

# DVPJ NEWS-REPORT

MAGAZIN FÜR JOURNALISTEN & MEDIENSCHAFFENDE ★ DEUTSCHLAND ★ ÖSTERREICH ★ SCHWEIZ

---

Volume V 8. Jahrgang

Anzahl der Downloads  
im Vormonat: 7.055

Story-ID: 26-1239969099-7  
IDSN-Nr. 28/2013-2306

## GEEIGNETE THEMEN FÜR PRESSETEXTE

Pressearbeit ist ein wichtiges Instrument, um Industrieunternehmen bei potenziellen Anwendern bekannter zu machen. Dabei dient die Pressearbeit nicht nur dem Vorstellen neuer Produkte oder Dienstleistungen, sondern kann langfristig das Image eines Unternehmens in der Öffentlichkeit aufwerten. Dennoch nutzen viele Industriefirmen diese Möglichkeit nicht, weil sie meinen, keine geeigneten Themen für Pressearbeit zu haben. Wenn Fachartikel eines Unternehmens nicht gedruckt werden, liegt das selten an ungeeigneten Themen, sondern meist daran, dass geeignete Themen in einer für die Fachpresse ungeeigneten Form dargestellt werden und Redakteure vor einer Umarbeitung zurückschrecken. Pressegerecht aufgearbeitet eignen sich aber viele Themen als Aufhänger für Presstexte. In kurzen Pressemeldungen kann man zum Beispiel neben neuen Produkten, Katalogen oder gewonnenen Preisen alle Informationen rund ums Unternehmen vorstellen von Umsatzzahlen über Neubauten und Expansionen bis hin zu Meldungen über neue Mitarbeiter.

Schwerer fällt es oft, für längere Fachartikel geeignete Themen zu finden. Aber auch hier gibt es zahlreiche Möglichkeiten. Fast schon zu den Klassikern gehören Anwendungsreportagen. In einem solchen Artikel wird eine für ein Produkt, eine Produktgruppe oder Lösung besonders repräsentative Anwendung beschrieben.

Weitere Themen können sich ergeben, wenn wirtschaftliche oder technische Randbedingungen den Markt zu neuen Lösungen zwingen, zu denen es Wissen im eigenen Unternehmen gibt, beispielsweise bei Änderungen von Normen oder Vorschriften. In Firmen, die in Forschung und Entwicklung aktiv sind oder sich auf einen bestimmten (technischen) Bereich spezialisiert haben, gibt es oft Experten, die in Fachartikeln wertvolles Hintergrundwissen zu bestimmten Themengebieten vermitteln können.



## GEEIGNETE THEMEN FÜR PRESSETEXTE II

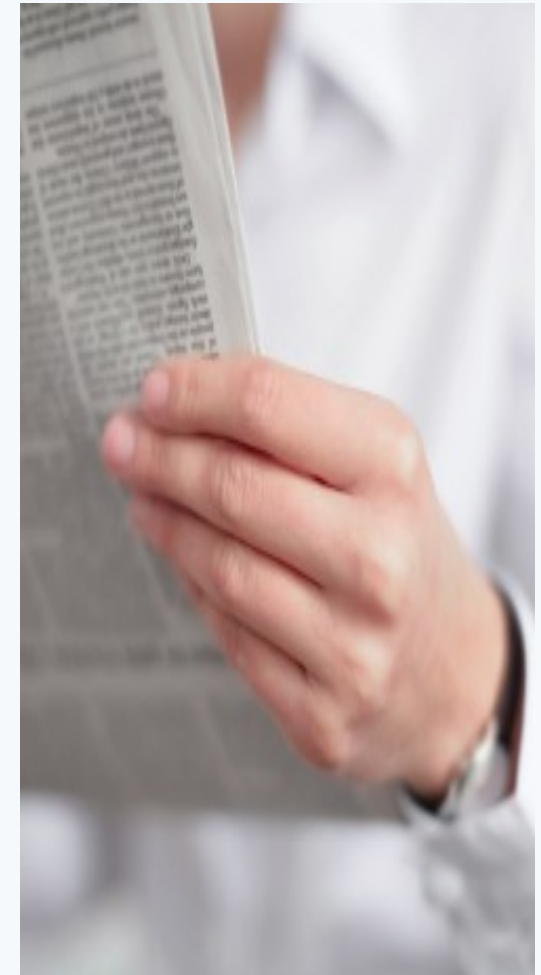
Zusammenhänge oder Hintergründe, die Vertriebsmitarbeitern Kunden immer wieder erklären müssen, sind ebenfalls oft als Aufhänger für Presstexte geeignet. Ebenso können auch Funktionsweisen neuer Technologien in Fachartikeln erläutert und so die eigene Kompetenz vermittelt werden. Haben die eigenen Produkte oder Dienstleistungen Bezug zu aktuellen Trendthemen, bietet es sich an, dies in Presstexten darzustellen.

