

DVPJ NEWS-REPORT

MAGAZIN FÜR JOURNALISTEN & MEDIENSCHAFFENDE ★ DEUTSCHLAND ★ ÖSTERREICH ★ SCHWEIZ

Volume II 8. Jahrgang

Anzahl der Downloads
im Vormonat: 7.443

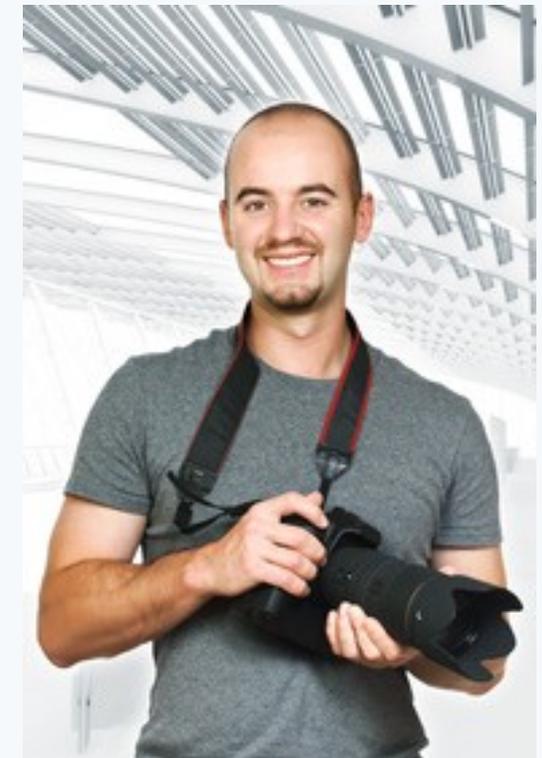
Story-ID: 14-1445344-7
IDSN-Nr. 24/201334-26559

SCHÜTZEN SIE IHRE DATEN

Auch Journalisten gehen nicht selten mit Informationen und Sachverhalten über die eigene Person zu sorglos um. Wer in der Öffentlichkeit tätig ist, sollte sich gut überlegen, welche Daten in Netzwerken und auf Social Media Plattformen veröffentlicht werden. Digital aktive Personen haben es auch mit missliebigen Zeitgenossen zu tun, die Medienvertreter gerne virtuell angreifen. E-Mails mit beleidigendem Inhalt sind meist nur eine Vorstufe zu weiteren Anfeindungen. Gefährlich ist der Missbrauch mit den eigenen Daten. So mussten Kollegen schon mit Versandhäusern klären, dass eben keine Bestellungen auf den eigenen Namen abgegeben wurden. Wenn jede Woche ein nicht erwünschtes Paket ankommt, ist das nur noch lästig. Andere Stalker verbreiten bewusst Unwahrheiten im Web und rücken somit Betroffene in ein Licht, dass für zukünftige Aktivitäten nicht gerade förderlich ist.

Bedenken Sie, dass Suchmaschinen viele Webseiten mit Informationen über Sie listen. Die „Reinigung“ der betroffenen Webseiten nach solchen Attacken ist äußerst zeitraubend. Eine konsequente strafrechtliche Verfolgung der Täter ist oft der einzige Weg, um sich von unberechtigten Vorwürfen und Behauptungen zu befreien. Tipp: Vermeiden Sie die Preisgabe Ihrer Privatadresse und Ihrer privaten Telefonnummer, falls dies möglich ist. Geben Sie lieber die Redaktionsadresse an.

Unterlassen Sie einen allzu offenen Umgang mit Ihren Bankverbindungen. Verwenden Sie bei „heiklen“ Reportagen und Berichten lieber ein Pseudonym. Diese Vorgehensweise ist zwar nicht beliebt, schützt Sie jedoch vor Angriffen aller Art. In den „Weiten“ des Webs gibt es merkwürdige Gestalten mit großem Hasspotenzial. Machen Sie es solchen Personen nicht zu einfach.



