

Autoren-Leitfaden für das Fachmagazin *REthinking: Finance*

Liebe Autorin, lieber Autor,

zum Zwecke effizienterer und einfacherer Bearbeitungsprozesse bei der Veröffentlichung Ihres Aufsatzes in unserer Fachzeitschrift *REthinking: Finance* möchten wir Sie bitten, bei der Anfertigung bzw. Überarbeitung Ihres Beitrags die folgenden redaktionellen Richtlinien zu beachten. Hierdurch werden Produktionsprozesse beschleunigt und aufwändige und zeitraubende Korrekturen vermieden, was sicherlich auch in Ihrem Interesse ist.

Auf einen Blick

- **Zielgruppe:** Kernzielgruppe sind Fach- und Führungskräfte in den Finanzabteilungen in Unternehmen.
- **Beitragslänge und -aufbau:** Beiträge in *REthinking: Finance* haben je nach Rubrik und Themenstellung eine Länge von 1 Seite (Kurzbeitrag) bis zu 10 Seiten (Titelthema). Eine Seite hat ca. 3.500 Zeichen inkl. Leerzeichen (ohne Grafiken, diese reduzieren entsprechend die Zeichenzahl pro Seite). Die maximale Zeichenzahl wird Ihnen vom Chefredakteur mitgeteilt. Der Beitrag beginnt mit einem **Vorspann** in ausformulierten Sätzen (ca. 400-600 Zeichen inkl. Leerzeichen), der den Beitragsinhalt kurz skizziert und den Leser zum Weiterlesen animiert. Darauf folgt ein kurzes und präzises **Entrée**. Der **Hauptteil** endet mit einem **Fazit**, das Bilanz zieht, ohne redundant zum Hauptteil zu sein.
- **Ihr Beitrag sollte sein:**
 - **authentisch:** Unsere Leser sind ausschließlich an glaubwürdig dargestellten Beiträgen interessiert. Insbesondere bei Fallstudien aus dem Unternehmensumfeld bitten wir Sie, auch Fallstricke und Irrpfade zu schildern und Ihren Beitrag rechtzeitig mit Ihrer PR-Abteilung abzustimmen.
 - **konkret:** Wichtig ist den Lesern das Wie; die häufigste Frage: „Wie mache ich es aber nun, bitte ganz konkret?“ Nennen Sie Fakten und versuchen Sie, den Lesern mit Ihrem Beitrag einen Ratschlag für deren berufliche Praxis zu geben.

Sprachliche Hinweise

Lesernutzen ist der zentrale Erfolgsfaktor von *REthinking Finance* als Publikation und für Ihre Wahrnehmung als kompetenter Experte. Bitte beherzigen Sie bei Ihrem Beitrag die nachstehenden Hinweise:

- **unpersönlicher Stil:** Wir möchten Sie bitten, auf Darstellungen aus der 1. Person („ich“ / „wir“) sowie die direkte Ansprache der Leser (z.B. „denken Sie daran“, „es ist Ihnen anzuraten“) zu verzichten.
- **keine Relativierung:** Bemühen Sie sich um eine klare Position anstatt auf das berühmte „Es hängt davon ab...“ zu setzen.
- **Zwischenüberschriften:** Nach jedem zweiten/dritten Absatz folgt eine prägnante Zwischenüberschrift.
- **Kurze Sätze:** Zwei kurze Sätze sind besser als ein langer.
- **Anglizismen/Fremdwörter:** Bitte nutzen Sie den Fachjargon mit Bedacht.
- **Fußnoten:** *REthinking: Finance* ist ein Fachmagazin, kein wissenschaftliches Journal. Fußnoten sollten genutzt werden, wenn sinnvoll. Insgesamt sollten sich die Verweise aber in einem angemessenen Rahmen bewegen. Weitere Hinweise im Anhang „Fußnoten“.
- **Autorenvorstellung:** Am Anfang des Beitrags steht eine kurze Vorstellung Ihrer Person inkl. Titel, Namen und derzeitige Funktion bzw. Tätigkeit und derzeitige Firma bzw. Organisation (insg. darf die Beschreibung 300 Zeichen inkl. Leerzeichen nicht übersteigen). Dazu benötigen wir ein Foto (farbig in 300 dpi), das Sie uns bitte in einer E-Mail zukommen lassen (bitte nicht in die Worddatei kopieren).