Neben klassischen Fachartikeln und Anwendungsreportagen bietet sich manches Mal auch ein Interview an. Beispielsweise kann man einen Geschäftsführer zu Änderungen im Unternehmen befragen oder einen erfahrenen Entwickler zu technischen Trends am Markt. Auch Leserbriefe sollten nicht unterschätzt werden. Gerade Redakteure von Fachzeitschriften erhalten davon heute wenige und drucken sie deshalb gerne ab.

Weitere nützliche Hinweise zu Pressearbeit bietet das Redaktionsbüro Stutensee in seinen "Tipps für die Pressearbeit", die unter <http://www.rbsonline.de/13> abonniert werden können oder im Buch "Wirkungsvolle Produkt-PR-Einblicke in die Welt der Fachpresse", Verlag BusinessVillage (ISBN 978-3-86980-014-1. Das Buch erscheint im Juni 2010). Redaktionsbüro Stutensee <http://www.rbsonline.de>

Kleine und mittelständische Unternehmen finden meist nur schwer den Zugang zur Fachpresse. Das Redaktionsbüro Stutensee (rbs) hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, die Brücke zwischen Industrie und Fachpresse zu schlagen. Seit 30 Jahren unterstützt das Unternehmen Firmen aus dem Umfeld der Automatisierungstechnik bei ihren Presseaktivitäten und verfügt über beste Kontakte zur Fachpresse.

Das Autorenteam besteht aus vier Ingenieuren und einer technisch versierten Germanistin und versteht somit die Themen der Automatisierungsbranche. Es gibt fast kein Thema dieser Branche, das die Experten für Fachpressearbeit seit 1980 nicht beschrieben haben. Einmal jährlich bringt das Redaktionsbüro Stutensee zudem Industrie und Presse zu den Fachpresstagen zusammen. Dieser Marktplatz für Informationen ist für Firmen der Region besonders interessant, weil jährlich ein Unternehmen die Chance erhält, sich und seine Produktion am eigenen Standort vorzustellen.



## ABBAU VON REDAKTIONEN

Ohne Zweifel leidet der Qualitätsjournalismus in Deutschland unter den Folgen der Wirtschaftskrise. Sinkende Auflagen, rückläufige Werbeeinnahmen und eine mangelnde Akzeptanz der Produkte vor allem bei jüngeren Lesern macht der Branche zu schaffen. Es wird zunehmend versucht, Artikel mehrfach zu verwerten und zentrale Redaktionen bzw. ausgelagerte Autorenpools zu gewinnen für die Berichterstattung in mehreren Medien der Verlage. Auf diese Weise sparen die Unternehmen durch die fehlende Tarifbindung Personalkosten und müssen keine fest angestellten Journalisten beschäftigen. Dieses Modell mag betriebswirtschaftlich lukrativ erscheinen, doch die Folgen lassen nicht lange auf sich warten:

Das vielfältige Bild der Meinungen, Berichte und Kommentare in Printpublikationen wird sich ändern. Immer mehr gleich lautende Artikel dürften in den Druck gehen. Ob die Verlage mit dieser Methode wirklich erfolgreich sein können, bleibt abzuwarten. Anscheinend ist aber der wirtschaftliche Druck zur Kostenreduktion so groß, dass kein anderer Weg übrig bleibt. Die Versuche, mit qualitativ hochwertigen Angeboten im Internet Erlöse zu erzielen, sind bisher gescheitert. Nur Minderheiten sind bereit, für Qualitätsjournalismus im Web wirklich Geld auszugeben. Quelle: <http://www.journalistenspiegel.de>

Angesichts dieser Entwicklungen kommt der innovative Journalist nicht um die selbstständige Verwertung der eigenen Arbeit herum. Wer in Zukunft noch vom Schreiben leben möchte, muss seine Nische identifizieren und diese mit hochwertigen Produkten bedienen. Natürlich gibt es auch für diese Form der journalistischen Arbeit keine Erfolgsgarantie. Der direkte Weg zum Kunden bringt jedoch einige Vorteile mit sich: Mithilfe des Internets lassen sich Zielgruppen exakt abgrenzen und finden. Diese honorieren in der Regel die Anstrengungen guter Journalisten gerne, wenn damit ein eindeutiger Mehrwert für deren Absichten und Aktionen verbunden ist. Die Form der Auslieferung spielt eine eher untergeordnete Rolle. Simple PDF-Dateien reichen hier völlig aus. Nationale Grenzen sind bei dieser Vorgehensweise nicht wichtig. Interessierte Leser gibt es überall auf der Welt. Die eigene Darstellung im Internet spielt eine große Rolle. Auch wenn Sie von Werbung nichts halten: Über 80 % des Umsatzes bei Nischenthemen und verwandten Publikationen hängen vom Marketing ab. Inhalte sind wichtig, aber die Form des Verkaufs ist es auch.



## RASENDE REPORTER IM AUSLAND

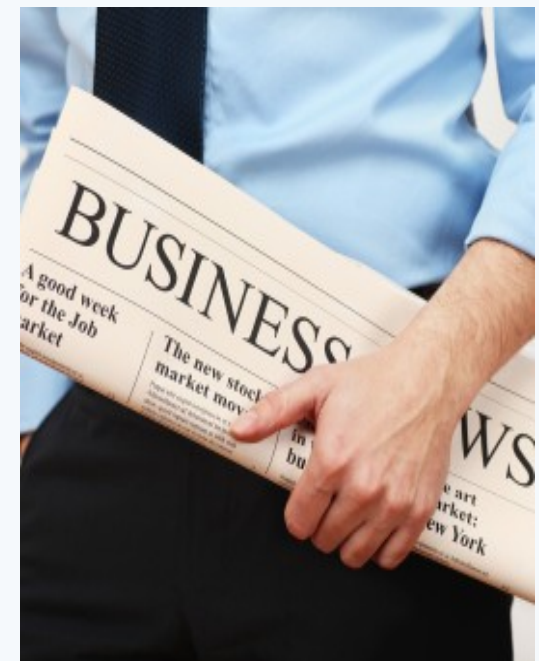
Teure Überraschung bei Tempoverstößen - Im Ausland gelten andere Regeln. Natürlich auch für Journalisten. Diese Erfahrung mussten zwei Österreicher aus der Steiermark machen, wie der Autoclub ÖAMTC in Wien mitteilte. Ein Mann war mit dem Auto seiner Mutter im italienischen Aostatal bei einer vorgeschriebenen Geschwindigkeit von 70 km/h mit einem Tempo von 81 km/h geblitzt worden. Dafür flatterte seiner Mutter als Fahrzeughalterin einige Wochen später ein eingeschriebener Bescheid mit einer Zahlungsaufforderung über rund 170 Euro ins Haus. Der Temposünder war schuldbewusst, das Bußgeld wurde also überwiesen. Sowohl er als auch seine Mutter versäumten aber, das beiliegende Schreiben genau zu lesen.