INTERNETSTALKING: JOURNALISTEN IN GEFAHR

Journalisten arbeiten meistens in der Öffentlichkeit, publizieren in Medien, die für jeden zugänglich sind. Kritiker, Nörgler und missgünstige Personen, welche eine sachliche Behandlung eines Themas nicht beherrschen oder gar nicht anstreben, versuchen dann auch, Personen schriftlich und verbal anzugreifen. Kollegen aus vielen Redaktionen berichten immer wieder von beleidigenden Anrufen bis zu handfesten Drohungen. Im Internet ist man den Angriffen solcher Zeitgenossen oft schutzlos ausgeliefert. In Foren und Communities werden Unwahrheiten, Hasstiraden sowie Verleumdungen übelster Art verbreitet. Manche Stalker gehen so weit und veröffentlichen systematisch falsche Informationen über eine Person, um dauerhaften Schaden anzurichten. Sind solche Informationen erst einmal auf vielen Webseiten zu finden, ist die sofortige Löschung kaum zu erreichen. Stalking ist ein Straftatbestand (§238 StGB). Nicht selten wird das Opfer gezielt als finanziell schwach, betrügerisch insolvent oder zahlungsunfähig dargestellt. In Foren, Blogs, auf Anzeigemärkten und in Gästebüchern werden reihenweise falsche Berichte eingestellt und sorgen dann für einen unzutreffenden Eindruck über das Opfer. Die Stalker können Texte bequem von jedem Computer mit Internetanschluss einstellen und tun dies oft auch mit falschen Identitäten. Durch Verlinkung der Beiträge und Nennung des Opfers listen Suchmaschinen die entsprechenden Webseiten auf den vorderen Rängen, wenn eine Abfrage des Namens erfolgt. Die Folge: Geschäftspartner, potenzielle Interessenten, Arbeitgeber und Bekannte wenden sich mit Erstaunen und der Bitte um Klärung an das Opfer.

Durch falsche Informationen im Web gehen Aufträge verloren, wenden sich Auftraggeber ab und beenden Geschäftsbeziehungen. Damit es dazu nicht kommt, sollten Sie unverzüglich in Aktion treten, sobald Ihnen derartige Aktivitäten bekannt werden. In regelmäßigen Abständen sollten Sie Ihre eigenen Daten bei Suchmaschinen eingeben und die Ergebnisse durchsuchen. Bei rechtswidrigen Einträgen müssen Sie sich sofort beim Betreiber der jeweiligen Webseite melden und eine Entfernung der Inhalte beantragen. Dann ist dieser verpflichtet, entsprechende Passagen zu löschen. Speichern Sie alles ab, was über Sie verbreitet wird. Wenn der Stalker namentlich bekannt ist, sollten Sie einen darauf spezialisierten Anwalt einschalten. Sobald mehrere Fälle vorliegen, ist eine Strafanzeige bei der Polizei wegen Stalking und Verleumdung zu empfehlen. Lassen Sie unter keinen Umständen Zeit ungenutzt verstreichen. Stalker können Ihre berufliche Zukunft gefährden und Ihr soziales Umfeld beeinflussen.



JOURNALISTISCHE RISIKEN ABDECKEN

Bei der journalistischen Tätigkeit kommt es immer wieder vor, dass auch aus Unachtsamkeit Rechte Dritter verletzt werden. Dies ist zwar zu bedauern, aber bei der Vielfalt der Berichte, Reportagen und Beiträge „schleichen“ sich ab und zu trotz sorgfältiger Recherche und Kontrolle der Redaktionen Fehler ein. Damit solche Fälle nicht in einem finanziellen Desaster enden, sollten Sie an den Abschluss einer Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung denken. Veröffentlichungen von Fehlinformationen und die Verletzung von Persönlichkeitsrechten können zu hohen Schadensersatzforderungen führen. Der Journalist haftet dann mit seinem gegenwärtigen und zukünftigen Vermögen. Ein Haftpflichtschaden kann schnell die eigene Existenz gefährden. Gerade freie Kollegen müssen besonders auf eine ausreichende Absicherung in diesem Bereich achten. Bei Rechtsverletzungen prüft dann die Versicherungsgesellschaft, ob Ansprüche berechtigt sind, und leistet bei begründeten Forderungen. Die Kosten der Verteidigung werden übernommen. Manche Versicherungsgesellschaften zahlen auch die Gerichts- und Anwaltskosten, falls Unterlassungsklagen geltend gemacht werden. Wichtig ist der Einschluss von Veröffentlichungen in digitalen Medien. Zusätzlich sollten Sie an den Abschluss einer Betriebshaftpflichtversicherung denken, um Personen- und Sachschäden abdecken zu können.

