aller Anfang ist (nicht) schwer

Dieser Leitfaden beschränkt sich auf die Pressearbeit als den für Ortsgruppen wichtigsten Aspekt der Öffentlichkeitsarbeit.

Der Medienwart ist der Mittler zwischen Redaktion und Verein. Wichtigster Grundsatz: Redaktionen wissen nicht „automatisch“ über alles Bescheid, was sich in ihrem Bereich



*Eifelverein E' brück. Werbung mit Wanderprogrammen im Schau-
fenster ist eine originelle Idee der Öffentlichkeitsarbeit.*

© Eifelverein Echternacherbrück

abspielt. Informationen müssen vom Verein an die Redaktion herangetragen werden. Als Neuling sollte sich der Medienwart in der zuständigen Lokalredaktion vorstellen. Die Redakteure beklagen häufig, dass sie auch nach fünf Jahren noch nicht wissen, mit wem sie es zu tun haben. Hier wird man ihm auch gern erste Tipps geben und ihm vielleicht einen hauseigenen Leitfaden aushändigen können, den viele Zeitungen für Vereine und freie Mitarbeiter herausgegeben haben. Ein guter persönlicher Kontakt ist eine wichtige Grundlage für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit.

In den meisten Fällen wird es für den Medienwart einer Ortsgruppe darum gehen, Veranstaltungen bekannt zu machen. Sie müssen zunächst angekündigt und später soll möglichst über den Verlauf berichtet werden.

Egal ob Ankündigung oder Bericht, einige formale Dinge sollten in jedem Fall beachtet werden. Dazu gehört, dass Personen im Text immer mit Vor- und Nachnamen erwähnt werden. Herr oder Frau gibt es nicht.

Wenn in einem Verbreitungsgebiet mehrere Tageszeitungen und Wochenblätter erscheinen, muss jede Redaktion gesondert angeschrieben werden, selbst wenn alle unter einem Dach sitzen. Die Redaktionen stehen in Konkurrenz zueinander und tauschen in der Regel Informationen nicht aus.

In der Anschrift sollte der Zusatz „Redaktion“ stehen, es gibt auch andere Abteilungen, z. Bsp. die Anzeigenannahme. „Irrläufer“, die Zeit kosten, werden so vermieden. Adresse, Telefon/Fax und E-Mail stehen meistens auf der ersten Lokalseite.

Da Briefe und Faxe häufig gescannt werden, auf ausreichende Schriftgröße und sauberes Schriftbild achten. Wer einen PC benutzt, sollte die Einstellung „Arial 12 pt“ mit 1 1/2-fachem Zeilenabstand wählen.

Für eventuelle Rückfragen sollte ein Ansprechpartner benannt werden, der tagsüber erreichbar ist.

Ankündigungen

Wir möchten, dass eine Veranstaltung der Ortsgruppe – eine Wanderung, die Jahreshauptversammlung oder der Familiabend – einer möglichst großen Öffentlichkeit bekannt gemacht wird.

Allgemeines: Eine Ankündigung, ggf. mit Bitte um Berichterstattung, sollte ca. zwei Wochen vor dem Veranstaltungstermin schriftlich (per Brief, Fax oder E-Mail) in der Redaktion vorliegen. Anrufe, vor allem „in letzter Minute“, sind sehr unbeliebt. Zum einen schleichen sich beim Mitschreiben am Telefon schnell Missverständnisse ein (falsches Datum durch Hörfehler o. ä.) und ein „Schmierzettel“ geht leichter verloren als ein korrektes Anschreiben. Zum anderen muss man damit rechnen, dass die Redaktion einen kurzfristig angemeldeten Termin nicht mehr mit einem Mitarbeiter besetzen kann.

Vor dem Abschicken überprüfen: Sind Datum und Uhrzeit richtig angegeben? Datum immer mit Wochentag, aber ohne Jahreszahl nennen: Freitag, 5. April, 20 Uhr.

Zum Veranstaltungsort gehört die vollständige Adresse. Die Mitglieder wissen zwar, wo sie das Vereinslokal XY finden, aber der Gast und auch der Zeitungsmitarbeiter aus einem anderen Ort könnte damit Schwierigkeiten haben.