«Ein Fehler, wenn auch ein verständlicher. Die äußere Form des Begleitschreibens ließ nicht auf seine Wichtigkeit schließen, verfasst war es noch dazu in Italienisch und schlechtem Englisch, so dass es für Mutter und Sohn nicht verständlich war», schildert ÖAMTC-Juristin Verena Pronebner den Fall.

Wie sich später herausstellte, wurde die Fahrzeughalterin darin aufgefordert, den Lenker des Autos bekannt zu geben. Grund dafür ist das italienische Führerschein-Punktesystem. Jeder Lenker hat ein Kontingent mit 20 Punkten, von dem bei Verkehrsdelikten eine entsprechende Anzahl abgezogen wird.

«Bei einer Geschwindigkeitsüberschreitung von 11 km/h sind bereits fünf Punkte fällig, daher wird ein sogenanntes Lenkererhebungs-Verfahren eingeleitet», erläutert die ÖAMTC-Juristin. Weil die gewünschte Information nicht bei den italienischen Behörden eintraf, trat im Februar 2011 ein weiterer Bescheid die Reise nach Österreich an. Die Fahrzeughalterin sollte nun 260 Euro bezahlen wegen dem Verstoß «Nichterteilung der Lenkerankunft».

Von den Juristen des Autoclubs erfuhren sie später, dass es zwei Möglichkeiten gegeben hätte. Erstens: Lenker nennen, Bußgeld überweisen, Fall erledigt. Punkte im italienischen Führerscheinregister sind jenseits der Grenze wirkungslos. Das gilt auch für deutsche Autofahrer. Maximilian Maurer vom ADAC: «Punkteregister gelten nur im jeweiligen Land. Also werden Verstöße in Italien nicht nach Flensburg weiter gemeldet.»



## RASENDE REPORTER IM AUSLAND II

Man kann sich aber auch auf eine andere Lösung einlassen. «Der ADAC hat für solche Fälle einen Formbrief, in dem eine Zahlung abgelehnt wird», schildert Maurer den zweiten Weg und beleuchtet den Hintergrund: «Nach der Europäischen Menschenrechtskonvention hat jeder das Recht, den Tatvorwurf in einer ihm verständlichen Sprache zu erfahren und mit den Behörden in seiner eigenen Sprache in Kontakt zu treten.»

Das sei ein «echtes Problem», sagt Maurer. Deshalb verfolge der ADAC jeden einzelnen Fall. Doch einen Einspruch verpassten Mutter wie Sohn, so dass 260 Euro fällig wurden. Zwar kann eine solche Geldbuße derzeit nicht zwangsweise eingetrieben werden, weder in Deutschland noch in Österreich. Aber wird sie nicht bezahlt, verdoppelt sich der Betrag.

«Bei einer Polizeikontrolle in Italien könnte diese Summe eingefordert werden», warnt Maurer, und das könnte dann eine höchst unliebsame Überraschung werden und ein großes Loch in die Urlaubskasse reißen. «Das ist leider kein Einzelfall», stellt Maurer fest. «Gerade in Italien werden wegen Bagatelldelikten horrend Strafen fällig. Wenn sich die Autofahrer nicht rechtzeitig beraten lassen, wird es oft noch teurer.»

Bei Auslandsreisen empfiehlt es sich deshalb, sich über die jeweiligen Verkehrsregeln zu informieren und sie einzuhalten. Sollte eine Übertretung passiert sein und eine Strafe ins Haus flattern, ist es ratsam, diese nicht zu ignorieren.

