

Gast-Autoren-Hinweise

Ziel von HRweb ist es, der HR-Interessierten aktuelle & praxisrelevante Artikel, Interviews, Hintergründe und Gedanken zu bieten. Bevor Sie sich hineinstürzen ins Schreiben eines HRweb-Artikels, haben wir noch einige Hinweise, Ideen & Tipps:

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 Praxisrelevanz aufweisen,
- eine Studie beleuchten,
- wissenschaftliche Inhalte hinterfragen,
- aktuelle Ideen aufgreifen

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

2 Schritte

- 1. Artikel: schreiben** Sie Ihren Artikel nach den unten angeführten Kriterien
- 2. Bild:** senden Sie uns ein Artikelbild, das wir unterhalb des Titels platzieren. Bilder animieren User, Artikel zu lesen. Sie können die Bilder über KI generieren oder kostenfreie Bilder finden Sie zB bei pixabay.com. Mind. 1600 px breit, 800 px hoch (größere Bilder können wir einfach zuschneiden). Es besteht kein Anspruch, dass wir es verwenden.

Sprache & Stil

Der HRweb-Zusatz „Das frische Online-Magazin für Human Resources“ soll sich auch in den Beiträgen widerspiegeln!

- Ihre Artikel müssen für die **Zielgruppe** (Personalisten, Führungskräfte, Personaldienstleister) interessant sein. Texte, die an der Zielgruppe vorbeigehen können wir nicht online stellen. Auch wenn wir die Themen sehr weit stecken, da Personalisten gerne weit über den Tellerrand hinausblicken sollen.
- Die **Sprache** soll (selbst wenn es sich um wissenschaftliche Inhalte handelt) verständlich sein (nicht „einfach/banal“) . Schreiben Sie daher spritzig, praxisbezogen, prägnant, nachvollziehbar und gerne können Sie kontroverse Ideen darstellen. Oft sind kurze Sätze besser als umständliche Verschachtelungen.
- Wählen Sie einen aussagekräftigen, prägnanten **Titel!** Denn er ist es, der darüber entscheidet, ob sich ein Leser angezogen fühlt und den Artikel anklickt, um ihn zu lesen!
- **Vermeiden Sie** werbliche Texte, sondern schreiben Sie objektiv! **Werblich geschriebenes wird als Promotion oder „bezahlter Text“ ausgewiesen** und ist immer kostenpflichtig.
- **Gendergerechte Schreibweise:** Vorlagen-Center (www.HRweb.at/Vorlagen) => **Gender-sensible Schreibweise** - unbedingt!
- Senden Sie den Text als **Word-Dokument**.
- Wenn es der Text erfordert, ergänzen Sie ihn durch **Abbildungen** und Statistiken (Grafiken als jpg per Email senden). 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!
- SEO erhöht die Zahl der Zugriffe auf einzelne Beiträge. Wenn Sie beim Schreiben bestimmte SEO-Keywords im Kopf haben, nennen Sie sie uns, dann können wir die weiterführenden Details umsetzen. Von HRweb-Seite führen wir tw Änderungen in den Texten aufgrund von SEO durch. Sollten Sie das nicht wünschen, geben Sie uns unbedingt Bescheid.

KI ist kein HRweb-Autor

Gleichgültig wie genial und erstaunlich KI Texte erstellen kann, wir erwarten, dass Sie Ihre Beiträge selbst schreiben. KI dürfen Sie gerne verwenden, wenn Sie damit das Beitragsbild erstellen möchten. Nicht für Ihre Texte.

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.

Füllen Sie die [Datenschutzerklärung](#) (per Email an Sie gegangen) aus.

Texte, die Sie an HRweb senden, dürfen von HRweb in jeglicher Form verwendet werden, tw. Änderungen sind ohne Rücksprache ausdrücklich erlaubt.

Strukturierung

Ihre Beiträge sollen optisch ansprechend gestaltet sein, um dem Leser bereits auf den ersten Blick eine Struktur zu vermitteln und Lust aufs Weiterlesen zu machen!

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 die Besucher zu animieren, Ihren Artikel anzuklicken! Formulieren Sie den Titel am besten kurz, präzise, überraschend, spannend! Dieser Titel muss so aussagekräftig sein, dass die Leser wissen, worüber der Beitrag handelt.
- Leadtext** Der Leadtext ist die Einführung in den Artikel, er ist Ihr 1. Absatz (max 220 Zeichen inkl. Leerzeichen) und wird größer geschrieben. Dieser Leadtext soll einen kurzen Überblick über den Inhalt des Artikels geben und den Lesern Lust machen, weiterzulesen. Verzichten Sie daher auf Allgemeinplätze und führen Sie direkt in den Inhalt Ihres Beitrags.
Dieser Text bildet oft auch den Teaser-Text in den Social Media.
- Text** Achten Sie auf Übersichtlichkeit innerhalb Ihres Beitrages und verwenden Sie Überschriften, Aufzählungen, etc., wobei die Seite keineswegs „verspielt“ aussehen soll. Vermeiden Sie Tabellen.
- Textlänge** idealer Weise 600 - 1.200 Wörter (mind. 400 - max. 1.500). 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** Wenn Sie möchten, fügen Sie Ihrem Text Links hinzu (wenn möglich max 3), um den Lesern 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 anderweitigen Hinweisen auf eine Kampagne. Links zu Werbezwecken sind ausgeschlossen.

Weitere Verbreitung Ihres Artikels

Das macht HRweb:

- **Social Media:** Ein Großteil der Artikel wird in den jeweils passenden Social-Media-Accounts von HRweb gepostet: LinkedIn, Xing, Facebook. Welcher Artikel in welchen Kanälen landet, entscheidet die HRweb-Redaktion individuell.
- **Newsletter:** die meisten Artikel werden in unseren Newsletter aufgenommen.

Das machen SIE:

- **SEO** (Suchmaschinenoptimierung): wann immer möglich, sollten Sie Ihre Beiträge suchmaschinenoptimieren, um die Zugriffsrate zu maximieren. Sie nennen uns die Begriffe, auf die Sie den Text optimiert haben, wir übernehmen das Fine-Tuning und die technische Umsetzung im Hintergrund.
- **Social Media:** Sie sind auch selbst Multiplikator für Ihre Beiträge:
Sie verbreiten die Postings Ihres Beitrags in den HRweb-Konten (liken, kommentieren, teilen)
Sie verlinken von Ihrer Webpage (unter „Aktuelles / Presse / News / Blog / etc“) auf Ihren Beitrag

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 häufiger als zu selten, gern per Email oder Telefon, oft spart das viel Zeit und diese ist kostbar!

Liebe Grüße