GÜNSTIGE LEASINGFAHRZEUGE

Das Leasingfahrzeug passt nicht mehr in die Lebensumstände? Schnell kann es passieren: Scheidung, Trennung, berufliche Veränderung. Weit über die Hälfte der Neuwagen werden heutzutage finanziert. Auch im privaten Bereich sind es inzwischen über ein Viertel aller Fahrzeuge, die unter anderem über Leasingverträge erworben werden. Mit wenig Geld in der Tasche kommt man zum Neuwagen. Doch lange Vertragslaufzeiten haben auch ihre Nachteile, wenn sich die Lebensumstände ändern. Verträge lassen sich nicht immer schnell kündigen, wohl aber übertragen. Über das Handelsportal [leasingtime.de](http://www.leasingtime.de) können Sie Leasingverträge sowohl günstig übernehmen als auch verkaufen. Schnäppchenjäger haben hier prima Möglichkeiten, einen günstigen Vertrag zu übernehmen. Freiberufliche Journalisten, Autoren, Medienschaffende können die Leasingrate zudem abschreiben. Der Service von [Leasingtime.de](http://www.leasingtime.de) ist kostenlos. Kontakt: <http://www.leasingtime.de>



SERIÖSE ARBEIT - OFT SCHLECHT BEZAHLT

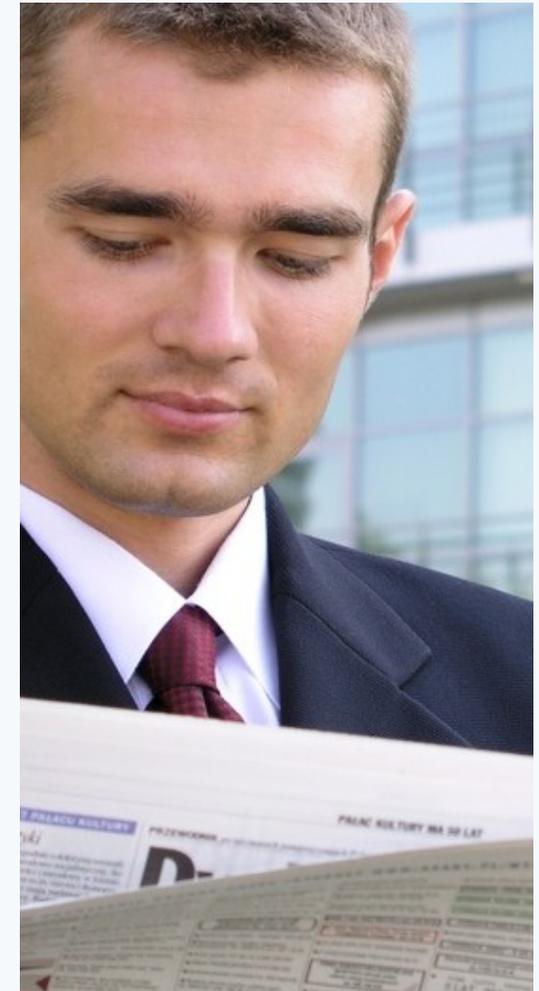
Gute journalistische Arbeit ist gesucht, doch leider tendieren immer mehr Verlage und Redaktionen zur schnellen Publikation von Berichten, Reportagen und Beiträgen. Die notwendigen Hintergrundarbeiten wie eine Quellenprüfung, Nachfragen bei den Informationsträgern und Lieferanten sowie kritische Betrachtungen der Information kommen eindeutig zu kurz. So erhalten wir vermehrt Berichte aus einer Quelle, die dann ungeprüft vielfach publiziert wird.

Die Qualität leidet spürbar, doch das verfügbare Budget der Redaktionen gibt eben nicht mehr her. Der Rotstift regiert und bestimmt die Inhalte. Trotz einer großen Anzahl an Medien und Internetportalen sinkt die journalistische Qualität. Ein paar Idealisten versuchen, sich diesem Trend entgegen zu stemmen, stoßen mit Ihren Versuchen jedoch oft auf taube Ohren der Verlage.

Nutzwertjournalismus und Serviceorientierung sind Stichworte vieler Medienmacher. Immer öfter entdecken wir jedoch fast gleiche Inhalte in anderer „Verpackung“. Wem nützt das? Die Aufgabe guter Verlage besteht darin, den Lesern Qualitätsjournalismus zu bieten und erst in zweiter Linie an den kurzfristigen Gewinn zu denken. Durch die guten Inhalte gewinnen Publikationen langfristig vermehrt Leser und bewegen sich dann in die Gewinnzone.

Leider haben heute immer weniger Medienhäuser diese Geduld und blicken lieber auf die schnellen Euro. Diese Einstellung ist in der gesamten Medienbranche zu finden. Auch bei Tonträgerherstellern und Filmproduktionen stehen „schnelle Projekte mit Wegwerfcharakter“ im Blickfeld der Macher.

