

Autoren-Information der Redaktion

„Personalwirtschaft“

Ihr Beitrag sollte:

- **aktuell und zielgruppengerecht sein.** Unsere Leser sind Personalmanager, die die Basics beherrschen und weiterführende Informationen suchen. Gute Artikel bieten dem Leser Informationen, die neue Ansätze zur Problemlösung aufzeigen.
- **praxisnah und hilfreich sein.** Ihr Beitrag sollte so aufbereitet sein, dass die Inhalte auf andere Unternehmen übertragbar sind, also nicht „Werbung in eigener Sache“ machen.
- **das Thema auf den Punkt bringen.** Die besten Beiträge haben ein bis zwei Kernaussagen. Bevor Sie anfangen zu schreiben, sollten Sie die Hauptaussage des Textes in einem Satz formulieren. Beispiel: Nicht „Der Artikel beschäftigt sich mit Personalrekrutierung“, sondern „Der Artikel nennt Personalverantwortlichen effektive Methoden, um IT-Fachkräfte für das eigene Unternehmen zu gewinnen“.
- **Quellen und Fakten beinhalten.** Glaubhaft werden Thesen insbesondere dann, wenn Sie sie mit Fakten oder Statistiken etc. belegen.
- **ausgewogene Informationen bieten.** Ihr Beitrag sollte alle notwendigen Informationen beinhalten, so dass der Leser zu einer eigenen Einschätzung kommt, das Thema in die eigene Praxis übertragen oder selbst weiter recherchieren kann. Natürlich kann kein Beitrag alle Fragen beantworten. Gute Texte aber zeichnen sich dadurch aus, dass sie die wichtigsten Fragen beantworten und darüber hinaus Quellen für weitere Informationen bieten.
- **durch Illustrationen ergänzt werden.** Beiträge, die Inhalte durch Charts, Grafiken, Ablaufdiagramme oder Fotos veranschaulichen, finden beim Leser mehr Akzeptanz und vermeiden Textwüsten.

Schreiben Sie:

- **einfach.** Verwenden Sie eine einfache Sprache und fassen Sie sich kurz. Bitte keine Abkürzungen wie z.B., ca. u.ä.. Diese bitte ausschreiben, genauso wie Prozent.
- **verständlich.** Vermeiden Sie Wörter, die nur ein kleiner Kreis von „Eingeweihten“ versteht. Verzichten sollten Sie ebenfalls auf Fachausdrücke, bei denen der Leser zum Verständnis ein Wörterbuch braucht.
- **aktiv.** Beispiel: „Es wurde entschieden....“ beinhaltet für den Leser die Frage „Wer hat entschieden?“; Mehr Aussagekraft hat: „Herr Meyer hat entschieden...“
- **authentisch.** Prüfen Sie Quellen, Inhalte und Fakten sorgfältig auf ihre Richtigkeit.
- **ohne Verweise.** Text bitte ohne Anmerkungsapparat, Fundstellen oder Fußnoten. Am liebsten auch ohne große Formatierung, einfach in Word schreiben.
- **gemäß der Neuen Deutschen Rechtschreibung.** Seit dem 1. August 1999 haben wir auf die neue Rechtschreibung umgestellt. Die Regeln der amtlichen Nachrichtenagenturen finden Sie unter: www.dpa.de/info/rechtschr/rs_index.htm

Was noch zum Text gehört:

- **Format:** Schicken Sie Ihren Text als Datei (word oder rtf) per E-Mail. Erfassen Sie Ihren Text als Fließtext. Bitte keine Formatierungen, kein Layout. Keine Grafiken/Schaubilder/Tabellen in den Text einbinden, sondern als eigenständige Datei speichern. Grafiken durchnummerieren und im Text Verweise anzeigen, Bsp.: ...(siehe Abbildung 1).
- **Autorenfoto:** Unsere Fachbeiträge veröffentlichen wir regelmäßig mit Autorenbild. Bitte senden Sie uns ein entsprechendes Foto (jpg- oder tif-Datei mit mindestens 300 dpi Auflösung).
- **Autoreninfo:** Neben dem Foto veröffentlichen wir außerdem ein Autorenprofil. Dazu gehören: Titel (nur Professor oder Dr.), vollständiger Name, Funktion, Unternehmen, Ort, E-Mail-Adresse.
- **Illustrationen:** Schicken Sie uns Fotos, Grafiken oder Abbildungen, die geeignet sind, Ihren Text zu illustrieren. Wir haben in aller Regel Platz für zwei solcher Elemente pro Text. Der Fließtext muss pro Element um 500 Zeichen gekürzt werden. Bitte die Grafiken nicht in den Text einbinden, sondern als Extra-Datei mailen.
- **Zusatzinformationen:** Nennen Sie uns weiterführende Literaturtipps, Internetlinks oder andere Quellen, die für den Leser einen Zusatznutzen bedeuten. Diese Informationen werden mit dem Beitrag veröffentlicht. Wenn Sie hilfreiche ergänzende Dokumente haben, die wir online als „Verlängerung“ anbieten können (z.B. eine praktische Checkliste, ein Musterformular, eine Studie), dann gerne. Stimmen Sie dies mit uns ab.
- **Vermeiden Sie Werbe-/PR-Texte:** Unsere Leser erwarten unvoreingenommene, praxisnahe und natürlich werbefreie Texte. Die Personalwirtschaft publiziert keine Beiträge, die ausschließlich der Produkt- oder Eigenwerbung dienen. Bitte den eigenen Firmennamen nur wenige Male erwähnen. Wir übernehmen keine Firmenschreibweisen.

Kontakt: **Wolters Kluwer Deutschland GmbH**
Luxemburgerstraße 449
Redaktion Personalwirtschaft
50939 Köln

Ansprechpartner:

Jürgen Scholl
Tel. 0221/94373-7651
jscholl@wolterskluwer.de

Sven Frost
Tel. 0221/94373-7653
sfrost@wolterskluwer.de

Erwin Stickling
Tel. 0221/94373-7658
estickling@wolterskluwer.de

Nancy Schnittker
Tel. 0221/94373-7649
nschnittker@wolterskluwer.de

Alexander Kolberg
Tel. 0221/94373-7666
akolberg@wolterskluwer.de