Wenn man den fremdsprachigen Strafzettel nicht versteht oder man eine Reaktion, wie im genannten Beispiel, schon verpasst hat, sollte man sich anwaltliche Hilfe suchen. (Quelle: ddp)



## SINKENDE AUFLAGENZAHLEN

Veröffentlichte Auflagen stimmen selten mit den wirklichen Ergebnissen überein. Welcher Verlag möchte schon gern zugeben, dass die Auflagen der eigenen Publikationen ins Bodenlose sinkt? Mit innovativen Werbemaßnahmen und durch Geschenke bezahlte Kurz-Abos wird dann versucht, die Zahlen zu beeinflussen. Nur selten bleiben solche Neukunden jedoch dabei. Eine Kündigungswelle nach der anderen folgt. Es müssen daher immer wieder neue Aktionen gestartet werden, um die veröffentlichten Auflagen auch nur annähernd halten zu können. Mit der kostenfreien Abgabe von hochwertigen MP3-Playern, Uhren und anderen Geräten versuchen viele Verlage, Abos zu erhalten. Selbstverständlich tauchen solche Abos dann auch in der Statistik auf, obwohl viele Bezieher dann wieder nach kurzer Zeit kündigen. Die tatsächliche Auflage vieler Printmagazine dürfte also wesentlich geringer ausfallen, als oft publiziert. Es nützt aber dauerhaft nichts, sich in die eigene Tasche zu lügen. Oft liegen die Fehler in völlig anderen Bereichen. So werden leider gleiche oder ähnliche Inhalte massenweise veröffentlicht, um keine eigenen Redaktionskapazitäten aufbauen zu müssen. Wenn dann in Publikationen nur noch abgekupferte Inhalte zu lesen sind, muss sich niemand wundern, dass die Käufer ausbleiben. Gefragt sind einzigartige Berichte, innovative Storys, die eben nicht in jedem Blatt zu haben sind. Nötig sind auch neue Werbeformen, welche sich nicht an der traditionellen Geschenkverteilung orientieren.

## JOUEALISTEN IM INTERNET

Empfehlenswertes Buch für Journalisten mit Ambitionen im Internet: Der Autor Saim Rolf Alkan verdeutlicht in seinem Buch „Das 1 x 1 für Onlineredakteure“ erfolgreiches Schreiben für das Web und gibt zahlreiche Tipps für Einsteiger. Sämtliche Genres werden behandelt. Journalistische Grundregeln und die Umsetzung im Web werden erläutert. Sie lesen, wie gute Überschriften getextet werden, wie Blogs gestaltet werden, wie Newsletter bei den Lesern besser ankommen, wie Texte für Suchmaschinen optimiert werden sollten, wie Bildrecherchen durchzuführen sind. Zusätzlich finden Sie Checklisten, Tabellen und Grafiken für den schnellen Überblick. Kurz: Saim Rolf Alkan, 1x1 für Online-Redakteure und Online-Texter, BusinessVillage Verlag 2009, ISBN: 9783938358924, Preis: 21.80 Euro. Quelle, Kontakt: 0711 / 870 354 90, Fax: 0711 / 870 354 91



## 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/vertragscheck-rechtsschutz) 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.



## PRESSEAUSSWEIS FÜR EU-PARLAMENT

Europas Bürger lieben Pasta und Paella, schätzen die Freiheit und kulturelle Vielfalt des Kontinents, doch kommt der europäische Einigungsprozess nur in kleinen Schritten voran. Denn Europas Bürger haben ein grundlegendes Problem mit dem politischen Wirken, das hinter der Idee 'Europa' steht. Längst scheint die Idee in der sperrigen und taktierenden Welt der politischen Akteure ihre Faszination verloren zu haben. Um mehr über die zentralen Begriffe des politischen Alltags und den grundlegenden Interessen der EU zu erfahren, dafür ist auch die Presse zuständig. Das Europäische Parlament vergibt für Journalisten in Brüssel eine gemeinsame Akkreditierung bei den Organen der EU an. Journalisten erhalten eine Akkreditierungskarte.