Dauerhaft können Unternehmen mit solchen Aktionen jedoch keinen stabilen Grund für die zukünftige Entwicklung legen. Sicher: Aktuelle Entwicklungen und das Verbraucherverhalten sprechen gegen die langfristige Planung, doch Stammkunden schätzen eben das dauerhafte und gute Angebot in allen Bereichen. Wie sollen sonst Magazine wie der „Stern“ oder „Focus“ eine Leserschaft über viele Jahre halten und die Kundenbindung stärken? Mut zum Risiko wird immer wieder belohnt. Dieser Mut fehlt jedoch aktuell. Mit journalistischem „Einerlei“ ist auf Dauer nichts gewonnen.



GEGEN DIE PUBLIZISTISCHE VERARMUNG

Immer wieder erhalten wir Berichte von ausländischen Kollegen über umfangreiche Behinderungen der Berichterstattung vor Ort. Politische Einflussnahme auf die Medien ist in den meisten Ländern der dritten Welt üblich. Durch eine solide Ausbildung und Vermittlung professioneller Techniken können zivilisierte Staaten das Gespür der Kollegen vor Ort schärfen und Meinungsvielfalt fördern. Dies trägt dann wieder zu einer möglichst pluralistischen Medienlandschaft bei, in der sich radikale Strömungen nicht so leicht durchsetzen können.

Wir möchten an dieser Stelle auf die vorbildliche Arbeit der Deutschen Welle Akademie hinweisen, die Jahr für Jahr Kollegen aus dem Ausland ausbildet und technisch schult. Damit leistet die Deutsche Welle einen wertvollen Beitrag zur politischen Stabilität der Herkunftsländer. Fehlentwicklungen lassen sich korrigieren, wenn diese öffentlich werden. Dies ist allerdings nur mit starken Medien möglich.

Staatliche Willkür und wirtschaftliche Interessen gefährden die Meinungsfreiheit. Dabei müssen wir nicht mit erhobenem Zeigefinger auf andere Staaten deuten. Auch hierzulande leidet die pluralistische Berichterstattung unter einer Flut von Meldungen, die dann oft zielgerichtet in Redaktionen aussortiert werden. Ein einfacher Test führt uns das vor: Schalten Sie jeweils die TV-Nachrichten der unterschiedlichen Sender ein.

Oft wird exakt über die gleichen Ereignisse berichtet und die Inhalte unterscheiden sich kaum. Wird nur noch „Einheitsbrei“ mit variabler Kulisse gesendet? Nein, aber die Gefahr besteht, dass sich Sender nicht mehr trauen, anderen Formaten und anderen Inhalten eine Chance zu geben.

Die Experimentierfreudigkeit in den Redaktionen hat eindeutig nachgelassen. Die Deutsche Welle Akademie steuert gegen diesen Trend und fördert die Vielfalt. Ab 2011 wird ein Masterstudiengang Journalismus für ausländische Kollegen angeboten. Wir begrüßen diese Initiative ausdrücklich. Eine gute Berichterstattung in Entwicklungsländern fördert friedliches Zusammenleben vor Ort. Kontakt: Deutsche Welle Akademie, Journalistic Training Center, Kurt-Schumacher-Str. 3, 53113 Bonn. Info: <http://www.dw-world.de>

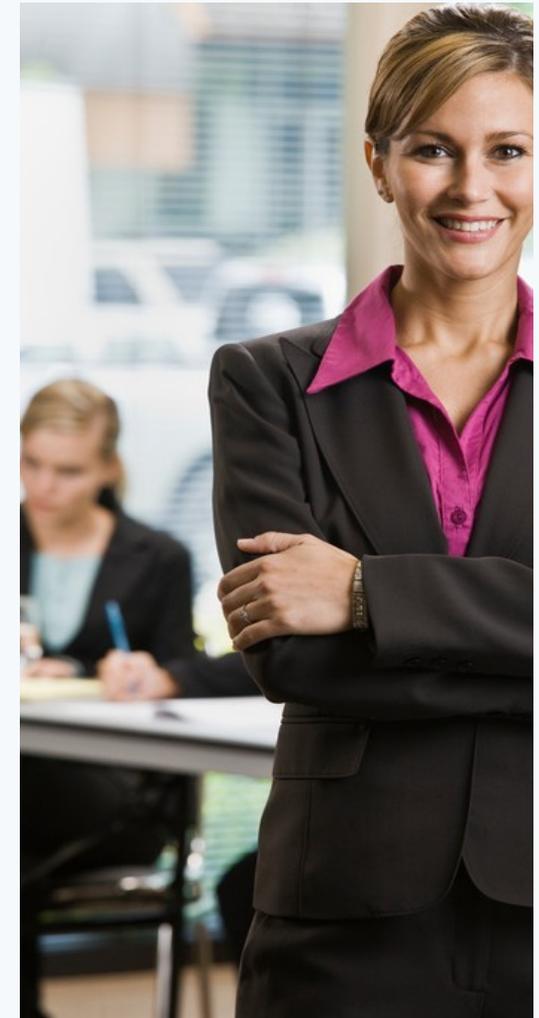


WERDEN BÜCHER VON EBOOKS VERDRÄNGT?