Wanderungen: Wenn der Jahreswanderplan der Ortsgruppe bei der zuständigen Lokalredaktion eingereicht wird, erfolgt eine Veröffentlichung vielfach automatisch. Die meisten Zeitungen haben eine eigene Rubrik für Termine. Wenn sich mehrere Ortsgruppen, zum Beispiel auf Bezirksgruppenebene, zusammenschließen, kann vielleicht sogar eine eigene Rubrik „Eifelvereine“ eingerichtet werden (Beispiel „Eifeler Nachrichten“: montags „Eifelvereine in der Woche“, donnerstags „Eifelvereine am Sonntag“). Dies kann am besten in einem persönlichen Gespräch mit dem Redakteur abgeklärt werden.



Jedes Jahr geben die 162 Ortsgruppen im Eifelverein eine bunte Palette an Wanderplänen heraus. © Hauptverein, Düren

Diese regelmäßigen Veröffentlichungen sollten möglichst kurz gehalten werden, also nur Datum, Uhrzeit, Treffpunkt und Wanderführer sowie Streckenlänge und ein Stichwort zum Wandergebiet enthalten. Sonst verhalten sich die Redaktionen, die angesichts der Fülle von Veranstaltungen unter permanenter Platznot leiden, erfahrungsgemäß eher ablehnend.

Besondere Veranstaltungen, zum Beispiel eine Familienwanderung mit Programm, können ausführlicher angekündigt werden. Dann auf das Besondere ausdrücklich hinweisen.

Größere Veranstaltungen: Bei besonderen Anlässen, etwa der Ausrichtung des Bezirkswandertages oder einem Jubiläum, empfiehlt es sich, schon einige Wochen vorher persönlich mit der Redaktion Kontakt aufzunehmen und die Berichterstattung abzusprechen. Neben einem ausführlichen Veranstaltungshinweis kann bei solchen Gelegenheiten auch eine Vorstellung der Ortsgruppe erfolgen. In der Regel sind die Redaktionen an solchen Hintergrundinformationen für ihre Leser sehr interessiert, wenn sie auf eine aktive Mitarbeit des Medienwartes bei der Bild- und Textbeschaffung rechnen können.

Berichte

Ein positiver Bericht über unsere Veranstaltungen ist die beste Werbung für den Eifelverein. Wir machen unser Anliegen in der Öffentlichkeit bekannt und finden hoffentlich neue Mitglieder.

Aber nicht immer werden die Erwartungen eines Vereins an „die Zeitung“ erfüllt, oft sind diese einfach zu hoch. Zu einer für beide Seiten erfreulichen Zusammenarbeit kann der Medienwart einiges beitragen.

Berichte durch Zeitungsmitarbeiter

Der Bericht eines Mitarbeiters, den die Redaktion zu einer Veranstaltung geschickt hat, wird eher zur Zufriedenheit ausfallen, wenn gute Vorarbeit geleistet wurde. Der Mitarbeiter hat in der Regel keine enge Bindung an den Verein, er macht einfach seinen Job und die Veranstaltung ist nur eine unter vielen, die er Woche für Woche besucht. Außerdem sollte man wissen, dass er nach Zeilen, nicht nach Zeit bezahlt wird. Eine sich stundenlang hinziehende Versammlung, von der nur wenig für die Allgemeinheit Interessantes zu berichten ist, wird deshalb nicht gerade Begeisterung auslösen. Wie sachkundig und wohlwollend sein Bericht ausfallen wird, hängt deshalb auch davon ab, wie ihn der Verein mit Informa-

tionen unterstützt. Für zwei Veranstaltungen, die in allen Ortsgruppen regelmäßig wiederkehren, seien deshalb hier noch einige Tipps gegeben.

Jahreshauptversammlung: Interessant für den Leser und damit auch für den Berichterstatter sind im Wesentlichen die Punkte Geschäftsbericht mit den Vereinsaktivitäten sowie Wahlen und Ehrungen. Diese sollten deshalb zügig nacheinander abgewickelt werden und Themen, die nur die Vereinsmitglieder interessieren, auf das Ende der Versammlung gelegt werden.

