Bandgasse 20/1 | 1070 Wien
office@HRweb.at
Tel +43 / 699 / 17 16 22 00

Gast-Autoren-Hinweise

Das Anliegen des HRweb ist es, den Usern interessante, aktuelle Artikel zu bieten und wir freuen uns, zusätzlich zu unserem stabilen Autoren-Stamm auch Gastautoren begrüßen zu dürfen!
Bevor Sie sich hineinstürzen ins Schreiben eines HRweb-Artikels, habe ich noch einige Hinweise, Ideen & Tipps für Sie:

Zielgruppe

Ihre Artikel müssen für die Zielgruppe (Personalisten, Führungskräfte, Personaldienstleister) interessant sein. Texte, die an der Zielgruppe vorbeigehen können wir nicht online stellen.

Inhalt

Bitte stimmen Sie sich – bevor Sie einen Artikel verfassen – mit uns ab und geben Sie uns einen kurzen Abriss des Beitrags. Der Inhalt kann in unterschiedliche Richtungen gehen. Er kann

- hohe Praxisrelevant aufweisen,
- eine Studie beleuchten oder auch
- wissenschaftliche Inhalte hinterfragen

etc., je nach Ihrer Expertise. Schöpfen Sie Ihren persönlichen Erfahrungsschatz und Interessensgebiete aus, um authentische und spannende Artikel zu kreieren.

Sprache & Stil

Der HRweb-Zusatz „Die erfrischende Plattform für Human Resources“ soll sich auch in den Beiträgen widerspiegeln!

- Die Sprache soll (selbst wenn es sich um wissenschaftliche Inhalte handelt) verständlich (nicht „einfach“) sein. Schreiben Sie daher spritzig, praxisbezogen, prägnant, nachvollziehbar und gerne können Sie kontroverse Ideen darstellen. Oft sind kurze Sätze besser als umständliche Verschachtelungen.
- Achten Sie darauf vor allem im Titel! Denn er ist es, der darüber entscheidet, ob sich ein Leser angezogen fühlt und den Artikel anklickt, um ihn zu lesen!
- Vermeiden Sie stark werbliche Texte, sondern schreiben Sie objektiv! Werblich geschriebene werden als Promotion oder „bezahlter Text“ ausgewiesen und sind kosten-pflichtig.
- Gendergerechte Schreibweise: als lesefreundliche Schreibweise setzen wir folgendes um: Versuchen Sie tatsächlich geschlechtsneutrale Formulierungen zu verwenden (Personen, Menschen, Mitglied, Individuum, Mitarbeitende, Beschäftigte, Vorgesetzte, Fachkräfte, Verantwortliche, Team, Teilnehmende, Studierende, Zuhörende , Lernende, Lehrende, Auftraggebende; alle, jemand, niemand). Ist das nicht möglich (oder würde es den Satz unnötig umständlich erscheinen lassen), machen Sie folgendes: die 1. Nennung ist männlich + weiblich. Danach abwechselnd weiblich und männlich.
- Senden Sie den Text als Word-Dokument. Fügen Sie Ihrem Beitrag (wenige!) Links zur weiteren Info des Lesers hinzu.
- Ergänzen Sie Ihren Beitrag durch Abbildungen und Statistiken (mailen Sie die Grafiken bitte als eigenes Attachment an, sie lediglich ins Word-Dokument einzufügen ist nicht ausreichend). Gehen Sie im Text auf Ihre Abbildungen und / oder Statistiken ein.
- Ihre Inhalte müssen sich auf Fakten beziehen und der Wahrheit entsprechen. Gerne können Sie in Spekulationen abgleiten, doch dann weisen Sie darauf hin, um nicht Fakten und Spekulationen undifferenziert nebeneinander zu stellen.
- Die Redaktion des HRweb behält sich vor, textliche Änderungen ohne Rücksprache vorzunehmen!

Urheberrecht

Jeder Autor ist selbst dafür verantwortlich, dass keine Urheberrechte verletzt werden! Das bedeutet, Sie stehen persönlich dafür ein, dass Ihre Beiträge keine Abschriften fremder Texte sind, keine Grafiken oder Bilder ohne Erlaubnis des Urhebers ins HRweb eingespeist werden und keinerlei Inhalte die Rechte Dritter verletzen.
Gemeinsam mit Ihrem Artikel müssen Sie die Datenschutzerklärung (siehe „HRweb_Redaktionelle-Beitraege_Vorlage.docx“) ausgefüllt an uns senden.

