



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

– Erfolgreich publizieren –

Die Dissertation in den Geisteswissenschaften

Dr. Martin Nissen, Katharina Gilarski
Universitätsbibliothek Heidelberg

Stand: November 2018



UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK

Kontakt



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

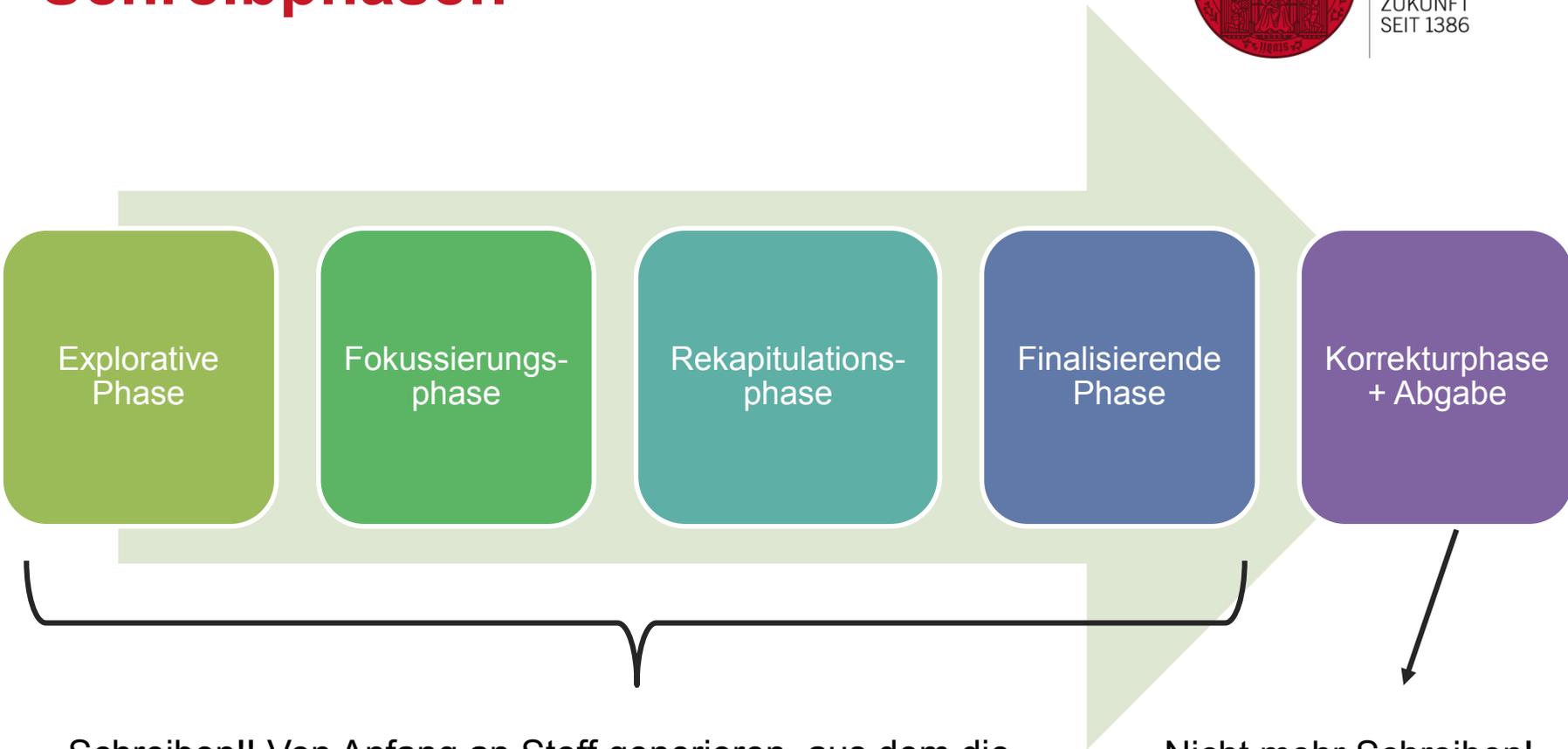
Dr. Martin Nissen

Universitätsbibliothek Heidelberg

Tel: 06221 / 54 25 81

nissen@ub.uni-heidelberg.de

Schreibphasen



Schreiben!! Von Anfang an Stoff generieren, aus dem die fertige Dissertation entsteht! Nur aufgeschriebene Ergebnisse sind solche, auf die man zurückkommen kann.