Das hält Stephan Jänicke, Vorstandsmitglied des Börsenvereins des deutschen Buchhandels durchaus für möglich. Er warnt, dass eBooks Stück für Stück die gedruckte Form ablösen und kleine Buchhändler gefährden. Selbst größere Buchhandlungen hätten sich noch nicht mit dem Thema beschäftigt und würden von der Entwicklung überrascht. Das Geschäft soll nicht den großen Playern überlassen werden. Um auch in Zukunft noch am Markt erfolgreich tätig sein zu können, müsse der Buchhändler eBooks ins Sortiment aufnehmen. Das sind ganz neue Töne. Noch vor wenigen Jahren wurden eBooks eher belächelt und der traditionelle Buchhandel sah sich nicht gefährdet. Jetzt realisieren viele Händler, dass die Erfolgsgeschichte des eBooks nicht mehr aufzuhalten ist. Immer mehr Kunden entscheiden sich für die digitale Variante eines Buches, ohne sich in eine Buchhandlung zu begeben. Die Publikation von Fachliteratur erfolgt oft nur noch in Form eines eBooks. Viele Verlage schauen den kostenintensiven Druck und verzichten lieber auf eine gedruckte Form. Mit dem Siegeszug des PCs und mobiler Rechner gewann auch das eBook immer mehr an Bedeutung. Tragbare Rechner und eine gute Darstellung auch mit anderen Lesegeräten ermöglichen einen Lesespaß völlig ohne Papier. Warum sollte der zukünftige Kunde also noch auf das traditionelle Buch setzen, wenn die digitale Variante wesentlich günstiger zu haben ist? Sicher wird es immer Fans des gedruckten Buches geben, doch ein großer Teil der Informationsübermittlung, Ausbildung und Unterhaltung dürfte künftig virtuell erfolgen. Wird das Buch ein Nischenprodukt? Dies könnte möglich sein, denn die jüngere Generation wächst vor allem mit Rechnern auf und nutzt diese intensiv. Fazit: Nichts bleibt, wie es war. Auch der Buchhandel muss sich den aktuellen Entwicklungen anpassen.

DER SCHNELLE WEG ZU SPONSOREN

Auf match2ad.com werden Sponsoren, Agenturen und Sponsorensucher vernetzt. Die Plattform ermöglicht eine schnelle Suche nach geeigneten Angeboten und Zielgruppen. Mit ausgefeilten Filtern landen Sponsorenanfragen zu Projekten und Medienaktivitäten nur bei geeigneten Agenturen und Firmen. Diese können dann mit den Suchenden Kontakt aufnehmen. Für die Sponsoren und die Suchenden wird der zeitliche Aufwand somit minimiert. Es konnten bereits zahlreiche namhafte Sponsoringpartner für die Plattform gewonnen werden. Kontakt und Info: <http://www.match2ad.com>



ONLINE ODER OFFLINE?

Eine jüngste repräsentative forsa-Umfrage im Auftrag des media.net berlinbrandenburg e.V. bestätigt die Bedeutung von persönlichen Geschäftskontakten im professionellen Umfeld. Social Networks wie Facebook, Xing oder StudiVZ sind längst keine Randerscheinung mehr. Bequem am Schreibtisch Kontakte knüpfen, Informationen austauschen, diskutieren oder den nächsten Job finden – die Bedeutung Sozialer Netzwerke steigt auch im beruflichen Alltag. In Deutschland werden bis 2012 laut eines Berichts des englischen Informationsanbieters Datamonitor 21,7 Millionen Nutzer von Social-Networking-Angeboten prognostiziert (Telegraph.co.uk, 5/2008).

Das die virtuellen Netzwerke die realen nur sinnvoll ergänzen können, bestätigt eine aktuelle und repräsentative forsa-Umfrage im Auftrag des media.net berlinbrandenburg: Weniger als ein Drittel (27 Prozent) der Internetnutzer in Berlin glaubt, dass für das Fortkommen in der Berufswelt die Mitgliedschaft in sozialen Internet-Netzwerken wie Facebook oder Xing ausreicht. Dagegen meint fast die Hälfte (46 Prozent), dass man auch in professionellen Netzwerken mit persönlichen Geschäftskontakten präsent sein muss.

