

# DVPJ NEWS-REPORT

MAGAZIN FÜR JOURNALISTEN & MEDIENSCHAFFENDE ★ DEUTSCHLAND ★ ÖSTERREICH ★ SCHWEIZ

Volume V 4. Jahrgang  
Ausgabe Juli 2010

Anzahl der Downloads  
im Vormonat: 6997

Story-ID: 22-A1324-7  
IDSN-Nr. 24/2010-2711

## KRISE ALS CHANCE?

Noch immer verkleinern Verlage die „journalistischen Stammbesetzungen“. Ehemals erfolgreiche Redaktionen werden zum Teil halbiert. Die freigesetzten Mitarbeiter wechseln dann notgedrungen ins Lager der „Freien“. Deren Spielwiesen reduzieren sich jedoch auch, da Magazine und Tageszeitungen immer öfter auf Standardmeldungen zurückgreifen und diese anpassen. So finden die Leser dann in vielen Publikationen die gleichen Themen und Sachverhalte wieder. Vor allem in der Nachrichtenberichterstattung ist diese Entwicklung auffällig. Freie Kollegen dürfen dann vielleicht noch in Sonderbeilagen Reportagen liefern. In das Tagesgeschäft involviert zu werden, ist leider schwer und äußerst mühsam. Beispiel: Im Dezember letzten Jahres hat der Deutsche Depeschendienst (ddp) den deutschen Ableger von Associated Press (AP) übernommen.

Seither erhielten einige Mitarbeiter Kündigungen. Die Bildredaktion wurde praktisch zerschlagen. Auch der Schweizer Ableger wurde übernommen und die dort beschäftigten Kollegen erhielten ihre Kündigung. Das ist nur ein Beispiel. Auf diese Weise werden zurzeit etliche Redaktionen „verkleinert“. Was ist zu tun? Ein mögliches Betätigungsfeld ist das sogenannte Corporate Publishing. Hier arbeiten Redaktionen an Kundenmagazinen, der Selbstdarstellung von Unternehmen und der Kundenbindung. Kundenmagazine erreichen heutzutage beachtenswerte Auflagen. Denken Sie nur an die Magazine der Krankenkassen und der Automobilkonzerne. Oft suchen die Redaktionen unterhaltsame Artikel und Reportagen mit den passenden Fotos. Die Magazine sollen informieren und unterhalten. In diesem Bereich können sich freie Kollegen mit Sachkenntnissen und guten Berichten etablieren. Nutzen Sie auch das Internet als Plattform für den Vertrieb eigener Erzeugnisse. Die Selbstvermarktung dürfte in naher Zukunft für viele Journalisten ein bedeutender Einkommensfaktor darstellen. [↪ Weiterlesen...](#)



## WIE AUS LESEINTERESSE UMSATZ WIRD

Neues Publishertool erfolgreich getestet: Meetrics und d.core ermitteln Indikatoren für die Zahlungsbereitschaft der User für Paid Content und unterstützen damit die Optimierung der Paid Contentansätze von Onlineangeboten und Verlagen. Welche Faktoren sind entscheidend für einen effektiven Einsatz von Paid Content? Oder anders gefragt: Wann sind User bereit, für Inhalte zu zahlen? Das Berliner Webanalytics-Unternehmen Meetrics und die Münchener Consultingagentur d.core kennen nach einer genauen Erforschung des Leseverhaltens auf Verlagswebsites jetzt die Antworten auf diese Fragen.

Mit der zum Patent angemeldeten Reading Stream Analytics-Methode (RSA), die den Lesekonsum beispielsweise von Nachrichtenportalen in Echtzeit erfasst, werden über eine technische Messung Indikatoren ermittelt, die auf eine erhöhte Zahlungsbereitschaft der User für Inhalte schließen lassen. Dies sind u. a. die Lesequote (wie vollständig wird ein Beitrag gelesen) oder die Bounce-Rate (Anteil der User, die einen Artikel zwar anklicken und anlesen, dann aber abbrechen).

Erstmals wurde das Tool durch das führende österreichische Wirtschaftsportal wirtschaftsblatt.at im Zuge der Einführung eines Paid Contentmodells erfolgreich eingesetzt. Bei der Analyse zeigten sich z. B. hinsichtlich der Relevanz einzelner Artikel große Unterschiede: Insbesondere exklusiv vom Wirtschaftsblatt recherchierte Hintergrundberichte zum Wirtschaftsgeschehen wurden von vielen Lesern vollständig gelesen.