Nicht mehr Schreiben!
Zeit fürs Überarbeiten und Korrigieren einplanen.

Publizieren während der Promotion



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- **Vorbereitung** für die Abfassung der Dissertationsschrift
→ Vorteil: Erstellung eines Endtextes zu einem frühen Zeitpunkt
- **Mögliche Publikationsformen:** Rezensionen, Tagungsberichte, Beiträge in Sammelbänden und Zeitschriften
- Vorstellung der Arbeit im Rahmen von Konferenzen: Wichtig um **Kontakte** zu knüpfen (evtl. künftige Zusammenarbeit im Rahmen eines Kongresses oder bei der Erstellung eines Sammelbandes)
- Behalten Sie die **Zeit** im Blick: Auch die Dauer der Promotion ist entscheidend. Überlegen Sie sich daher gut, wieviel Zeit Sie in Vorträge und Publikationen neben der Promotion investieren wollen.



Veröffentlichung der Dissertation als gedrucktes Buch

- Weiterhin in den Geisteswissenschaften höchstes Renommee, die „klassische“ Art der Veröffentlichung.
Sie wenden sich an einen Verlag, der das Manuskript in enger Absprache mit Ihnen setzt, druckt, bewirbt und vertreibt.
- **Vorteile:** gut recherchierbar, ästhetische Qualität, repräsentatives Instrument für das Selbstmarketing
- **Nachteile:** zeitaufwendig (keine schnelle Verbreitung Ihrer Arbeitsergebnisse), unter Umständen hohe Kosten, Unerfahrenheit bei Verhandlungen mit dem Verlag



Veröffentlichung der Dissertation als gedrucktes Buch

- Hierbei sind oft grundlegende Überarbeitungen notwendig. In manchen Prüfungsordnungen ist vorgeschrieben, die Dissertation unverändert zu veröffentlichen.
- Sollte dies der Fall sein, nutzen Sie die Möglichkeit, Ihre Originalarbeit als Online-Publikation auf dem Bibliotheksserver Ihrer Universität zu veröffentlichen und überarbeiten Sie die Arbeit anschließend für die Verlagspublikation.
- Klären Sie vorher mit dem Verlag, ob dieser mit solch einem Vorgehen einverstanden ist. Wenn ja, haben Sie bei der Überarbeitung der Originalarbeit freie Hand.



- Wachsende Bedeutung elektronischer Publikationen: allerdings große Unterschiede zwischen den Fachdisziplinen und den Publikationsformen
 - Reputation in den Geisteswissenschaften noch ausbaufähig!
 - Bei Journalartikeln ist die elektronische Veröffentlichung häufig die bevorzugte Publikationsform, bei Büchern noch nicht. Anteil der eBooks in Deutschland noch immer sehr gering (ca. 5 %)
- Aber – Neue Initiativen wie z.B. das Crowdfunding-Geschäftsmodell „Knowledge Unlatched“: Open Access Publikation von Monographien aus den Geistes- und Sozialwissenschaften



heiDOK – die Publikationsplattform der Universität Heidelberg

- Auf heiDOK veröffentlichte Dokumente werden mit standardisierten Adressen (DOI) und Metadaten **dauerhaft zitierfähig archiviert**. Recherchierbar in gängigen Suchmaschinen wie z.B. Google, Google Scholar sowie BASE.
- Hierfür wird der Universitätsbibliothek kein exklusives, sondern ein **einfaches Nutzungsrecht** erteilt, d.h., Sie können in heiDOK publizierte Werke jederzeit weiter verwerten.
- **Aber:** Bei weiterer Verwertung des Werkes kein ausschließliches Nutzungsrecht mehr, da vorherige Rechtsansprüche wirksam bleiben.