- **Unternehmensvorstellung:** Eine kurze Unternehmensvorstellung in einem separaten Kasten ist möglich, wenn diese dem besseren Verständnis des Inhalts dient. Die Beschreibung sollte sachlich formuliert sein und auf Fakten basieren. Auf werbliche Ausschmückungen ist gänzlich zu verzichten. Die Unternehmensbeschreibung darf 500 Zeichen inkl. Leerzeichen nicht übersteigen.

Abbildungen, Checklisten & Sidefacts

Als Autor können Sie das optische Erscheinungsbild Ihres Beitrags bereits in der Manuskriptphase mit beeinflussen. Damit Ihr Beitrag den Leser optisch anspricht und nicht zur Bleiwüste wird, helfen die folgenden Elemente:

- **Beispiel/Definition/Tipp/Aufzählung/Checkliste:** Kennzeichnen Sie Zusatz- und Hintergrundinformationen, die dann im Layout als separater Kasten dargestellt werden. Elemente dieser Art sind höchst willkommen, denn sie stören den Lesefluss nicht und lockern das Erscheinungsbild des Beitrags auf.
- **Grafiken:** „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“, das betrifft:
 - Prozesse und Methoden: Eine grafische Illustration ist für den Leser leichter zu erfassen als die rein verbale Beschreibung. Erweitern Sie Ihren Beitrag daher beispielsweise um nicht überfrachtete Diagramme, die von unserer Grafik in ein einheitliches Layout gebracht werden.
 - Abbildungen und Fotos: Wenn Sie über Abbildungen oder Fotos verfügen, die die Aussage Ihres Beitrags optisch unterstützen, senden Sie uns diese inkl. kurzer Bildunterschrift mit Ihrem Manuskript zu.
Hinweis: Wichtig ist, dass Sie uns bei der Manuskripteinreichung alle Grafiken (außer Fotos) in einem offenen, bearbeitbaren Format (= kein Bildformat) zur Verfügung stellen. Zudem sollte eine die Grafik beschreibende Grafikunterschrift vorhanden sein.
- **Sidefacts:** Erläuterungen zu Fachbegriffen oder Hintergrundinformationen zu Themen im Beitrag können extra herausgestellt werden. Sidefacts bestehen aus Headline und Text mit insgesamt bis zu 350 Zeichen inkl. Leerzeichen.

Unsere Zusammenarbeit im Überblick



Nach Fertigstellung Ihres Beitrags werden wir diesen aus Redaktions­sicht betrachten. Bei Änderungsvorschlägen kommen wir von uns aus auf Sie zu. Ist der Text danach in seiner Rohfassung final, beginnt unsere Aufbereitung für den Druck von *REthinking: Finance* (Lektorat, Layout, etc.). Sollten Sie vor der endgültigen Drucklegung noch eine Durchsicht Ihres Beitrags wünschen, bitten wir Sie, uns dies bei Zusendung Ihres Beitrags **ausdrücklich** mitzuteilen. Andernfalls gehen wir davon aus, dass Sie mit der professionellen Lektorierung des Textes einverstanden sind.

- **Redaktionsschluss:** Der mit Ihnen vereinbarte Abgabetermin ist auf die weitere Produktion ausgerichtet.
- **Copyright:** Das Copyright Ihres Artikels geht auf Fachmedien Otto Schmidt über. Hierzu senden wir Ihnen ein Autorenformular zu. Der Beitrag wird einer breiten Leserschaft auch neben der reinen Veröffentlichung in der Print- Zeitschrift zugänglich gemacht, z.B. durch Publikation auf einer Website oder in einer App.
- **Belegexemplar:** Als Autor erhalten Sie zwei Belegexemplare von *REthinking: Finance* an die auf dem Autorenformular angegebene Adresse. Benötigen Sie weitere Exemplare, kommen Sie bitte auf das Produktmanagement zu.

