

Car-Editors.Net: Neustart für mehr Nähe zur Praxis

Nach nur rund vier Wochen mit einer ersten Fassung geht heute, Mittwoch, 1. Juni 2016, eine überarbeitete Version des Autorennetzwerks „Car-Editors.Net“ (CEN) an den Start. Der rasche Relaunch ist das Ergebnis intensiver Diskussion mit Autoren und Redakteuren. Sie fanden das ursprüngliche System zu zeitaufwändig für den Redaktionsalltag. Außerdem braucht ein ungewöhnliches Konzept auch eine ungewöhnliche Maß an Erklärung, besonders, wenn andere als nur eigene Interessen im Spiel sind.

Die Idee hinter CEN ist eine doppelte: Gute Autoren sollen gutes Geld verdienen, und alle Medien sollen hochwertige Arbeiten dieser Autoren zu Preisen erwerben, die in fast jedes Redaktionsbudget passen. Der Weg dorthin ist ein mehrstufiger:

CEN erwirbt bei einem Autor einen Artikel für ein Honorar, dessen Höhe am oberen Rand des bei Internetmedien üblichen Niveaus liegt.

CEN bietet jeden Artikel per Newsletter an, sowie er im Netz steht. Fünf Tage ist der Text dort für jeden bei www.car-editors.net honorarfrei lesbar und kann per Knopfdruck gekauft werden. Das Honorar liegt bei einem Bruchteil des bezahlten Erst-Honorars – zur Zeit bei 60 Euro. Einmal im Monat wird abgerechnet: Pro Artikel gehen 30 Euro zusätzlich an den Autoren und 30 Euro an CEN.

Nach den fünf Tagen ruht der Text weitere vier Tage. Wer also schnell handelt, kann für sein Medium einen Vorsprung von neun Tagen erreichen, bevor das Thema dann verändert im Online-Dienst „Auto-Medienportal“ erscheint und dort auch ständig über die Suchmaschine aus dem Archiv gezogen werden kann. Dort befinden sich inzwischen 35 000 Texte, 111 000 Fotos und 450 Videos im Zugriff. (ampnet/Sm)

Anmeldung

Schwerdtmann

Anmelden 

Registrieren Sie sich jetzt!

CAR-EDITORS.NET

Plattform für freie Journalisten – Profis für Themen rund um die Mobilität –, die ihre Artikel hier allen Medien gegen ein geringes Honorar anbieten. Dabei geht es um Inhalte, die nicht von der Tagesaktualität überholt werden. Jeder Artikel wird im Car-Editors.Net (CEN) für fünf Tage angeboten. Nach einer Pause von weiteren vier Tagen wird er in veränderter Form über Auto-Medienportal.Net angeboten. Wer schnell reagiert, gewinnt für sein Medium also neun Tage.



Online-Nachrichtenagentur und Lieferant von Texten, Fotos, Videos und Audios für alle Themen rund um Auto, Verkehr und Mobilität, sieben Tage in der Woche. Alle Medien können die Materialien honorarfrei können. Ergebnis: einmalige Reichweite.



Online-Dienst für honorarfreie Nachrichten

Alfa Romeo Giulia: Die Erfindung der sportlichen Mittelklasse



 28. Mai 2016  Von Thomas Lang, cen  26

In der zweiten Junihälfte kommt die neue Giulia von Alfa Romeo auf den Markt. Die Limousine der Mittelklasse ist die wohl die letzte Chance der 1910 gegründeten Traditionsmarke aus Mailand, zu altem Ruhm und Erfolg zurück zu kehren und sich mit BMW, Mercedes oder Audi auf Augenhöhe zu messen. Mindestens 100 000 Exemplare pro Jahr wollte der bisherige Alfa-Chef Harald Wester weltweit an den Kunden bringen. Früher war Alfa Romeo erfolgreicher, zeigt unser Rückblick:

Artikel honorarfrei lesen 

Sergio Marchionne und Ferraris Weg zur Luxusmarke



 26. Mai 2016  Von Hans R. Richarz, cen  14

Seit Anfang Mai führt FCA-Chef Sergio Marchionne auch die Sportwagen-Manufaktur Ferrari mit juristischem Sitz im niederländischen Amsterdam sowie Verwaltung und Produktion im italienischen Maranello. Deren Aktien gehören nach dem Börsengang 2015 inzwischen zu 80 Prozent den Aktionären von Fiat Chrysler Automobiles (FCA), die seither einen herben Kursverlust zu verkraften hatten. Mit Ferrari hat sich deshalb der umtriebige Boss von FCA viel vorgenommen. Er will die Marke auf eine breitere Basis stellen.

Artikel honorarfrei lesen 

Prototyp Porsche Panamera: Komplett erneuert



 25. Mai 2016  Von Jens Meiners, cen  25

Mit dem ersten Panamera hat sich Porsche auf Anhieb in der Oberklasse etabliert. Die zweite Modellgeneration legt in jeder Hinsicht nach. Unser Autor Jens Meiners fuhr in einem Prototyp mit. Als Porsche nach Wendelin Wiedekings grandios gescheitertem Übernahmeversuch im VW-Markenverbund unterschlüpfen musste, waren die Befürchtungen groß: Die Seele der Marke stehe auf dem Spiel, es sei vorbei mit der Unabhängigkeit.