Online-Veröffentlichung



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

heiUP – Heidelberg University Publishing

- Qualitätssicherung durch Peer-Review-Verfahren und hochwertiges Lektorat
- Veröffentlichung online (HTML/ PDF; DOI) und gedruckt (ISBN; PoD)
- Umfassende Unterstützung während des Publikationsprozesses (Lektorat, Layout, Covergestaltung, u.a.)
- Nachweis in nationalen und internationalen Bibliothekskatalogen sowie im Volltext über Suchmaschinen

heiBOOKS – Heidelberger E-Books

- Erstellung der Druckvorlage durch Autor/innen
- Schnelle Veröffentlichung (i.d.R. kostenfrei) sowohl digital als auch gedruckt
- ISBN und DOI: dauerhafter Zugang und Sichtbarkeit

Online-Veröffentlichung



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

Vorteile

- Gute Auffindbarkeit über Suchmaschinen
→ Sichtbarkeit und Zitierhäufigkeit
- Schneller und kostenfreier Zugang für NutzerInnen
- Beteiligung am aktuellen Diskurs („Halbwertszeit“ der Arbeit)
- Verbleib der Verwertungsrechte bei den Autoren
- Erweiterte Darstellungsmöglichkeiten

Nachteile

- Qualitätsvorbehalte, gedruckte Monographie oft höher angesehen
- Geringere Akzeptanz in den Geisteswissenschaften
- Langzeitarchivierung fraglich
- Rechtliche Vorbehalte

Korrektorat, Lektorat, Satz, Fahrenkorrektur



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- **Lektorat:** Stilistische Optimierung eines Textes, also eine Bearbeitung hinsichtlich Wortwahl, Ausdruck, Satzstellung.
- **Korrektorat:** Hier werden Rechtschreibung, Grammatik und Zeichensetzung korrigiert.
- **Satz:** Vorgang, bei dem durch ein technisches Verfahren aus einer Vorlage eine drucktaugliche Form entsteht.
- **Fahrenkorrektur:** Schlusskorrektur, bei der der fertig gesetzte Text kurz vor der Veröffentlichung Korrektur gelesen wird.



- Keine gängige Verlagsdienstleistung mehr (Ausnahmen bei bestimmten Reihen, kleineren Qualitätsverlagen und manchen wissenschaftlichen Großverlagen)
- Inanspruchnahme externer Dienstleister ist zu erwägen: fällige Honorare, teilweise auch für Lektoren im Kollegenkreis
- Notwendige Unterstützung durch Kollegen und Freunde
- Aufwand für Schlusslektorat nicht unterschätzen: große Bedeutung eines fehlerfreien Manuskripts
- Beim Lektorat: verstärkte Konzentration auf zentrale Kapitel der Arbeit (Titel, Vorwort, Einleitung, Zusammenfassung)

Varianten des Lektorats



- **Stilistisches Lektorat:** Überprüfung hinsichtlich Stil, Ausdruck, Lesbarkeit, Struktur und Verständlichkeit. Dabei ist u.a. darauf zu achten, ob der Sprachduktus harmonisch wirkt, ob Sätze zu verschachtelt sind und ob die Argumentation schlüssig ist.
- **Wissenschaftslektoren** achten darauf, ob Sprache, Stil und Aufbau der Arbeit den wissenschaftlichen Standards entsprechen. Das betrifft
 - ✓ den logischen Aufbau,
 - ✓ die Wortwahl,
 - ✓ den Sprachstil,
 - ✓ die Vollständigkeit,
 - ✓ die Kennzeichnung von Zitaten oder auch die Fußnoten
 - ✓ sowie – je nach Fachgebiet – inhaltliche Richtigkeit.