Mit diesem Presseausweis sind verschiedene Rechte verbunden: Das Recht auf einen Arbeitsplatz im Pressearbeitsraum. Der Zugang zu den Parlamentsgebäuden wird möglich. Journalisten wird ein Informationsrecht eingeräumt. Die Nutzung des Presse-Parkplatzes ist möglich. Voraussetzung, damit Journalisten eine Akkreditierungszusage erhalten, ist die von den EU-Pressediensten festgelegten Kriterien zu erfüllen. Journalisten, welche die Kriterien nicht erfüllen, können eine ausschließlich für das Parlament dauerhaft gültige Akkreditierung erhalten, die vom Direktor Medien vergeben wird. Akkreditierungsanfragen richten Sie an:

AVaccreditations@europarl.europa.eu

Telefon: +32 2 284 4817 - Telefax: +32 2 230 1206

Unabhängig von der EU-Akkreditierungskarte besteht für Journalisten mit vorübergehenden Aufenthalt, einen Passierschein für eine bestimmte Sitzung oder Tagung zu beantragen. Es muss dazu ein Presseausweis vorgelegt werden. An wen können Sie sich wenden? Der Presse-dienst des Europäischen Parlaments verfügt über ein Team von Pressebeauftragten. Deren Aufgabe es ist, Repräsentanten der Presse, TV-Teams und Journalisten zu unterstützen und über das parlamentarische Geschehen zu informieren. Tages- bzw. Wochenakkreditierung in Brüssel und Straßburg: Für einen zeitlich begrenzten Aufenthalt können Journalisten und Medienschaffende bei Vorlage ihres (nationalen) Presseausweises am Presseingang des EU-Parlamentes einen Passierschein für eine bestimmte Sitzung oder Tagung erhalten.





## ZUSÄTZLICHE EINNAHMEN DURCH PR

Freie Journalisten haben es in diesen Zeiten nicht leicht. Ach die meisten Verlage spüren die Auswirkungen der Finanzkrise. Viele Verbraucher halten sich zurück und geben nur noch Geld für notwendige Güter wie etwa Lebensmittel aus. Der Medienkonsum gerät in breiten Schichten schon fast in den luxuriösen Bereich. Also wird gespart. Redaktionen kürzen die Budgets und vergeben viel weniger Aufträge an freie Kollegen. Diese sind bezüglich der zu erzielenden Einkommen sowieso schon bescheiden, aber die Situation mancher Betroffener macht doch nachdenklich.

Die Konsequenz: Andere Einnahmequellen müssen erschlossen werden. Dazu gehört auch die Öffentlichkeitsarbeit für Unternehmen. Viele größere Firmen unterhalten eigene PR Abteilungen. Einzelne freie Kollegen können in diesem Bereich also nichts ausrichten. Anders sieht es bei jungen Start-Ups aus, deren Budgets für solche Aktivitäten ohnehin bescheiden sind.

Wer sich in die jeweilige Materie einarbeitet und auch für wenig Geld PR Maßnahmen anstoßen kann, ist hier eindeutig im Vorteil, denn die Firmen brauchen eine Verbreitung ihrer Produkte in der Öffentlichkeit zu günstigen Konditionen. Etablierte Agenturen winken dann dankend ab und überlassen das Feld den Einzelkämpfern, die unkonventionell an die Aufgabe herangehen können. Manchmal wird auch eine rein erfolgsabhängige Vergütung vereinbart. Obwohl von solchen Modellen eher abzuraten ist, bieten sie doch einen Einstieg in die Welt der PR. Besonders wichtig ist die Integration von Online-PR.

Kontaktieren Sie kleinere Firmen und bieten Sie Ihre Dienstleistungen an. Viele Firmeninhaber haben noch nie PR-Maßnahmen in Auftrag gegeben und können den Wert guter PR nicht einschätzen. Mit Fakten können Sie diese Personen überzeugen und erst einmal kleiner beginnen. Haben Sie einen Fuß in der Tür und Ihr Job ist gut, sind Folgeaufträge fast schon sicher.

Als zusätzliches Betätigungsfeld eignet sich PR gut. Doch Sie müssen aus der Sicht des Kunden schreiben und ihre objektive journalistische Sicht hinten an stellen. PR-Texte erfordern werbliches Talent, ohne aber zu sehr in die Werbung abzugleiten, denn pure Werbeslogans und Superlative haben in der PR nichts zu suchen.