Weitere Hinweise für Ihren Beitrag

- **Erwartungen der Zielgruppe:** Führungs- und Fachkräfte haben heute kaum mehr Zeit, um durch Lesen berufsrelevante Informationen aufzunehmen. Zudem verfügen sie durch Ausbildung, Weiterbildung und ihre Erfahrung über ein gewisses Know-how. Für die konkrete Anwendung bei ihren aktuellen beruflichen Herausforderungen suchen sie deshalb nicht nach allgemeinen Anregungen („food for thought“), sondern nach bewährten Vorgehensweisen („food for action“). Selbstverständlich gibt es häufig keine Patentrezepte. Aber es gibt kluge Fingerzeige von erfahrenen Praktikern. Was dies heißt: konkrete Empfehlungen zum Wie. Was dies nicht heißt: abstrakte Erklärungen auf der Metaebene. Zentrale Interessen der Leser von *REthinking: Finance* sind das Lernen anhand offen und ehrlich dargestellter Beispiele (ohne eine rosarote Brille des Autors) und die Anwendbarkeit der Kernaussagen. Wegen dieser „Dos & Don'ts“ sind Sie unsere Autorin bzw. unser Autor. Den Lesern in der Unternehmenspraxis soll Ihr Beitrag zusagen. Natürlich auch uns in der Redaktion und den Professionals in der Szene, aber erst in zweiter Linie.
- **Ausrichtung des Beitrags (Nutzwert):** Der Praxisbezug und – journalistisch gesprochen – der Nutzwert von Beiträgen wird in *Rethinking: Finance* als Fachmagazin großgeschrieben.
- **Einsatz von Checklisten:** Zu kochbuchartigen Rezepten gibt es berechtigterweise auch kritische Sichten, gerade rund um komplexe und situative Frage-/Problemstellungen. Diese Frage-/Problemstellungen lassen sich mit fünf, sieben oder zehn Stichpunkten nicht abschließend lösen. Gut gemachte Checklisten bieten jedoch unschätzbaren Nutzwert. Dies zeigt die Leserresonanz unserer Fachmagazine.
- **Länge des Beitrags:** Besonders die nachträgliche Kürzung von inhaltlich hervorragenden, aber zu ausschweifenden Texten verursacht unnötige Arbeit – Ihnen und uns. Denn ein Printmedium ist unflexibel und basiert auf einem vorab festgelegten Seitenlaufplan. Bitte überdehnen Sie mit Ihrer Beitragslänge nicht die vereinbarte Zeichenzahl. Häufig hilft der Verzicht auf Nebensächlichkeiten und Füllwörter bei der Kürzung des Beitrags.
- **Zusammenarbeit mit PR-Abteilungen:** Die meisten Autoren von *REthinking: Finance* kommen aus bekannten Unternehmen oder von ausgesuchten Beratungen. In den meisten dieser Firmen gibt es eine PR-Abteilung, die ihre eigenen Vorstellungen zur Darstellung in externen Medien besitzt und auf eine positive Werbewirkung achtet. Aus dieser Rolle heraus ist das verständlich. Demgegenüber machen aber konkrete Einblicke, das ehrliche Aufzeigen von Schwierigkeiten und Fallstricken sowie der Verzicht auf Image-Floskeln Ihren Beitrag für die Leser erst interessant und einzigartig. Zudem werden in *REthinking: Finance* keine Texte mit werblichem Charakter veröffentlicht. Die allermeisten Beschönigungen werden ohnehin nicht für glaubwürdig gehalten und „kontaminieren“ jeden Text. Bitte stimmen Sie Ihren Beitrag rechtzeitig mit Ihrer PR-Abteilung ab und klären Sie zudem den Freigabeprozess.

Kontakt

Für Ihre organisatorischen Fragen:
Stefan Kemetter
E-Mails s.kemetter@fachmedien.de
Telefon: +49 (0) 211 887 1405

Für Ihre inhaltlichen Fragen
Prof. Dr. Ute Vanini
redaktion@rethinking-finance.com

