

ONLINE-ARTIKELBÖRSEN ALS VERTRIEBSKANAL

Wie Freie ihre Artikel einfacher vertreiben können

Seit einem Jahr bietet ein deutsches Unternehmen einen Online-Vertriebskanal für Artikel an. Freie Journalisten können ihre Texte auf der Artikelbörse feilbieten, die lästige Auftragsakquisition entfällt.

Das Verkaufen der eigenen Texte gehört genauso zu den Kompetenzen von freien Journalisten, wie das Recherchieren und das Verfassen der Artikel. In Redaktionen herumzutelefonieren und seine Geschichten gut zu verkaufen, ist nicht jedermanns Sache. Zudem ist es auch zeitaufwändig. Die Berliner Firma Com.Box Winet Computer Service GmbH & Co KG will der lästigen Auftragsakquisition Abhilfe schaffen.

Freie Journalisten können ihre Texte über Internet feilbieten und die Redaktionen können sie direkt bei den Journalisten einkaufen. «Das bietet Freischaffenden die Möglichkeit, ihren Vertriebsaufwand zu reduzieren», sagt Lutz Treutler, Betreiber von «newsboerse.de». Seit neustem bietet die Textvermarktungsplattform auch die Möglichkeit für die Ausschreibung von Auftragsarbeiten.

Über 150 Korrespondenten und 70 Redaktionen benützen diesen Dienst. «Die Redaktionen nutzen ihn bisher nur verhalten», sagt Treutler. Er rät den Autoren, dran zu bleiben und etwas Geduld zu zeigen, denn je mehr Anbieter und Abnehmer mitmachen würden, desto besser funktioniere dieser Markt.

Die Artikelbörse existiert seit einem Jahr, nun möchte Treutler den Artikelpool in den ganzen deutschsprachigen Raum ausweiten. Die Autoren sind vor allem freie Journalisten und Korrespondenten aus aller Welt, die ihre Geschichten über

«newsboerse.de» verkaufen wollen. Abnehmer sind in erster Linie Regionalzeitungen.

Bezahlen müssen die Journalisten, welche ihre Artikel feilbieten. Je nach Preiskategorie, kostet die Benutzung der Onlineplattform pro Monat pauschal 25 Euro oder eine Grundgebühr von 3 Euro und pro Artikel 1 Euro, falls der Artikel heruntergeladen und komplett gelesen wird, weitere 2,50 Euro. Das Honorar für den Abdruck eines Artikels bezahlen die Abnehmer, also die Zeitungen, direkt an die Journalisten. Die Verhandlung über den Preis obliegt den Autoren, so auch die Urheberrechte. «Wir sind der Marktplatz und bieten nur die technische Vermittlung der Artikel an», sagt Treutler, dessen Unternehmen seit 15 Jahren die sichere technische

Übermittlung von Artikeln und Bildern von Auslandskorrespondenten an die Redaktionen anbietet.

Die Idee, einen Online-Absatzmarkt für freie Journalisten zu schaffen, ist nicht neu. Bereits in den Neunzigerjahren haben solche Projekte in Deutschland bestanden. Alle seien jedoch mehr oder weniger gescheitert, sagt Hendrik Zörner, Pressesprecher des Deutschen Journalistenverbands (dju). «Es gibt offensichtlich keinen Markt für Artikelbörsen», sagt er. Grund dafür seien die Nachrichtenagenturen, die längst über ein breites Themenspektrum im Angebot verfügen. Deshalb bemühen sich freie Journalisten eher darum, ihre Geschichten über eine Nachrichtenagentur zu verkaufen.

Der Betreiber der «newsboerse.de» teilt diese Meinung nicht. «Während die Nachrichtenagenturen vor allem auf Aktualität setzen, gibt es bei uns Hintergrundgeschichten und auch sehr spezielle Geschichten von Korrespondenten, auch aus entlegenen Gegenden dieser Erde», sagt Lutz Treutler.

Eine Artikelbörse sei durchaus ein ernst zu nehmender Vertriebskanal, sagt Michael Hirschler, Referent für Freie und Bildjournalisten beim dju. Problematisch sei, dass es ein Risikogeschäft ist, einen Artikel zu schreiben, ohne bereits einen Abnehmer dafür gefunden zu haben, so Hirschler weiter. Auch sei ihm bekannt, dass Ressortleiter lieber einen Artikel persönlich mit einem freien Journalisten besprechen, um ihn nach den Bedürfnissen der Zeitung gestalten zu können, als ihn aus einer Artikelbörse herunterzuladen.

«Die Idee ist gut und eignet sich noch besser für Pressefotos», sagt Hirschler. Deshalb habe der dju für seine Mitglieder eine Bildbörse geschaffen. Die Halbwertzeit sei bei Fotos viel kleiner als bei Texten. Letztere seien kaum gelesen schon wieder ein alter Hut.

Sandra Olar

Newsboerse.de bietet einen dreimonatigen Schnupperaccount zum Testen an. Mehr dazu unter www.newsboerse.de

Eine weitere Artikelbörse ist unter www.wortpol.de zu finden. Die Bildbörse des dju ist unter www.dju-bildportal.de abrufbar.

LESERBRIEF

Zum Beitrag «Der gegenwärtige Stand des Irrtums» betreffend neue Rechtschreibung in «journalisten.ch» Nr. 4 / August 2006 ist ein kleiner Irrtum zu berichtigen:

Man hat bei der «Neuen Zürcher Zeitung» vor Jahrzehnten genau das Gegenteil beschlossen, nämlich Alpträum zu schreiben und nicht Alptraum. Die Begründung dazu lieferte der unvergessene damalige Chefkorrektor Walter Heuer in seinem Buch «Deutsch unter der Lupe» (erste Folge), S. 212 f. 1972 überzeugend, so dass ich den Alptraum

danach auch beim «Bund» durchzusetzen mich bemüht habe – wie so vieles anderes, das der deutschen Sprache gut ansteht... oder doch anstände.

Dass die Rechtschreib«reformer» übrigens ein mehr als nur ärgerliches Durcheinander angezettelt und damit keine Vereinfachung, sondern vielmehr eine Verunsicherung und Verkomplizierung bewirkt haben – der leider nur (dort, wo sich schlicht aufdrängend) die «NZZ» souverän die Stirn bietet – ist heute selbst von «progressiven Linguisten» in ihren Rückzugsgefechten kaum mehr zu bestreiten.

Gustav A. Lang,

via Ovega 10, 6614 Brissago TI



Neue deutsche Rechtschreibung – ein Alptraum?