Diesen Trend spürt auch das media.net: Allein in den letzten 7 Monaten im Jahr 2010 konnte das Unternehmensbündnis der Kreativwirtschaft in der Hauptstadtregion 50 neue Mitglieder gewinnen – ein Zuwachs von fast 40 Prozent – und es wächst beständig weiter. „Persönliche Kontakte werden im Berufsleben niemals an Bedeutung verlieren. Gerade auch in Krisenzeiten rücken die Menschen wieder näher zusammen.“, so Andrea Peters, Geschäftsführerin des media.net berlinbrandenburg. „Das media.net ist branchenübergreifend aufgestellt – das ist seine Stärke.

Es treffen nicht nur Mitbewerber aufeinander sondern potenzielle Partner. Dazu zählen auch Kontakte zu Banken, Hochschulen, Kanzleien, Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und Investoren.“media.net: Das Unternehmensbündnis der Kreativwirtschaft media.net berlinbrandenburg e.V. ist das branchenübergreifende Unternehmensbündnis der Kreativwirtschaft in der Hauptstadtregion. Seit fast 10 Jahren vereint es renommierte und weltweit bekannte Unternehmen mit jungen Start-ups und die verschiedensten Kreativ-Branchen vom Film bis zur Werbung. Fast 190 Unternehmen konnte das media.net bereits für die gemeinsame Idee gewinnen. Quelle: NewsPR.DE Info unter: <http://www.medianet-bb.de>



NEUE PORTALE FÜR ONLINE-PR

Neue Plattform für gratis Online-Pressemitteilungen und Nachrichten: Das neueste Presseportal PR-News-Events.com folgt dem Trend zu Online-Artikeln und bietet Internetbenutzern weltweit die Möglichkeit, ihre Pressemitteilungen gratis ins Netz zu stellen. Ob Privatpersonen, kleine und mittlere Unternehmen, oder Großkonzerne, sie alle greifen immer häufiger zu Online-Plattformen wie PR-News-Events.com um ihre Pressemitteilungen und Corporate News zu veröffentlichen. Der Vorteil dieser Onlinepublizierung ist die immense potenzielle Leserschaft, welche sich täglich durch immer mehr Internetbenutzer vergrößert.

Der Beliebtheitsgrad von Internet-Pressemeldungen lässt sich an der Vielzahl von Online-Plattformen erkennen, welche heutzutage für diesen Zweck zur Verfügung stehen. PR-News-Events.com ist dabei eine der neuesten Erscheinungen und bietet Usern bis zu 30 Kategorien, unter denen sie Artikel ins Netz stellen können. Einerseits ist das Internet das perfekte Medium, um ein möglichst breites Publikum zu erreichen, andererseits spricht man durch die Kategorienauswahl oft die gewünschten Zielpersonen an.

Organisationen und Firmen können via PR-News-Events.com sowohl ihre Neuigkeiten an die Öffentlichkeit bringen, als auch Fachartikel publizieren. Die Website dient nicht als explizite Werbepattform, sondern erfordert Artikel die der Definition "Pressemitteilung" durch Objektivität und Nachrichtenwert gerecht werden. PR (Public Relations) ist ein integraler Bestandteil jeder Geschäftsgestaltung, denn das Präsentieren der eigenen Arbeitsbereiche ist sowohl im öffentlichen als auch im eigenen Interesse.

Exponiertheit auf breiter Basis, durch Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Pressemeldungen ist ein unerlässliches Mittel zur Kundenakquisition geworden. Das Team von PR-News-Events kontrolliert in dieser Hinsicht alle eingereichten Artikel, um sicher zu gehen, dass die Plattform nur Pressemitteilungen von hoher Qualität veröffentlicht und somit Firmen ihre Aussendungen in einem niveaувollen Umfeld präsentieren können.

Tipp: Einfach gratis als User registrieren und ohne zusätzliche Kosten Artikel, Corporate Communications und Pressemitteilungen ins Netz stellen. Keine Vorkenntnisse oder Softwareanwendungen erforderlich. Weitere Informationen findet unter <http://www.pr-news-events.com>

PR und Presseportal - Kostenlos Pressemitteilungen, News und Artikel veröffentlichen. Mit über 30 Beiträgen pro Tag gehört PR-Presse.de bereits heute zu den beliebtesten kostenlosen Online Presseportalen in Deutschland. Auf dem neuen Online Presseportal kann jeder professionelle oder angehende Autor und Journalist kostenlos Artikel, News und Pressemeldungen schreiben und veröffentlichen.