Anhang: Fußnoten

I. Allgemeines

1. **Kein Literaturverzeichnis, Quellen bitte immer in Form von Fußnoten angeben**
2. Reine Paragraphenfußnoten in den Text einbauen, Fußnote löschen
3. Reine Abschnittsverweise in Fußnote in den Text einbauen, Fußnote löschen
4. Platzierung der Fußnoten wie folgt:
 - a) Bezieht sich die Fußnote auf den ganzen vorherigen Satz, die Fußnote bitte hinter das Satzzeichen stellen;
 - b) Bezieht sich die Fußnote nur auf das vorherige Wort, die Fußnote hinter das entsprechende Wort stellen;
 - c) Nach einem Zitat Satzzeichen – Abführungsstriche – Fn. (Beispiel: ...tun.“²).
5. Autoren in Fußnoten werden nur durch ihre Nachnamen benannt; keine Vornamen oder Abkürzungen von Vornamen in Fußnoten. Bei mehreren Autoren erfolgt Abtrennung durch Schrägstrich (Maier/Müller/Peters,...)
6. Indirekten Zitaten ist in Fußnoten ein „Vgl.“ voranzustellen.
7. Bitte verwenden Sie keine Formeln oder Symbole in Fußnoten!
8. Die Fußnote immer mit einem Punkt beenden!

II. Beispiele

Zeitschriftenzitate:

- Autor, Zeitschrift, Jahr (evtl. Ausgabe, falls nicht durchgehende Seitenzahlen) Seite.
Hinweis: Deutschsprachige Fachzeitschriften sind grundsätzlich abzukürzen (CF, DB, WPg, etc.), während Magazine und fremdsprachige Journals auszuschreiben sind.

Müller, CF 2010, S. 1527.

Maier, Manager-Magazin 12/1998, S. 34.

- Auf Folgeseiten wird mit f. (eine Folgeseite) oder ff. (mehrere Folgeseiten) verwiesen. Wird auf den gesamten Beitrag verwiesen, sind die Seiten komplett anzugeben.

Müller, CF 2010, S. 1527f.

bzw.

Müller, CF 2010, S. 1527-1534.

Buchzitate:

- Grundsätzlich: Autor, Titel, Auflage und Jahr, Seitenzahl, – bitte keine Titelzusätze, Verlagsorte etc.
Monographien:

Pellens, Wertorientierte Entlohnungssysteme, 2. Aufl. 1999, S. 145.

Sammelwerke: Titel des jeweiligen Beitrags im Buch entfällt

Maier, in: Pellens (Hrsg.), Wertorientierte Entlohnungssysteme, 2. Aufl. 1999, S. 145.

Festschriften: „Festschrift für“ mit FS abkürzen

Maier, in: FS Pellens, 1998, S. 154.

Kommentarzitate:

- Autor / Kommentar, Auflage und Jahr, § Rdn. Anm./Tz./Rn: immer durch Rdn. ersetzen
Altehoefer, in: Lademann, EStG, 2. Aufl. 1997, § 4 EStG Rdn. 13.

Urteilsquellen:

- Möglichst in der Reihenfolge: Gericht, Datum, Aktenzeichen. Die Darstellung von Urteil und Aktenzeichen erfolgt durchgehend in der Form "Datum-Gedankenstrich-Aktenzeichen-Fundstelle"

BFH-Urteil vom 14.02.2006 – VIII R 40/03, DB 2006 S. 926.

Internetquellen:

- Grundsätzlich: Autor (o.V., falls kein Autor vorhanden), Titel, Quelle, URL (Datum des letzten Abrufs)

Sommer, Der tiefe Fall eines Börsenstars, HB Online vom 06.12.2017,
<http://www.handelsblatt.com/my/unternehmen/handel-konsumgueter/steinhoff-aktie-der-tiefe-fall-eines-boersenstars-/20676578.html> (Abruf: 03.12.2014).

- Verweise auf **Studien** o.ä.: Autor oder ggf. Anbieter, Titel, Jahr, Seitenzahl, URL (Datum des letzten Abrufs)

EY, Umsatzrealisierung bei Verträgen mit Kunden, 2012, S. 34, <http://www.ey.com> (Abruf: 03.12.2014).

- Verweise auf **Working Paper**: Autor, Titel, Reihe/Nr. inkl. Stand, Seite, ggf. Link und Abrufdatum

Zimmermann/Bilo/Christophers/Degosciu, Risk returns, and biases of listed equity portfolios, WWZ Working Paper No. 01/05 April 2005, S. 12.

Pressezitate (Print):

Wyss, HB vom 11.02.2010, S. 41.