## INTERESSANTE URTEILE: URHEBERRECHT

Liegen allerdings Fakten vor, über die berichtet wird, so unterfällt dies keinem Verbot. Das hat am auch das OLG Hamm (Az.: 4 U 184/08) entschieden. Im zu behandelnden Fall ging es darum, dass eine Zeitung darüber berichtet hat, dass eine Stadt die Zusammenarbeit mit einer PR-Agentur eingestellt hatte, da die zu programmierende Homepage immer wieder Fehler aufwies. Die PR-Agentur sah in der Berichterstattung ein wettbewerbswidriges Handeln, da sie sich als Wettbewerber zu der Zeitung sah und dieser vorwarf, sie wolle auf diesem Weg gegen Konkurrenten vorgehen. Die Richter am OLG Hamm sahen bereits eine Wettbewerbssituation nicht als gegeben an, da dazu zumindest die Seite hätte online und mit Inhalten gefüllt sein müssen. Darüber hinaus handle es sich bei der Aussage, die Homepage sei „mit Mängeln behaftet“ nicht um üble Nachrede, da es der Wahrheit entspreche. Fazit: Im Geschäftsverkehr ist Vorsicht geboten bei Aussagen über andere Marktteilnehmer! Um nicht mit dem Wettbewerbsrecht in Konflikt zu geraten, sollte ein spezialisierter Rechtsanwalt befragt werden, bevor öffentliche Aussagen über andere Gewerbetreibende gefällt werden. Quelle: NewsPr.DE Info: <http://www.designvocat.com>

Betreiben Sie als Journalist eine eigene Website, einen Blog oder ein Newsportal? Viele Internetunternehmer und Journalisten kennen das Problem: Abmahnungen wegen unvollständiger Impressums-Angaben. Das Internetrechtsportal eRecht24, betrieben von Rechtsanwalt Sören Siebert, stellt einen kostenlosen Impressums-Generator zur Verfügung. Nach dem Telemediengesetz (TMG) ist jeder Internetseitenbetreiber verpflichtet, gesetzlich vorgeschriebene Angaben zum Betreiber der Website zu machen. Zu den notwendigen Impressumsangaben zählen etwa die Rechtsform des Betreibers, die Umsatzsteuer-ID, vertretungsberechtigte Personen, Kontaktdaten oder die spezifischen berufsrechtlichen Vorschriften. Wie die gesetzlichen Vorgaben des TMG in der Praxis umgesetzt werden müssen, wurde durch die Rechtsprechung in etlichen Urteilen klargestellt. Beispielsweise genügt weder die bloße Angabe einer Postfachadresse noch ein Kontaktformular ohne Angabe der E-Mail-Adresse den gesetzlichen Bestimmungen. Um die rechtlichen Fallstricke bei der Impressumserstellung zu umgehen, hat eRecht24 einen Impressums-Generator entwickelt, welcher Ihre Angaben entsprechend umsetzt. Sie können so ein individuell auf Ihre Website zugeschnittenes Impressum erstellen und dieses im Anschluss in Ihre Website einbinden. Quelle: NewsPr.DE Info unter: <http://www.e-recht24.de>



## PRAXISLEITFADEN FÜR ONLINE-PR

Für das Veröffentlichen von Pressemeldungen auf Presseportalen im Internet gelten besondere Regeln. Neben den Qualitätsstandards von Presseportalen sollten die korrekte Form und die besonderen Kriterien der Suchmaschinen beachtet werden. Das Team von PR-Gateway hat einen Praxisleitfaden veröffentlicht, der die sieben goldenen Regeln für Online-Pressemitteilungen erläutert.