Professionelles Lektorat



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- **Suche** nach einem geeigneten Lektor: <https://www.lektoren.de/>
(Datenbank des Verbandes der Freien Lektorinnen und Lektoren)
- **Preise** (pro Normseite: 1500–1800 Zeichen inkl. Leerzeichen):
 - Lektorat: 3,00–8,00 €
 - Wissenschaftslektorat: 6,00–8,00 €
Teilweise Vergünstigungen für Studierende.
- **Kriterien für die Auswahl eines geeigneten Lektors:**
Mitgliedschaft im VFLL, akademischer Abschluss, Fachkenntnisse,
Angebot eines Probelektorats, Referenzen über vergangene Tätigkeiten,
Empfehlungen von Kollegen, Kundenbewertungen



Beim Korrektorat werden folgende Punkte kontrolliert und korrigiert:

- Rechtschreibung
- Grammatik
- Interpunktion
- Einheitlichkeit
- Silbentrennung
- Typografie (Anführungszeichen, Apostrophe, Bindestriche, Einzüge)

Empfehlung: Duden, Satz und Korrektur

Tipps fürs Korrekturlesen



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- **Lesen Sie mehrmals.** Meist sind zwei, drei und mehr Korrekturdurchgänge notwendig, dabei können unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt werden.
- **Lesen Sie langsam:** Achten Sie darauf, langsam zu lesen und jedes Wort einzeln wahrzunehmen.
- **Lesen Sie laut:** Mit dem Hörorgan schalten Sie einen weiteren Wahrnehmungskanal hinzu.
- **Verfremden Sie Ihren Text:** Um Ihre Augen auszutricksen, können Sie zum Beispiel den Schrifttyp oder die Schriftgröße ändern.
- **Eigene Fehlerlisten:** Legen Sie eigene Fehlerlisten an und suchen Sie das Geschriebene gezielt nach diesen Fehlern ab.
- **Suchen-und-Ersetzen-Funktion:** Gerade bei sich wiederholenden Fehlern ist die Suchfunktion Ihres Schreibprogramms sehr praktisch.

Zeitplanung bei der Korrektur



- **Planen Sie genug Zeit ein.** Eine Dissertation gründlich zu lesen und zu korrigieren dauert mehrere Tage. Auch Ihre Helfer benötigen ausreichend Zeit!
- **Lassen Sie den Text ein paar Tage ruhen.** Dann sehen Sie nicht nur, was Sie schreiben wollten, sondern was Sie tatsächlich geschrieben haben.
- **Legen Sie eine Pause ein.** Auch ein Profi-Korrektor kann nicht 8 Stunden am Stück korrigieren. Alle 30 bis 60 Minuten sollten Sie eine Pause einlegen.

Layout und Satz



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Teilweise stellen Verlage Formatvorlagen zur Verfügung. Bei früher Festlegung auf einen Verlag: Formatvorlage besorgen!
- Layout der Arbeit genauso wie Schlusslektorat als externe Dienstleistung einkaufbar (deutlich geringere Kosten)
- Evtl. Einsatz von **speziellen Satzprogrammen** für optimale Lesbarkeit: *LaTeX*, *QuarkXpress*, *InDesign* oder *Scribus*

Empfehlung für PDF-Erstellung (A4)



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- **Seitenabstände:** mind. 2,5 cm, optimal: ca. 80 Zeichen pro Zeile
- **Kopfzeile** mit der jeweiligen Überschrift (zur Orientierung)
- **Seitenzahlen:** in der Kopfzeile außen, Paginierung ab Haupttext
- **Schriftart:** Serifenschrift (z.B. Times New Roman) oder – bei Texten mit vielen Formeln und Tabellen – eine serifenlose Schrift (z.B. Arial)
- **Schriftgröße:** 11,5–12 pt (Fließtext), 9–10 pt (Fußnoten)
- **Zeilenabstand:** 1,1–1,2
- **Überschriften:** fett markiert 2 pt über der Hauptschrift
- Geschützte **Leerzeichen** für besseren Lesefluss
- **Abstände:** Zusammengehörige Elemente gruppieren
- **Seitenanfang und -ende:** keine „Hurenkinder“ und „Schusterjungen“

Abbildungen – Format



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Gleichmäßige Breite sämtlicher Abbildungen.
- Zentrieren Sie die Abbildung, nicht von Text umfließen lassen.
- Diagramme, Tabellen, Organigramme werden i.d.R. selbst produziert.
- Eigene Fotografien: Möglichst hohe Auflösung! Beim Einscannen auf Druckqualität achten!
- Position: möglichst an entsprechender Stelle im Text. Die Bildlegende sollte unter das Bild gesetzt werden und folgende Angaben enthalten: „Abb.“ oder „Abbildung“, Nummer, Name, Bildtitel, Entstehungsjahr, Technik, Größe, Standort.