Tagesordnung und Geschäftsbericht sollten als schriftliche Information für den Zeitungsmitarbeiter bereitgehalten werden – wenn Vertreter von mehreren Medien (Zeitungen/Anzeigenblatt) erwartet werden, bitte auch in entsprechender Anzahl! Soweit dies nicht schon aus dem Geschäftsbericht hervorgeht, auch einige Infos wie Gruppierungen innerhalb der Ortsgruppe (Senioren/Jugendgruppe/Arbeitskreise), Mitgliederzahl u. ä. dazuschreiben. Bei Neuwahlen sollten Namen und Vornamen der bisherigen Vorstandsmitglieder, evtl. auch Namen und Vornamen der Personen, die für eine Neubesetzung vorgeschlagen werden, sowie bei Ehrungen Namen, Vornamen und Anlass der Ehrung schriftlich vorgelegt werden.

Den jeweiligen Tagesordnungspunkt mit Nennung von Namen und Vornamen des Vortragenden aufrufen: „Den Geschäftsbericht legt uns Josef XY vor.“ Das erspart dem orts- und/oder vereinsfremden Reporter ein für alle Beteiligten lästiges ständiges Nachfragen, denn mit einem Hinweis wie „Jetzt ist unser Jupp dran“ kann er nichts anfangen.

Familienabend: Hier sorgt vor allem der Punkt „Ehrungen“ immer wieder für Unstimmigkeiten. Wenn Ehrungen stattfinden, sollte der Redaktion der ungefähre Zeitpunkt mitgeteilt werden. Es darf nicht passieren, dass in der Einladung lediglich steht „Beginn 20 Uhr“, die Ehrungen aber erst nach einem Abendessen um 21.30 Uhr stattfinden sollen. Vor allem vor Weihnachten oder Karneval, wenn sich Vereins-



Empfehlenswert ist eine Beteiligung des Eifelvereins an Ausstellungen wie hier auf der Jubiläumsfeier der LNU (Landesgemeinschaft Naturschutz und Umwelt NRW)...

© Hauptverein, Düren

festen häufen, muss ein Zeitungsmitarbeiter an einem Abend mehrere Veranstaltungen besuchen und kann nicht warten. Seinen Zeitplan wird er an den Vereinen ausrichten, die präzise Angaben gemacht haben!

Wenn ein Programm vorgesehen ist, sollte ein Ansprechpartner, der nicht im Organisations-Stress steckt, zur Verfügung stehen. Auch hier bewährt sich ein „Waschzettel“ mit Stichworten zu den Programmpunkten sowie Namen und Vornamen der Auftretenden.



... oder im Rahmen einer Präsentation wie z. B. im Kreishaus des Landkreises Mayen-Koblenz. © LK Mayen-Koblenz

Eigene Berichte

Für eine eigene Berichterstattung durch den Medienwart kommen vor allem Veranstaltungen in Frage, die sich nicht vor Ort abspielen, zum Beispiel Ferienwanderungen. Aber auch bei anderen Anlässen sollte man prüfen, ob man nicht selbst die Berichterstattung übernehmen kann. Wer könnte kompetenter berichten als der, der dabei gewesen ist. Getreu einem Ausspruch von Verbandsmedienreferent Jörg Haase „Tue Gutes und rede darüber“ setzt vor allem jede Art von ehrenamtlicher Tätigkeit für die Allgemeinheit den Eifelverein in der Öffentlichkeit in ein gutes Licht.

Berichten Sie zum Beispiel darüber, wieviel Zeit ein Wegewart und seine Helfer in das Markieren und Freischneiden von Wanderwegen investieren. Zählen Sie auf, wieviel Zeit und Geld die Ortsgruppe in die Renovierung eines Wegekreuzes gesteckt hat. Wichtig ist vor allem die Aktualität. Also nicht mit dem Bericht warten, bis der Film voll ist. Nach einem Monat hat ein Bericht keine Chance mehr auf Veröffentlichung. Lieber preiswerte 12er Filme besorgen (z. Bsp.



Zur Kontaktpflege mit den Redaktionen ist gelegentlich auch ein Besuch im Zeitungsverlag sinnvoll. Hier bestaunen die Medienwarte den Papierkeller des Zeitungsverlages Aachen.