Fehler bei Online-Pressemitteilungen vermeiden. Mehr und mehr PR-Profis erkennen den Nutzen der Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf Presseportalen im Internet. Mit Hilfe von Presseportalen lässt sich die Reichweite erhöhen und neben Journalisten werden Endkunden gleichermaßen erreicht. Die Einbindung von wichtigen Keywords und Links in den Meldungen verbessert die Auffindbarkeit der Pressemitteilung bei Suchmaschinen maßgeblich. Insofern darf das Veröffentlichen auf Presseportalen als Werkzeug der Öffentlichkeitsarbeit nicht fehlen. Doch sind einige Punkte bei der Veröffentlichung von Online-Pressemitteilungen zu beachten. Kostenlose Presseportale haben eigene Qualitätsstandards, anhand derer eine Pressemitteilung vor der Freischaltung geprüft wird. Schon einfache Formfehler können zu einer Ablehnung der Pressemeldung führen. Spezielle Anforderungen sind auch im Hinblick auf die Suchmaschinen gegeben. Die falsche Verwendung von Keywords, Links oder Zitaten kann dazu führen, dass die Pressemeldung beim Presseportal oder bei den Suchmaschinen durchfällt. Eine für das Internet optimierte Pressemeldung hat jedoch ein hohes Potential für die Erhöhung der Reichweite im Internet. Es sind nur einige wenige Punkte zu beachten, um die Auffindbarkeit der Pressemeldung im Internet zu optimieren. Der neue Praxisleitfaden von PR-Gateway gibt wichtige Tipps für das erfolgreiche Veröffentlichen im Internet und erläutert die sieben goldenen Regeln für Online-Pressemitteilungen. "Veröffentlichungen im Internet unterliegen einigen neuen Kriterien.

Mit einer regelmäßigen Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf Presseportalen lässt sich die Reichweite der klassischen Pressearbeit um ein Vielfaches steigern. PR-Gateway erleichtert die Veröffentlichung von Pressemeldungen auf Presseportalen, da es die parallele Übermittlung an mehrere Presseportale ermöglicht. Die zeitaufwendige Mehrfacherfassung bei den einzelnen Portalen entfällt dadurch. Mehr als 50 Presseportale sind bereits an PR-Gateway angeschlossen und lassen sich parallel mit einem Klick erreichen. Den Praxisleitfaden gibt es kostenlos unter: <http://www.pr-gateway.de/white-papers/goldene-regeln> | Quelle: NewsPR.DE



**HERAUSGEBER**

Deutscher Verband der Pressejournalisten AG  
Annette-Kolb-Straße 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951.98.431  
Telefax: +49 (0) 841-951.99.661  
Email: [magazin@dvpj.org](mailto:magazin@dvpj.org)  
Internet: <http://www.dvpj.org>  
Vorstand: Rudolf H. Walter

Steuernummer: 124/120/50507  
UST-ID gem. § 27 a UStG: DE 261400974  
Sitz der Gesellschaft: Ingolstadt  
Aufsichtsratsvors.: Dipl. Betriebswirt Wolfgang Hengl

Urheberrechte Texte und Gestaltung:  
Deutscher Verband der Pressejournalisten AG  
Fotos: Lizenziert über fotolia.de

**REDAKTION UND REDAKTIONELLE MITARBEI**

Rudolf H. Walter (Verantwortlich i. S. d. P.)  
Peter Neumann  
Robert Weber

**VERLAG UND VERTRIEB**

Reichstein Research Group, Inc. und G.N.S. Press Association Inc. - Annette-Kolb-Straße 16 - D-85055 Ingolstadt

**HAFTUNGSAUSSCHLUSS UND COOPYRIGHT**

Haftungsansprüche gegen den Herausgeber/Verlag welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter/unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind ausgeschlossen, sofern kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt. Der Verlag/Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen bzw. Richtigkeit der Bezugsquellen sowie für die Eignung für Zwecke des Nutzers. Die in dieser Publikation verwendeten Inhalte unterliegen dem Urheberrecht. Ohne Erlaubnis darf dieses Magazin, auch auszugsweise oder Teile davon, nicht vervielfältigt, übertragen, in andere Sprachen übersetzt, abgeschrieben, in abrufbaren Systemen gespeichert oder verbreitet werden, unabhängig, auf welche Weise oder mit welchen Mitteln dies geschieht. © Copyright by Reichstein Research Group Inc.