Abbildungen – Rechtliches



- Bei Verwendung fremder Bilder sind die **Bildrechte** gemäß dem **deutschen Urheberrecht** zu beachten.
- Visuelle Werke sind i.d.R. erst 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers gemeinfrei. Davor liegen die Nutzungsrechte bei einem Verlag, beim Urheber, den Erben, oder – wenn das Recht vorzeitig übertragen wurde – z.B. bei der VG Bild-Kunst.
- In wissenschaftlichen Werken können Sie sich meist auf das **Zitatrecht** berufen, „sofern die Nutzung in ihrem Umfang durch den besonderen Zweck gerechtfertigt ist“.
- Im Zweifel genaue Einkünfte einholen (z.B. bei der VG Bild-Kunst).

Abbildungen – Lizenzfreie Bilder



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Wikimedia Commons (mehr als 50 Mio. Bilddateien; CC-BY oder CC-BY-SA)
- Google-Bildersuche (Tools → Nutzungsrechte)
- Flickr: CC-Lizenzen sowie gemeinfreie Werke
- Pixabay (hochwertige gemeinfreie Bilder: CC 0)
- Einen guten Überblick bietet die Seite: www.bildersuche.org
- Allgemeine Suche nach gemeinfreien Inhalten über [CC Search](#)

Fahnenkorrektur



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Achten Sie auf fehlende oder überzählige Buchstaben, Wörter und Interpunktionszeichen
- Überprüfen Sie Einzüge, Absätze und Überschriften, fehlende Abstände zwischen Wörtern und falsche Trennungen
- Vergleichen Sie die Überschriften im Inhaltsverzeichnis und im Text (Stimmt der Titel, die Seitenzahl?)
- Prüfen Sie Fußnoten sowie die Position von Abbildungen und Tabellen
- Aber: Kein Revidieren Ihrer Arbeit! Dies muss vor Abgabe der Druckfassung geschehen.

Die Dissertation auf dem Buchmarkt



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Abschluss der Arbeit nicht mit Veröffentlichung der Arbeit, sondern mit Erreichen der langfristigen Ziele
- Erfolg der Arbeit auf dem Buchmarkt hängt vorrangig von der Person des Autors ab: Marketing in eigener Sache
- Andere Art des Arbeitens erforderlich: nicht leise und präzise, sondern laut und öffentlich wirksam
- Was ist zu tun? Versand der Beleg- und Freixemplare, Bewerbung für Dissertationspreise, Überzeugung von Rezensenten, Ausbau von Teilen der Arbeit zu Aufsätzen, Vorstellung der Arbeit auf Konferenzen

Die Wahl des Buchtitels



- Entscheidender erster Eindruck: Worum geht es?
- Knapp, prägnant und ansprechend
- Titel als Ausgangspunkt für die Recherche in Suchmaschinen, Bibliotheks- und Buchhandelsverzeichnissen (reale Gefahr, dass der Leser die Arbeit bei einer flachen Stichwortsuche nicht findet.)
- Titel sollte gut recherchierbar sein (Schlüsselbegriffe verwenden)
- Aufpassen bei Verwendung literarischer Zitate (Katalogisierung)
- Bedeutung des Untertitels zur Präzisierung des Themas. Möglichkeit zur Verwendung vielfach gesuchter Stichwörter.