Die Nutzung ist kostenlos. Besonders für PR Agenturen und Online Unternehmen stellt die PR Arbeit in einem Online Presseportal einen großen Vorteil bei der schnellen und flächendeckenden Verbreitung von Ankündigungen oder Neuigkeiten dar. Damit ist es unter den kostenlosen PR und Werbemaßnahmen die mit Abstand effektivste. Um eine Pressemeldung oder Pressemitteilung kostenlos veröffentlichen zu können, bedarf es lediglich der Anmeldung als Autor und der Zustimmung zu den Nutzungsbedingungen/AGB. Es können beliebig viele Meldungen veröffentlicht werden und bis zu 2 externe Verlinkungen im Text sind möglich. Info unter: <http://www.PR-PRESSE.de>

RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG

Für Journalisten eine zunehmend wichtige Fragestellung: Kann man sich gegen Unrecht absichern? Streitigkeiten mit den Nachbarn, mit dem Arbeitgeber oder im Straßenverkehr landen nicht selten vor Gericht. Aber auch wenn Rechte Dritter verletzt werden (Verletzung von Persönlichkeitsrechten oder Urheberrechtsverletzungen um Zuge der Presseberichterstattung) landen immer häufiger vor Gericht. Eine Rechtsschutzversicherung kann den Beklagten vor hohen Anwaltskosten, Zeugengeldern oder Sachverständigenhonoraren bewahren und somit das Recht bezahlbar machen. Das Versicherungsportal [finance-store.de](http://www.finance-store.de) hat für potentielle Rechtsschutzversicherte eine Tippliste (<http://www.finance-store.de/vertragscheck-rechtsschutz>) zusammengestellt, in der sich Verbraucher umfassend über Vertragsdetails informieren können. Dazu zählen unter anderem die Unterschiede zwischen den verschiedenen Rechtsschutztypen oder Vertragsanpassungsmöglichkeiten bei Änderung der Lebenssituation.

Da Rechtsschutzversicherungsprodukte nur für bestimmte Streitigkeiten zuständig sind, muss der Versicherungsnehmer bereits bei Vertragsabschluss darauf achten, dass er den richtigen Rechtsschutztyp oder ein seinen Bedürfnissen entsprechendes Kombipaket wählt. Tipp: Der Versicherer sollte Mitglied im Versicherungsombudsmann e.V. sein, eine Erstberatung per Telefon übernehmen und die Anwaltswahl dem Beschuldigten überlassen. Daneben müssen Versicherungsnehmer auf die optimale Deckungssumme, den entsprechenden Geltungsbereich, Rücktrittsrecht und Kündigungsbedingungen achten. Für Singles, Senioren und Alleinerziehende gibt es oft günstigere Sondertarife, die einen Vergleich der Rechtsversicherer lohnend machen. Allerdings kann man sich nicht gegen jeden Rechtsstreit absichern, so gibt es verschiedene Risikoausschlüsse, insbesondere hinsichtlich der aktiven Rechtsprechung, Rechtsstreitigkeit im Zusammenhang mit Baumaßnahmen oder Immobilienkäufen und einige andere, die der Ratgeber nennt.

Wenn keine oder nur geringe Aussichten auf Erfolg in einer Streitsache bestehen, kann ein Rechtsschutzversicherer die Leistung auch verweigern. Damit will der Versicherer ein Übermaß an Leistungsfällen oder gar provozierte Streitigkeiten vermeiden. Ein Sprichwort lautet: vor Gericht und auf hoher See, ist man in Gottes Hand. Hieran ist viel Wahres. Zudem können Kosten, die aus einem Rechtsstreit erwachsen, die Existenz gefährden. Deshalb stellt die Rechtsschutzversicherung, trotz möglicher Leistungsverweigerung, einen unverzichtbaren Baustein der Grundsicherung dar.