Andere Nachrichten jedoch, die zwar häufig aufgerufen, dann aber nur kurz angelesen wurden, trugen kaum zur Steigerung der Zahlungsbereitschaft bei. Die Analysen auf Basis der Meetrics-Technologie unterstützen die Redaktion des Wirtschaftsblatt bei der Auswahl von Artikeln und Inhalten für das Bezahlangebot auf Basis ihres technischen Messverfahrens und vermeiden dadurch Verärgerung oder Reaktanzeffekte bei den Usern.

„Wir haben diese Studie durchgeführt, weil wir wissen wollten, welche Inhalte unseren Usern so wertvoll sind, dass sie dafür ein Onlineabonnement abschließen würden“, so Alexis Johann, Mitglied der Chefredaktion und Ressortleiter Digitale Medien des Wirtschaftsblatt.



## WIE AUS LESEINTERESSE UMSATZ WIRD

„Unsere Analysen zeigen, dass Pageimpressions kaum Aufschluss darüber geben, welche Inhalte für Nutzer wirklich relevant sind. Relevanzbewertungen aus Nutzersicht erfordern die Anwendung gänzlich neuer Verfahren. Nur durch die gleichzeitige Analyse von Inhalt und Leseverhalten können belastbare Handlungsempfehlungen erarbeitet werden – und das sogar in Echtzeit“, erläutert Felix Badura, Marketing- und Vertriebsleiter von Meetrics, die Studienergebnisse. „Die Zahlungsbereitschaft bemisst sich am klaren Mehrwert, den ein Nachrichtenportal im Vergleich zu anderen Websites seinen Lesern bietet. Nachrichtenportale sind gut beraten, nicht nur in die Bereitstellung exklusiver und anspruchsvoller Inhalte zu investieren, sondern auch in Verfahren, die sofort zeigen, ob die Inhalte von den Nutzern als relevant wahrgenommen werden“, ergänzt Andrea Eckes, Beraterin mit Schwerpunkt digitale Medien von d.core. Info unter: <http://www.meetrics.net>

## BANKSCHLISSFACH FÜR DATEN

Ideal für Journalisten: Mindtime Backup bietet das "Bankschließfach" für Daten an PC Online Backup ist die ideale Lösung für Alleinunternehmer, Freiberufler und kleine Unternehmen. Mindtime Backup, der Spezialist für Online Backup und Backup-Appliances, überträgt die seit Jahren bewährte Qualität seiner Unternehmenslösungen auf den Markt der kleinen Unternehmen und Freiberufler. Das Produkt "PC Online Backup" sichert ganz einfach, zuverlässig und ohne Zeitaufwand die Daten vom PC, Apple Mac oder Laptop in ein hochsicheres, deutsches Rechenzentrum. Vertraulichkeit ist über die hohe Verschlüsselung von 256 Bit, sicher codierte Übertragung und den eigenen, "privaten" Schlüssel gewährleistet, den nur der Anwender selbst kennt. Das Abonnement für ein Jahr für 10 GByte kostet lediglich 5,75 Euro pro Monat (netto, ohne MwSt.).

Der Siegeszug von Social Web Anwendungen wie FaceBook oder von webbasierten Werkzeugen für den Vertrieb wie etwa Salesforce, macht es vor. Warum nicht die Daten via Browser und einer speziellen Backup-Routine via Internet speichern? Damit die Anwender eine solche Lösung akzeptieren, ist vor allem absolute Vertraulichkeit und Sicherheit zu gewährleisten. [↪ Weiterlesen...](#)