Faktoren für den Erfolg



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Qualität der Arbeit
- Benotung der Arbeit
- Reputation des gewählten Verlags
- Dissertationspreise
- Rezensionen: Zahl und Urteil
- Vernetzung des Autors

Bedeutung der Verlage



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Produktion: Druck / Herstellung
- Distribution: Marketing / Vertrieb
- Renommee

Wahl des Verlags



- Aus Sicht des Autoren/ der Autorin: **Herstellung von Reputation** durch Publikation (z.B. durch Aufnahme in eine Publikationsreihe, Veröffentlichung in einem renommierten Verlag)
- Sensibilität – insb. der fortgeschrittenen – Fachwissenschaftler/innen für den „Ort“ der Publikation ist nicht zu unterschätzen. Notwendige **Entschlüsselung der Codes der Reputationsvergabe** (Pierre Bourdieu)
- Je nach Fachdisziplin: unterschiedliche Bewertung derselben Verlage
- Koppelung an Mechanismen des Wissenschaftsmarkts. Preis einer Publikation bemisst sich nach der Marktposition des Verlags

Wahl des Verlags



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Empfehlungen sind nur schwer auszusprechen: unterschiedliche Fächerkulturen, persönliche Vorlieben
- Allerdings gibt es eine Reihe nicht zu empfehlender Verlage. Die Arbeit würde nicht von wissenschaftlichen Bibliotheken als dem wichtigstem Absatzmarkt gekauft!
- Bei Wahl des Verlags Zeit lassen: Es besteht Vertragsfreiheit!
Verschiedene Angebote einholen, unterschiedliche Ausstattungen prüfen.
- Nicht von (vermeintlichen) Standardverträgen täuschen lassen!

Druckkosten



- Dissertationen erzielen nur geringe Verkaufszahlen. Verlage beteiligen ihre Autoren daher an den Druckkosten = Druckkostenzuschuss
- Große Unterschiede bei den Druckkostenzuschüssen je nach Verlag, Wahl der Ausstattung, Zahl der Belegexemplare, Höhe der Auflage, Gestaltung der Verwertungsrechte, usw. → Kosten pro Buchseite: 6 bis 20 Euro.
- Faustregel: Je renommierter der Verlag, desto höher der Druckkostenzuschuss.
- Bei Hardcover ist der Druckkostenzuschuss innerhalb eines Verlags höher als bei Paperback.
- Lassen Sie sich ein Angebot schicken, aus dem hervorgeht, welche Leistungen enthalten sind und welche Kosten auf Sie zukommen. Achten Sie auf die vorgeschlagene Auflagenzahl

Druckkostenbeihilfen



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Finanzielle Mittel aus Forschungsprojekten
- Druckkostenstipendien von Stiftungen und Förderprogrammen
- Druckbeihilfen der Deutschen Forschungsgemeinschaft (nur in Ausnahmefällen!)
- Förderungs- und Beihilfefond der VG Wort (Höchstgrenze von €12.000)
- Förderverein der eigenen Hochschule (Graduiertenakademie)
- Ausschüttung von Tantiemen über die VG Wort



Vertragsverhandlung: Was ist verhandelbar?

- Ausstattung: Papier, Umschlag, Abbildungen
- Zahl der Frei-, Beleg-, und Rezensionsexemplare
- Veröffentlichungsfristen
- **Ladenpreis:** entscheidend für Verkaufszahlen, evtl. zu drücken mithilfe eines höheren Druckkostenzuschusses
- Honorar (nach Deckung der getätigten Investitionen, Honorar als Anteil an Ladenpreis ab dem x-ten verkauften Exemplar!)
- Wenn möglich: **Nutzungsrecht zur zeitgleichen oder nachträglichen öffentlichen Zugänglichmachung** über einen Publikationsserver einräumen lassen.