Strukturierung

Ihre Beiträge sollen optisch ansprechend gestaltet sein, um dem Leser bereits auf den ersten Blick ein Struktur zu vermitteln und Lust aufs Weiterlesen machen!
Beachten Sie daher: Überschrift, Bild und Leadtext sind jene Elemente, die der Leser bereits auf der Startseite sieht. Diese sollen den Leser animieren, Ihren Artikel anzuklicken! Überlegen Sie daher, wie sie formulieren - am besten kurz, präzise, überraschend, spannend!
Um allen Artikeln im HRweb ein einheitliches Bild nach außen zu geben, wird eine einheitliche Formatierung gewählt:

Titel	Max 55 Zeichen, erscheint automatisch auf die Startseite. Dieser Titel muss es schaffen, dass er den Leser dazu bringt, den Titel anzuklicken und den Beitrag zu lesen. Dieser Titel muss so aussagekräftig sein, dass der Leser weiß, worüber der Beitrag handelt. Der Titel muss so ansprechend formuliert sein, dass der Leser Lust bekommt zu klicken und zu lesen.
Leadtext	Der Leadtext ist die Einführung in den Artikel, er steht am Beginn Ihres Beitrages und wird größer geschrieben. Üblicher Weise ist es ein Absatz (max 3 Zeilen). Dieser Leadtext soll einen kurzen Überblick über den Inhalt des Artikels geben und den Leser Lust machen, weiterzulesen. Dieser Text bildet auch den Teaser-Text auf der Startseite & in den Social Media.
Text	Bitte achten Sie auf Übersichtlichkeit innerhalb Ihres Beitrages und verwenden Sie Überschriften, Aufzählungen, etc., wobei die Seite keineswegs „verspielt" aussehen soll!
Textlänge	Fachartikel 4ooo-10ooo Zeichen; Kurzartikel bis 4ooo Zeichen, HR-Tipp bis 2ooo Zeichen. Sollte ein Inhalt zu lang sein, ist es oft eine gute Idee, ihn in 2 Artikel zu teilen. Dann aber müssen beide Artikel getrennt voneinander existieren können. Auch kleine Artikel-Serien sind möglich.
Links	Fügen Sie Ihrem Text Links hinzu, um dem Leser eine tiefere Recherche zu ermöglichen bzw. verlinken Sie zB auf Studienergebnisse, auf die Sie eingegangen sind. Wir setzen do-follow-Links, diese bleiben mind. 24 Monate online. Aufgrund unserer SEO-Maßnahmen verwenden wir keine Links mit „?" oder anderweitige Hinweise auf eine Kampagne. Ausnahme: der Beitrag ist als „bezahlter Text" ausgewiesen.
Bilder	Am Beginn des Artikels ist ein Bild sichtbar. Bilder animieren User, Artikel zu lesen. Sollten Sie ein passendes Bild besitzen (inkl. der Bildrechte), können wir es gerne übernehmen, darauf besteht jedoch kein Anspruch (mind. 1600 px breit, 800 px hoch). Sie können auch durch pixabay.com schmökern (kostenfreie Bilder). Andernfalls wählen wir ein Bild, das zu Ihrem Beitrag passt.
Gast-Autor	ca 3 Zeilen über Sie als Gastautor werden am Ende des Artikels angeführt, gerne inkl. Link zu Ihrer www + Foto (mind 600px breit).

Weitere Verbreitung Ihres Artikels

- Social Media: Ein Großteil der Artikel wird in den jeweils passenden Social-Media-Accounts von HRweb gepostet: Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn. Welcher Artikel in welchen Kanälen landet, entscheidet die HRweb-Redaktion individuell.
- Newsletter: die meisten Artikel werden in unseren Newsletter aufgenommen.
- SEO = Suchmaschinenoptimierung: wann immer möglich, sollten Sie Ihre Beiträge suchmaschinenoptimieren, um die Zugriffsrate zu maximieren. Nennen Sie die Begriffe, auf die Sie den Text optimiert haben, sodass wir ihn entsprechend finalisieren können.
- Sie sind auch selbst Multiplikator für Ihre Beiträge: Tragen Sie zusätzlich selbst dazu bei, dass Ihre Artikel eine weite Verbreitung finden! Weisen Sie in Ihren eigenen Social Media-Accounts, Blogs, Newsletter, etc. auf Ihre Artikel hin und/oder schreiben Sie einfach ein Email an all Ihre Kontakte. Nach dem Motto: Tu gutes und sprich darüber!

Für Fragen stehe ich natürlich jederzeit gerne zur Verfügung! Melden Sie sich gerne früher als später, lieber öfter als zu selten, gern per Email oder Telefon, oft spart das viel Zeit und diese ist kostbar!

Liebe Grüße

Mag. Eva Selan, MSc
Geschäftsführerin, HRweb
0699 / 17 16 22 00, Eva.Selan@HRweb.at