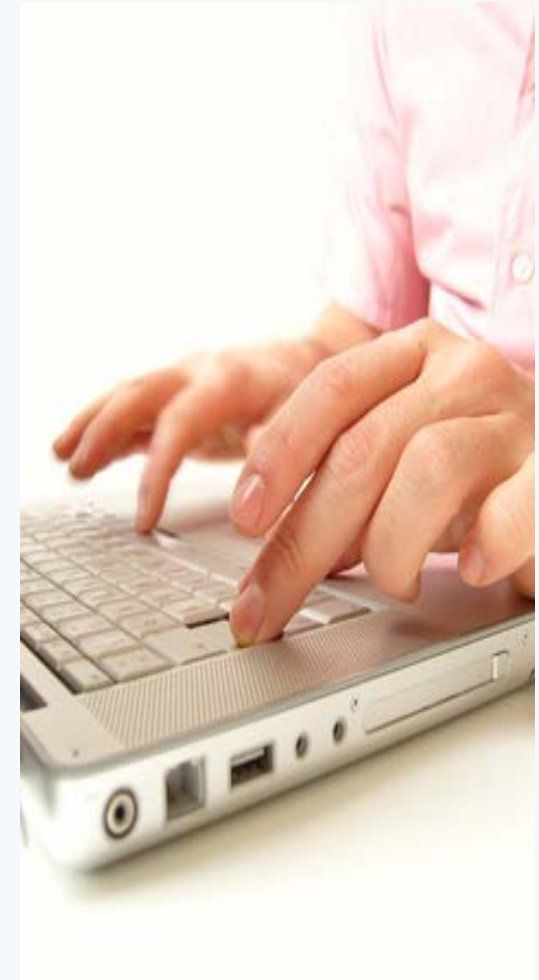


## BANKSCHLISSFACH FÜR DATEN

Deshalb hat Mindtime Backup seinen Service so aufgebaut, wie die Benutzung eines Bankschließfachs. Die Daten werden komprimiert und verschlüsselt und werden per https verschlüsselt übertragen. Den Schlüssel zu den Daten hat nur der Anwender selbst. Die "Bank", das heißt Mindtime und der Vermieter des Bankgebäudes (in diesem Fall das hochsichere Rechenzentrum der Telecity Group in Frankfurt) kommen nicht an die Daten des Anwenders heran. Gleichwohl kann der Anwender seine Daten jederzeit wieder vom Speicherplatz im Rechenzentrum zurückholen. PC-Backup-Anwender haben die Möglichkeit, kontinuierlich täglich oder wöchentlich Daten zu sichern. Das zur Verfügung stehende Datenvolumen ist 10 GByte, was sich bei gut komprimierbaren Dateien, wie Texten, auch auf 15 GByte erweitern kann. PC Online Backup sichert alle Daten oder nur die Datenformate, die der Anwender will. Quelle: ots | Info: <http://www.mindtimebackup.de>

## KRISE ALS CHANCE?

Immer mehr Verbraucher surfen im Web und sind auf der Suche nach Nischenthemen und immer weniger Bürger lesen Zeitungen und sind von den derzeit angebotenen Publikationen nicht unbedingt begeistert. Der moderne Journalist agiert mit mindestens einer Webseite. Er gewinnt seine Kunden durch kostenlose Angebote wie Newsletter, interessante Webseiten und Sonderaktionen mit eBooks. Wer braucht Verlage? Die Selbstvermarktung ist ohne Zweifel eine sehr aussichtsreiche Methode, als Journalist überhaupt noch dauerhaft Einnahmen zu erzielen. Dabei ist die Konzentration auf Nischenthemen erforderlich. Mit dem „Nachrichtenmainstream“ der Konkurrenz erreichen Sie nichts im Web. Eine große Rolle spielt der Aufbau eines eigenen E-Mail Verteilers. Mit E-Mail - Adressen können Sie ständig Geld verdienen. Zunächst besteht die Möglichkeit, diese mit gutem Content zu beliefern und die Abonnenten somit bei der Stange zu halten. Dann folgt die Bewerbung eines kostenpflichtigen Produktes passend zur Nische. Eine weitere Möglichkeit ist die Bewerbung fremder Dienste mit anteilmäßiger Provision. Kurz: Mehrere Einkommensströme aus unterschiedlichen Quellen fließen dem Betreiber zu. Ein festes Gehalt gab es in der Vergangenheit. Multitasking bei der Arbeit und den Einnahmen ist die Zukunft.



## JOURNALISTEN UND KUNST

Ein Ausflug in die Kunstszene? Wie Sie mit Künstlern und deren Eigenschaften Geld verdienen können. Die meisten bildenden Künstler verfügen über einen bescheidenen Auftritt in der Öffentlichkeit. Journalisten können hier hilfreich zu Seite stehen und deren PR-Arbeit unterstützen. Viele Künstler wissen nicht einmal, dass es vorzügliche Plattformen im Web gibt, mit denen sie ihre Bekanntheit gratis steigern können, indem Werke online präsentiert werden. Die interessierte Besucherschar freut sich über die Entdeckung neuer Künstler. So mancher hoffnungsvolle Nachwuchskünstler hat über solche Plattformen Galerien gefunden, Ausstellungen realisieren können und Werke an Kunstsammler verkauft.