Verwertungsrechte



- einzelne oder sämtliche Nutzungsrechte (Veröffentlichung, Verbreitung, Vervielfältigung, öffentliche Zugänglichmachung, Übersetzung)
- einfache oder ausschließliche Nutzungsrechte
- zeitliche, räumliche, inhaltliche Begrenzung

Vermarktung der Arbeit



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

Verbreitung der Arbeit

- Marketing durch den Verlag: Versand von Rezensionsexemplaren, Aufnahme in Verlagsprospekte, Aufnahme in das Verzeichnis lieferbarer Bücher

Marketing in eigener Sache

- Rundmail, Werbung in sozialen Netzwerken (Facebook, Twitter)
- Versand von Freiexemplaren an Lektoren, Betreuer, evtl. an Forschungseinrichtungen und potentielle Rezensenten
- evtl. Geschenk an relevante wissenschaftliche Bibliotheken



Käufergruppen: Gibt es einen Markt für Dissertationen?

- Bibliotheksmarkt: jeweilige Universitätsbibliothek, Nationalbibliothek, Landesbibliothek, weitere wissenschaftliche Bibliotheken (Minimalpräsenz in zwei Bibliotheksverbänden zur Teilnahme an der VG Wort Ausschüttung)
- Buchmarkt: Kauf der Dissertation durch Privatpersonen, starke Abhängigkeit von Aufmachung, Thema und Ladenpreis
- Durchschnittspreise: Unterschiede zwischen den Fächern (Politik- und Sozialwissenschaften günstiger, Philologien liegen im Mittelfeld, Geschichtstitel teurer)

Dissertations-/ Promotionspreise



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- zahlreiche Angebote unterschiedlicher Einrichtungen
- Weg der Bewerbung um einen Dissertationspreis: per Vorschlag durch Gutachter oder durch Eigeninitiative
- bei Dissertationen, die eine trans-/ internationale Fragestellung behandeln, sind auch internationale Preise / Stiftungen möglich.
- Beispiele: Ruprecht-Karls-Preis der Universität Heidelberg, Bruno-Heck Preis der Altstipendiaten der Konrad Adenauer Stiftung, Deutscher Studienpreis der Körber-Stiftung, Dissertationspreis des Arbeitskreises für historische Frauen- und Geschlechterforschung etc.
- Suchmöglichkeit: [Stipendienlotse](#) (Datenbank des BMBF)

Verwertungsgesellschaft Wort



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Gründung im Jahr 1958 : staatlich rechtsfähiger Wirtschaftsverein
- Aufgabe der VG Wort: **Verwertung von Nutzungsrechten gegenüber unbekanntem Dritten** (Zweitverwertungsrechte: Bibliothekstantieme, Kopiergeräteabgabe)
- Begründung: **Pauschale Abgeltung für Nutzung des Werks im Rahmen der Schrankenregelungen**
- Ausschüttung der Tantiemen an Autoren und Verlage im Rahmen der Jahreshauptausschüttung (je Mitte des Jahres)