© H. Giesen, Roetgen

Schlecker für 49 Cent), ein paar Extra-Fotos machen und zum Schnellservice bringen. Aber über diese Tipps wird der Medienwart demnächst im Zeichen von Digitalkameras wohl nur noch lächeln. Erkundigen Sie sich in der Redaktion nach den Möglichkeiten.

Damit ein Bericht möglichst ungekürzt übernommen wird, sollten einige Spielregeln beachtet werden.

Je kürzer, desto besser. Häufig haben Redaktionen sogar strenge Vorgaben, wie lang ein Artikel sein darf, z. B. 60 Zeilen. Fragen sie danach und halten Sie sich daran!

Wenn gekürzt werden muss, dann geschieht dies meistens „von hinten“. Also das Wichtigste immer zuerst, so vermeiden Sie, dass wichtige Aussagen unter den Tisch fallen. Aber dabei nicht den Verein, sondern den Leser im Auge haben: Eine Ausweitung des Wanderangebotes ist für die Allgemeinheit wichtiger als die Wiederwahl von Beisitzern.

Alles hier Gesagte gilt im Prinzip auch für Veröffentlichungen in unserer Vereinszeitschrift DIE EIFEL. Auch hier sollte der Schreibende bedenken, dass er nicht in erster Linie für die Mitglieder seiner eigenen Ortsgruppe berichtet – viele davon sind ja dabei gewesen –, sondern Informationen für die Leser aus den 161 anderen Ortsgruppen liefern will.

Aktivitäten des Hauptvereins

Während die Resonanz auf die Veranstaltungen des Hauptvereins wie Frühjahrstagung oder Eifeltag in der Lokalpresse, d. h. am Ort des Geschehens, durchweg sehr zufriedenstellend ist, lässt die überregionale Berichterstattung trotz aller Bemühungen immer noch zu wünschen übrig. Das heißt, wenn ein Ereignis in Düren stattfindet, erfährt der Leser schon in Aachen nichts mehr davon, erst recht nicht in der Südeifel, obwohl es für die Mitglieder aller 162 Ortsgruppen von Interesse wäre. Erfolgversprechender scheint es zu sein, die Zeitungen über die lokale Schiene für die Anliegen des Hauptvereins zu gewinnen. Dazu seien hier als Anregung für die Medienwarte der Bezirks- und Ortsgruppen zwei Beispiele genannt.



Eifelverein Bergheim. Nochmals Schaufensterwerbung, diesmal mit Wanderpuppen als Blickfang.

© H. Bust, Bergheim

Anlässlich der Ausrichtung des 1. Eifel- und Kulturtages in Düren im September 2002 wurden die Akteure aus dem Einzugsbereich der „Eifeler Nachrichten“, der im Wesentlichen die BG Monschauer Land umfasst, in einer Serie von drei Artikeln in Bild und Text vorgestellt und auch der OG Höfen als Preisträger des Konrad-Schubach-Preises ein Beitrag gewidmet.



Die Herausgabe von Büchern und Wanderkarten durch den Verlag des Hauptvereins ist ein gutes Werbeinstrument für den gesamten Eifelverein.

© Archiv Eifelverein

Unsere Hauptjugendwartin Brigitte Palm wurde auf der Kreis-Seite der „Aachener Nachrichten“ in der Serie „Menschen im Kreis“ vorgestellt und konnte hier über die Jugend- und Familienarbeit im Eifelverein berichten.

Quellen:

Aachener Nachrichten

Pressearbeit für Vereine: Nützliche Tipps

Leitfaden für freie Mitarbeiter

Richtlinien für OG-Berichte

Unsere Vereinszeitschrift DIE EIFEL soll auch durch Veröffentlichungen über die Aktivitäten in unseren 162 Ortsgruppen ein Spiegelbild des vielfältigen Vereinslebens sein. Aus Platz- und inhaltlichen Gründen können leider nicht mit jeder Ausgabe die zahl- und umfangreichen Berichte aus den Ortsgruppen ganz oder teilweise abgedruckt werden, zumal sich der Platz seit der Zeitschriftenausgabe 1/2003 ob einer größeren Schrift auf Wunsch unserer Ortsgruppen erneut verringert hat.