Viele Journalisten haben bereits eine Künstler PR-Arbeit durchgeführt und können bestätigen, dass hier ein weites Feld für fachkundige Kollegen besteht. Die Kunden sind für jede Unterstützung, jeden daraus entstehenden Auftrag dankbar. PR findet eben nicht nur in der Industrie statt. Die Kunstszene hat massiven Nachholbedarf. Die meisten Künstler haben noch nicht erfasst, welche Wirkung eine gute PR für Ihr Schaffen haben kann. Sobald die ersten Ergebnisse sichtbar sind, werden die Budgets für zukünftige Aktionen auch genehmigt. Für freie Journalisten können sich in diesem Feld noch Arbeitsmöglichkeiten ergeben. Zu Anfang sollten Sie mit eher geringen Honoraren agieren. Diese lassen sich jedoch mit der Zeit steigern.

## NEUES INFOSPORTAL FÜR JOURNALISTEN

Die PR-Agentur Daylight Public Relations International bietet Journalisten ein neues Download Portal. Firmen präsentieren darauf neue Entwicklungen, News, Bilder, Termine und Produkte. Die Dokumente stehen zur freien Verfügung. Der Fokus liegt auf Fachinformationen in hoher Qualität, die für Besucher ohne Registrierung präsentiert werden. Damit gelingt die Informationsbeschaffung zu neuen Produkten, Technologien und Lösungen einfacher. Alle eingestellten Daten sind zum Download vorgesehen. Das Portal dient Journalisten für die schnelle Suche nach Informationen. Info unter: <http://www.daylight-pr.com>



## GEMA: INTERESSANT FÜR TEXTSCHAFFENDE

Verteilerschlüssel birgt viele Geheimnisse: Die Gesellschaft für musikalische Aufführungsrechte kümmert sich um die Rechte und Abrechnung für angeschlossene Mitglieder (Urheber). Dies sind zum größten Teil Komponisten, Verlage, Musikproduzenten. Die meisten Titel moderner Prägung sind jedoch auch mit einem Text ausgestattet. Songtexter arbeiten mit Produzenten, Komponisten zusammen und versuchen meistens, einen eingängigen Titel zu erstellen, der es hoffentlich in die Charts schafft. Doch auch wenn keine einzige CD verkauft wird, kann der Texter trotzdem Geld verdienen! Wie ist das möglich?

Es liegt am Verteilerschlüssel bei der GEMA: Sobald ein Text auf Tonträger mit LC Nummer (Labelcode) veröffentlicht wird und der Texter Mitglied der GEMA sind, meldet der Produzent bzw. der Urheber den Titel bei der GEMA zur Verwertung an. GEMA als Inkassobüro: Diese zieht dann Gelder für Veröffentlichung und Sendung für die Urheber über Verwertungsgesellschaften weltweit ein. Was bedeutet das?

Die GEMA ist für Texter wie ein Inkassobüro, dass überall Gelder einziehen darf. Im Mitgliedsvertrag ermächtigen der Texter die Gesellschaft dazu. Sobald der Titel bzw. Text auf Sendung geht, entsteht ein Anspruch auf Vergütung. Wird ein Titel oft gespielt, verdienen die Urheber Geld, unabhängig davon ob der Tonträger gut verkauft wird. Das nutzen viele Produzenten, die sich als Komponist und Texter noch etwas Geld hinzuverdienen. Der Musikverlag erhält 40 % der Ausschüttung. Komponist und Texter teilen sich die restlichen 60 % jeweils 50:50. Wird der Titel nicht verlegt, erhalten die Urheber den ganzen Kuchen.

Zusätzlich gibt es noch die „mechanische GEMA“, die von der verkauften Auflage des Tonträgers abhängt. Erfahrene Produzenten arbeiten mit guten Textern zusammen. Das kann sich lohnen: Musiker und Komponisten sind im Texten oft nicht besonders begabt. Verständnis und Begeisterung für Musik sollten allerdings vorhanden sein. Texter mit Kontakten in die Welt der Musik und Tonstudios können schnell davon profitieren.

Die größten Hits der Geschichte wurden fast immer von einem Komponist und einem Texter geschrieben. Musik mit Text wird es immer geben, egal in welcher Form diese vermarktet wird. Die Künstler kommen und gehen, doch die Urheber bleiben meist noch viel länger aktiv.