Verwertungsgesellschaft Wort

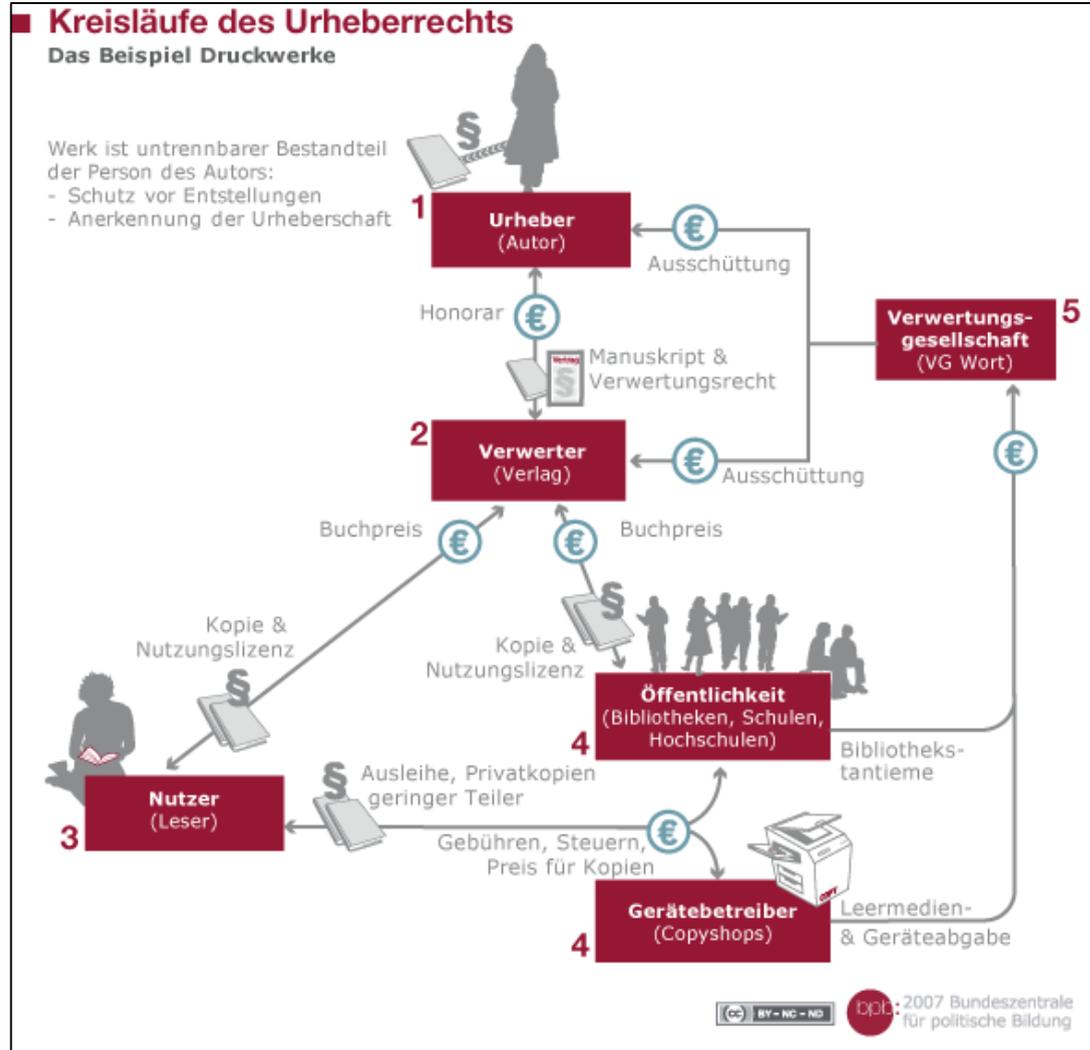


Bild: dieSachbearbeiter.de, cc by-nc-nd/2.0/de Lizenz: [cc by-nc-nd/2.0/de](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/)

Meldung an die VG Wort



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- seit 2009: Registrierungs- und Meldeportal T.O.M.
- Bücher bis zu 3 Jahren nach Erscheinen (Erscheinungsjahr eingeschlossen)
- Beiträge, Loseblattwerke und Einzellieferungen bis zu 2 Jahren nach Erscheinung (Erscheinungsjahr eingeschlossen)
- Herausgeber können Werke mit mehr als 3 versch. Autorenbeiträgen melden
- Bei mehreren Autoren können Co-Autoren gemeldet werden. Der Gesamtbetrag wird dann zu gleichen Teilen ausgeschüttet.
- Mindestumfang pro Sammel- oder Zeitschriftenbeitrag beträgt 3.000 Zeichen inkl. Leerzeichen (entspricht zwei Normseiten à 1.500 Zeichen)

Rezensionen



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- große Bedeutung von Rezensionen. Wahrnehmung der Neuerscheinungen über Rezensionsdienste (durch Professor/innen, wissenschaftliche Mitarbeiter, Fachreferent/innen in den Bibliotheken)
- Versand von Rezensionsexemplaren durch den Verlag an Fachzeitschriften, Tages- und Wochenzeitungen
- Persönliche Netzwerke: zusätzlicher Versand von Freixemplaren an mögliche Rezensenten

Rezensionsorgane – in Abstufung



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

- Tages- und Wochenzeitungen
- Online-Zeitschriften und Portale
- Fachzeitschriften als E-Journals (+ gedrucktes Exemplar)
- gedruckte Fachzeitschriften
- Fachzeitschriften mit regionaler Reichweite