

Saim Rolf Alkan



dandelon.com  
© 2008 AGI-Information Management Consultants  
May be used for personal purposes only or by  
libraries and academic institutions in the dandelon.com network.

# Handbuch Online-Redaktion

Galileo Business

# Inhalt

Einleitung 11

1 Die Online-Redaktion 13

1.1 Gewerblich genutzte Netzwerke 18

1.2 Der User meldet sich zu Wort-Wunschliste an den Anbieter 20

1.3 Produktion, Pflege und Aktualisierung von Webinhalten 27

1.4 Aufgaben der Redaktion 29

2 Der Online-Redakteur 31

2.1 Leseergonomie hat nichts mit Gymnastik zu tun 31

2.2 Die Aufgaben des Online-Redakteurs 33

2.3 Welche Voraussetzungen werden erwartet? 38

3 Rollenverteilung in einer Online-Redaktion 45

3.1 Arbeitsstrukturen einer Online-Redaktion 45

3.2 Optimierung einer Online-Redaktion 55

3.3 Strukturen und Probleme von Online-Redaktionen 63

Eine Online-Redaktion managen - Projekte, Prozesse,  
Konflikte 69

4.1 Projektmanagement 69

4.2 Prozessmanagement 85

4.3 Konfliktmanagement 95

5 Eine Online-Redaktion managen - Qualität und  
Organisation 103

5.1 Qualitätsmanagement 103

5.2 Organisationshilfen 113

6	Dialoge im Internet - webspezifische Kommunikationsformen	119
6.1	Cyber-Communities	119
6.2	Newsletter und E-Mail-Marketing	137
6.3	Klassische Kommunikationselemente einer Website	149
6.4	Forum und Mailing-Liste	153
6.5	Chat	158
6.6	Virtuelle Umfragen	162
6.7	Personalisierung	163
7	Quellen des Contents	173
7.1	Interne Quellen des Contents	174
7.2	Externe Quellen des Contents	179
8	Content-Fabriken - Content-Management-Systeme	187
8.1	CMS - eine Annäherung	188
8.2	Das Fließband - Die Workflow-Komponente	197
8.3	»Website-Roboter« - Routinen automatisieren	203
8.4	Das Content-Repository - Content speichern und verwalten	204
8.5	Sprache mit X-Extensible Markup Language (XML)	214
8.6	Content veröffentlichen	220
8.7	System-Architektur	225
8.8	CMS - geschenkt, gekauft, geliehen oder selbst gebaut?	229
8.9	CMS-Was muss es können?	234
9	Recht und Online-Redaktion	239
9.1	Nationales Recht-internationales Medium	239
9.2	Das Presserecht für das Internet: Mediendienste-Staatsvertrag und Teledienstgesetz	240
9.3	Die Rechte am Inhalt	250
9.4	Wettbewerbsrecht	262

10	Ausblick	269
11	Die Interviews - eine Übersicht	273
	Anhang	279
A	Glossar	281
B	Quellen und Literatur	287
C	Der Autor	295
	Index	297