## 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.



## 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.



## JOURNALISTEN UND DIE KRISE

Stehen wir am Rande des wirtschaftlichen Abgrunds? Führende Wirtschaftsweisen aus den Forschungsinstituten malen ein sehr düsteres Bild für die nahe Zukunft. Ohne Zweifel deuten die stark sinkenden Auftragseingänge in der Industrie auf eine Ausweitung der Rezession hin. Sollte es tatsächlich zur großen Depression kommen? Die Anzeichen dafür sind sichtbar. Solange die Regierungen ihr Vorgehen abstimmen und die Inflation nur „schleichend“ bemerkbar wird, besteht noch kein Grund zur Sorge. Bedenklich ist, dass die größte Volkswirtschaft der Welt Geld im Sekundentakt ohne Deckung druckt und Regierungen eigenen Staatsanleihen kaufen, um den Markt zu stabilisieren. Die sinkenden Auftragseingänge führen zum Abbau von Kapazitäten. Die Arbeitslosenquoten dürften steigen unweigerlich ansteigen. Sollte dieses Niveau auf ein unverträgliches Maß anwachsen, sind soziale Unruhen nicht mehr weit entfernt. Arbeitnehmer in Frankreich könnten als Erste einen Flächenbrand auslösen. Noch ist es nicht soweit, aber die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache. Gerade die beschäftigungsträchtigen Industrien haben mit massiven Einbrüchen zu kämpfen und die Kosten laufen weiter. Wenn also kein Licht am Ende des Tunnels auszumachen ist, folgen Entlassungswellen. Spannende und schwierige Zeiten stehen bevor. An Themenmangel leiden Pressevertreter in naher Zukunft nicht.

## FÜR BILDAGENTUREN UND FOTOGRAFEN

Das Onlinemagazin Pixmag bietet kostenlose Kleinanzeigen für Bildagenturen und Fotografen. Obwohl erst im März 2009 gestartet, hat sich das Onlinemagazin der Bildbranche, sehr schnell zu einer festen Größe im spannenden Markt der Bildagenturen und Fotojournalisten entwickelt. Unter [www.pixmag.de](http://www.pixmag.de) finden Bildredakteure, Fotografen und Bildagenturen die aktuellsten und wichtigsten Nachrichten, Veranstaltungen und Termine der Bildbranche. Um auch im Bereich des Kundenservice weiterhin neue Maßstäbe zu setzen, bieten die Macher von [www.pixmag.de](http://www.pixmag.de) ab sofort Bildagenturen und Fotografen die Möglichkeit, kostenlose Kleinanzeigen zu schalten. Schalten Sie doch einfach Ihre Kleinanzeige kostenlos auf Pixmag. Details zu diesem Service hierzu finden Sie unter: <http://www.pixmag.de> Bildredakteure, Fotografen und Bildagenturen finden dort auch aktuelle und wichtige Nachrichten, Veranstaltungen und Termine.



## 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 2009 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>



## PLAGIATE ERKENNEN UND ENTDECKEN

So mancher Kollege hat schon seine mit Sorgfalt und Herzblut erstellten Texte auf Webseiten gefunden, ohne dafür eine Freigabe erteilt zu haben. Urheberrechtsverletzungen aller Art sind an der Tagesordnung. Die aktuelle Technik ermöglicht leichtes Kopieren und die Erstellung einer kompletten Webseite mit geklauten Texten ist mit relativ wenig Aufwand möglich. Die neue Software Un.co.ver hilft bei der Suche nach Plagiaten. Das Programm schützt vor Copyright Verletzungen und Diebstahl von Content. Es prüft Texte per Copy & Paste, URL Eingabe und durchsucht Webprojekte automatisch. Nach Eingabe einer Quelle werden Webseiten mit ähnlichen oder identischen Texten in einer Tabelle angezeigt. Die kopierte Wortanzahl, prozentuale Übereinstimmung und die jeweilige URL und gefundene Textabschnitte werden übersichtlich dargestellt. Das Programm sendet Textfragmente an eine Suchmaschine und wertet die besten 10 Ergebnisse aus. Die gefundenen Seiten werden Wort für Wort geprüft. Um eine schnelle Anzeige von Ergebnissen zu ermöglichen, sollten Sie die Menge der Fragmente reduzieren. Dann erhalten Sie einen raschen Überblick, wie viele Kopien im Umlauf sind. Für die genaue Prüfung empfiehlt sich die Genauigkeit der Textfragmente zu verstärken. Allerdings müssen Sie dann mit längeren Wartezeiten rechnen. Die Windows Version erfordert Java. Kontakt: <http://www.textbroker.de/uncover>

## 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



**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, John Fox (JF), Karlheinz Wagner (KW),  
Martin Brand (MB), Sven Klippel (SK),

Sven Klippel (SK) Rainer Eckmann (RE),  
Jürgen Hampel (JH), Dr. Bernd Staudte (BS),  
Torsten Habig (TH)

**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.