NEUE VERLAGSMODELLE

Die großen Verlage haben die Zeichen der Zeit erkannt und konzentrieren sich auf eine vielfältige Verwertung der eigenen Kundenbestände. Ein exzellentes Datenmanagement ist die Voraussetzung, um neben den üblichen Verlageinnahmen noch weitere Umsätze generieren zu können. Dazu braucht es einen hervorragenden Online Auftritt samt Informations- bzw. Unterhaltungsportal im Internet. Mit interaktiven Inhalten, Gewinnspielen und Kundenbefragungen werden wertvolle Daten gewonnen, die dann bei vielen kommenden Aktionen wieder eingesetzt werden können. Trotz verschärfter Bedingungen bei der E-Mail Werbung lohnt sich das Sammeln von Daten. Crossmediale Vermarktungsansätze werden in Zukunft eine große Rolle spielen. Umsätze abseits des klassischen Verlagsgeschäfts müssen folgen, sonst können sich Verlage kostspielige Produkte und Redaktionen nicht mehr leisten. Selbst Marktführer gehen dazu über, Online Portale verstärkt in die eigene Strategie einzubinden und den „virtuellen Ablegern“ der etablierten Produkte mehr Bedeutung zukommen zu lassen. Der Springer Verlag möchte mit steigenden Preisen und einem wachsenden Internet Angebot den Abwärtstrend der Branche durchbrechen. Auch beim Burda Verlag beschäftigt man sich verstärkt mit neuen Formen der Informationsvermittlung. Dazu gehörten vor allem Bewegtbild-Formate. Aufgrund der weiten Verbreitung von schnellen Internetanschlüssen erhalten komprimierte Videos auch bei der Nachrichtenvermittlung einen neuen Stellenwert. Boulevardbeiträge, Unterhaltung und ähnlicher Content lässt sich per Video ohnehin gut transportieren.

HONORAR FÜR ONLINE-TEXTE

Textbroker.de bietet Autoren vielfältige Aufgabenstellungen und neue Kontakte zu Auftraggebern. Eine professionelle Vermittlung zwischen Autoren und Kunden kann wertvolle Kontakte und neue Aufträge liefern. Die Texte werden von einer unabhängigen Redaktion geprüft und nach gebotener Qualität eingestuft. Anhand dieser Einstufung erfolgt die Bezahlung. Sie können Preise für Ihre Leistungen zudem selbst definieren. Der Service von Textbroker.de ist für Autoren kostenlos. Die Teilnahme kann jederzeit beendet werden. Eine sichere Grammatik sowie Rechtschreibkenntnisse werden vorausgesetzt. Zusätzliche Qualifikationen müssen Sie nicht nachweisen. Kontakt: <http://www.textbroker.de>



AUF DER SUCHE NACH EINEM VERLAG

Mit dem fertigen Manuskript in der Tasche machen sich viele Autoren auf den Weg zu Verlagen und scheitern immer wieder, weil grundlegende Punkte bei der Verlagssuche nicht berücksichtigt wurden. So kann ein gutes Buch aufgrund einer unprofessioneller Angebotsweise nicht berücksichtigt werden. Lassen Sie ihre Chancen auf Veröffentlichung nicht an Formalien scheitern. Folgende Informationen müssen vorliegen: Detaillierte Angaben über das Verlagsprogramm, Angaben zum Lektorat, Manuskriptwünsche, jeweils gewünschte Angebotsweise (Manuskript, Text, Email, Anruf, Textprobe) und die Manuskriptrücksendung. Mit diesen Informationen können Sie viel Mühe, Zeit und Kosten sparen. Wenn Sie sich zuvor kundig gemacht haben, erkennen dies auch die Lektoren und diese nehmen sich in der Regel für passende Einsendungen Zeit, während amateurhafte Angebote sofort in der Ablage. Informationen zu Verlagsprogrammen und Lektorate finden Sie im deutschen Jahrbuch für Autoren. Auf über 1000 Seiten werden zahlreiche Verlage, Adressen, Ansprechpartner und Programme gelistet. Weiterhin werden Tipps zum Medienmarkt und professionelle Ratschläge publiziert. Das Buch bietet einen guten Überblick zur deutschen Verlagslandschaft. Info: <http://www.autorenhaus-verlag.de>

JOURNALISTEN UND PSEUDONYME

Es geht bei Pseudonymen nicht darum, sich hinter anderen Namen zu verstecken, sondern die eigene Arbeit zu kanalisieren um damit die eigene Glaubwürdigkeit zu schützen. So kann die Arbeit mit mehreren Pseudonymen durchaus empfehlenswert sein, falls man mit verschiedenen Verlagen und Themenbereichen zu tun hat oder regelmäßig in unterschiedlichen Medien publiziert. Grund: Die wenigsten Leser trauen einem Autor oder Journalisten Fachkenntnisse in mehreren Themenbereichen zu. Genauso sehen dies auch Verlage, die zahlreiche Publikationen mit den gleichen Autor erstellen. Wer also gleichzeitig in mehreren Bereichen fleißig schreibt und veröffentlicht, sollte sich überlegen, mit Pseudonymen zu agieren. Ordnen Sie Pseudonyme Ihren Fachbereichen zu: Mit einem Pseudonym schreiben Sie z. B. wissenschaftliche Artikel während ein anderer Name etwa für Länderreportagen Verwendung findet. Auf diese Weise können Sie unbeschwert in verschiedenen Genres tätig sein, ohne ihr ‚Image‘ zu beschädigen.