Die Redaktion unserer Zeitschrift muss also fast immer Kürzungen vornehmen oder gar Berichte zurückstellen, was stets mit einem hohen Arbeitsaufwand für den Redakteur und oftmals mit Enttäuschungen bei den Autoren verbunden ist.

Dieses Problem wurde bereits auf der Tagung 2000 der Medienwarte angesprochen und die Teilnehmer hatten darum gebeten, den Ortsgruppen Kriterien für die Abfassung von Berichten an die Hand zu geben. Die folgenden Empfehlungen wurden in der Diskussion entwickelt und vom Hauptvorstand am 7. 12. 2000 verabschiedet. Sie sollen zum einen eine Orientierungshilfe für alle Verfasser und Medienwarte sein und zum anderen dem Redakteur unserer Zeitschrift eine gerechte und einheitliche Behandlung der Beiträge ermöglichen.

Technische Richtlinien

Text. Der Umfang eines Berichtes soll eine halbe bis max. drei Viertel DIN A 4-Seite betragen, 1,5-zeilig in Schriftgröße 12 pt. (WORD) geschrieben. Der linke Rand sollte ca. 5 cm breit sein für Korrekturen und Hinweise für die Druckerei; ansonsten sollte die Randleiste ca. 3 cm betragen. Bei längeren Beiträgen muss mit Kürzungen durch die Schriftleitung gerechnet werden.

Die Beiträge möglichst mit dem Textverarbeitungsprogramm WORD schreiben und per Mail oder Diskette an die Hauptgeschäftsstelle Eifelverein schicken (Mail-Anschrift: post@eifelverein.de). Ansonsten bitte Manuskripte in Schreibmaschinenschrift mit 1,5-zeiligem Abstand und den o.g. Rändern formlos einreichen. Handschriftliche Beiträge werden nicht angenommen.

Foto. Möglichst immer ein Dia oder Foto in schwarzweiß oder Farbe dem Text beilegen, gerne im Hochformat; Motiv: viel Aktion (Gruppe beim Wandern, Mitglieder beim Freischneiden etc.), weniger Gruppenbilder, immer mit Bildunterschrift und Name des Fotografen. Das Dia/Foto wird auf Wunsch zurückgeschickt.

Bitte keine Fotos scannen und diese Bilddaten verschicken, da diese meist nicht den Ansprüchen der Reprotechnik genügen! Fotos per Digitalkamera in der Mindestauflösung von 2 Mega-Pixel „schießen“ und diese per Mail an die Hauptgeschäftsstelle senden. Dabei bitte auf die max. Übertragungskapazität von ca. 2 Megabyte pro Sendung bzw. Bild achten. Bei einem Versand von mehr als zwei digitalen Fotos bitte die Daten auf eine CD brennen!

Inhaltliche Richtlinien

Bei der Auswahl der Themen sollte bedacht werden, dass der Beitrag einen möglichst großen Leserkreis ansprechen soll. Bei Berichten über Veranstaltungen (Komm-mit-Wanderungen, Wanderfahrten etc.) sollte keinesfalls ein „Tagebuch“ oder „Protokoll“ geschrieben werden. Vielmehr sollten andere Ortsgruppen hier kurz gefasste Tipps und Informationen finden, die zur Nachahmung anregen oder Lust aufs Mitmachen wecken.

Bei einem Bericht über eine Komm-mit-Wanderung an der Ahr wird es zum Beispiel den Leser in Monschau weniger

interessieren, dass fröhliche Lieder gesungen und guter Wein getrunken wurden, sondern ob die gewählte Wanderroute für Senioren und Familien mit Kindern geeignet war oder welche landschaftlichen Besonderheiten vorgestellt wurden. Das wird seine Neugier wecken und er wird überlegen, ob er an der Komm-mit-Wanderung im nächsten Jahr teilnehmen soll.

Themen von allgemeinem Interesse sind unter anderem auch Aktionen zu Natur- und Umweltschutz oder zur Jugend- und Familienarbeit in den Ortsgruppen. Ein Foto dazu sagt oft mehr als viele Worte.

Nicht geeignet, weil nur von regionalem Interesse, sind dagegen Berichte über Jahreshauptversammlungen einschließlich Wahlen und Ehrungen. Die Jubilare werden an anderer Stelle in der Zeitschrift DIE EIFEL gewürdigt. Mehrheitlich sind die Medienwarte der Meinung, dass Veröffentlichungen über die Ehrung der „Meistwanderer“ nicht mehr zeitgemäß sind. Die Darstellung des Wanderers als „Kilometerfresser“ entspricht nicht dem Selbstverständnis der Wandervereine und trägt auch nicht zum Aufbau eines positiven Bildes in der Öffentlichkeit bei. Vielmehr sollten das Interesse an Natur und Kultur sowie der soziale Aspekt (Seniorenwanderungen!) herausgestellt werden.

Stilistische Richtlinien

Möglichst aktive Satzform anwenden (nicht immer „wurde“), kurze Sätze, Zahlen bis zwölf ausschreiben, prägnante Überschrift wählen.

Eine Beachtung dieser Regeln empfiehlt sich auch für die Berichterstattung in den regionalen Medien. Eine Ausnahme bilden hier die Jahreshauptversammlungen, die in den Tageszeitungen selbstverständlich berücksichtigt werden.



1930



1955



1980



2003

Titelbilder unserer Vereinszeitschrift im Wandel der Zeit

Kontakte:

- **Hauptmedienwartin des Eifelvereins**

Helga Giesen

Im Rummel 46 · 52159 Roetgen

Tel. 0 24 71/16 49 · Fax 0 24 71/16 08

E-Mail: hegiesen@aol.com

- **Hauptgeschäftsstelle Eifelverein**

Stürtzstr. 2-6 · 52349 Düren

Tel. 0 24 21/1 31 21 · Fax 0 24 21/1 37 64

E-Mail: post@eifelverein.de

www.eifelverein.de

Stand: 8/2003

Vorteile einer Mitgliedschaft im Eifelverein



- Wandern unter kundiger Führung im Kreise Gleichgesinnter
- Zusammengehörigkeitsgefühl in einer großen Familie von Heimat- und Eifelreunden
- Abwechslungsreiche und altersspezifische Freizeitangebote auch für Familien, Jugendliche und Senioren
- Versicherungsschutz (Unfall und Haftpflicht) bei allen Vereinsaktivitäten
- Kostenlose Mitgliederzeitschrift DIE EIFEL (64 Seiten Inhalt) alle zwei Monate
- Verbilligter Bezug (bis zu 5 €) von Büchern und Wanderkarten aus dem vereinseigenen Verlag einschließlich porto- und verpackungsfreier Lieferung
- Eintrittsvergünstigungen in der Niederburg Manderscheid, im Eifelmuseum Mayen und in weiteren Museen des Arbeitskreises Eifeler Museen (AEM)
- Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten als Wanderführer und Fachwart in den Bereichen Wegewesen, Naturschutz, Kultur, Jugend und Familie sowie Medien mit Gewährung von Zuschüssen durch den Hauptverein (bis zu 25 € pro Pers.)
- Steuerliches Absetzen des Mitgliedsbeitrages, der über die Ortsgruppe an den Hauptverein abgeführt wird (beim Vollmitglied 15 €)
- Gemeinnütziger Beitrag zur Aufrechterhaltung des 3.000 Kilometer langen Hauptwanderwegenetzes durch die Eifel
- Engagement in gemeinnützigen Projekten der Ortsvereine, die teilweise auch vom Hauptverein besonders gefördert werden, zum Beispiel durch den alle zwei Jahre verliehenen Konrad Schubach-Natur- und Kulturpreis
- Weitere Informationen unter www.eifelverein.de

Alte Ansichten vom Rhein, von Bonn und von der Eifel

Hochwertige Bildbände mit alten
Grußkarten aus der Sammlung
des Autors, Herbert Weffer!



BONN – ALS DIE ZEIT ANFING STEHENZUBLEIBEN



Im Jahr der Rheinromantik



je Buch **29,- €** inkl. MwSt.
im Verlag oder im Buchhandel

DCM

Druck Center Meckenheim

Eichelnkampstraße 2 · 53340 Meckenheim
Tel.: 0 22 25/88 93-5 50 · Fax: 0 22 25/88 93-5 58
E-Mail: dcm@druckcenter.de