



BRIEFING FÜR AUTORINNEN & AUTOREN

Gastbeiträge auf etailment.de.

Vielen Dank für Ihr Interesse, einen Gastbeitrag auf etailment.de zu veröffentlichen. etailment ist ein Fachmagazin für die E-Commerce-Branche, das sich an Entscheider im Handel richtet. Unsere Leser erwarten journalistisch aufbereitete, substanzielle Inhalte — keine PR-Texte.

3N

Kriterien für jeden
Beitrag: neu, nützlich,
neutral

**2.500–
5.000**

Zeichen Textlänge —
sachlich, präzise, ohne
Pathos

100%

redaktionelle Inhalte in
einem hochwertigen
Umfeld

— INHALT

Die 3 N: Was Ihr Beitrag braucht.

Der Beitrag muss ein für die E-Commerce-Branche relevantes Thema behandeln und es um interessante Facetten erweitern — erkennbar an den 3 N:

**neu**

= Nachricht: eine neue Entwicklung, Erkenntnis oder Perspektive.

**nützlich**

= konkrete Beispiele und Handlungsempfehlungen für Entscheider.

**neutral**

= keine Eigenwerbung — siehe journalistische Standards unten.

— JOURNALISTISCHE STANDARDS

Redaktionelle Inhalte, keine Advertorials.

Dieser Abschnitt ist uns besonders wichtig. Gastbeiträge auf etailment.de sind **redaktionelle Inhalte** und müssen journalistischen Qualitätsstandards genügen. Beiträge, die als PR-Texte erkennbar sind, werden zur Überarbeitung zurückgegeben oder abgelehnt.

Keine PR- und Marketing-Sprache — vermeiden Sie insbesondere:

- **Superlative und Übertreibungen** („revolutioniert“, „Game-Changer“, „Meilenstein“)
- **Selbstbeschreibungen** des eigenen Unternehmens („eines der weltweit führenden“, „marktführender Anbieter“)
- **Namentliche Erwähnung** eigener Produkte, Tools oder Dienstleistungen im Fließtext
- **Praxisbeispiele**, die erkennbar auf eigene Lösungen hinauslaufen
- **Handlungsaufforderungen**, die implizit auf das eigene Unternehmen verweisen („Setzen Sie auf spezialisierte Partner“)

✗ SO NICHT

„Unser KI-Tool analysiert das Kaufverhalten in Echtzeit und revolutioniert damit die Customer Journey.“

✓ SO GEHT ES

„KI-basierte Analysetools können Kaufverhalten in Echtzeit auswerten. In der Praxis zeigt sich, dass Händler damit ihre Conversion-Rate verbessern — sofern die Datenqualität stimmt.“

— QUELLENATTRIBUTION & DATENTRASPARENZ

Jede Zahl braucht eine Quelle.

Jede Zahl, jede Behauptung und jede Einschätzung braucht eine erkennbare Quelle. Konkret:

- **Studien und Umfragen:** Benennen Sie die Quelle, das Erhebungsinstitut, die Stichprobengröße, den Erhebungszeitraum und ggf. den Auftraggeber. Beispiel: „laut einer Kantar-Umfrage unter 1.049 Personen im Dezember 2025“.
- **Eigene Daten:** Wenn Sie Daten aus eigener Erhebung verwenden, kennzeichnen Sie dies transparent. Eigene Studien sind willkommen, müssen aber als solche erkennbar sein.
- **Allgemeine Behauptungen:** Aussagen wie „Die Branche befindet sich im Umbruch“ oder „Der Trend geht klar in Richtung X“ brauchen eine nachvollziehbare Grundlage. Wer sagt das? Welche Daten belegen das?
- **Einschätzungen und Prognosen:** Bitte kennzeichnen Sie persönliche Einschätzungen als solche („Aus meiner Sicht“, „Meiner Erfahrung nach“). Das ist völlig legitim — muss aber erkennbar sein.

✗ SO NICHT

„Die Ergebnisse zeigen deutlich: Die Branche befindet sich mitten im Umbruch.“

✓ SO GEHT ES

„Die Umfrageergebnisse legen nahe, dass sich das Kaufverhalten verändert. 52 Prozent der Befragten gaben an, KI-Empfehlungen bereits gefolgt zu sein.“

— DIFFERENZIERUNG & KRITISCHE EINORDNUNG

Grenzen erhöhen die Glaubwürdigkeit.

Ein guter Gastbeitrag erkennt auch Grenzen, Risiken und Gegenargumente an. Das erhöht die Glaubwürdigkeit gegenüber unserer Zielgruppe — Entscheider erkennen einseitige Darstellungen sofort. Konkret:

- Wo liegen die **Grenzen** des beschriebenen Ansatzes?
- Welche **Gegenargumente** oder Einwände sind Ihnen bekannt?
- Welche **Voraussetzungen** müssen erfüllt sein, damit Ihre Empfehlungen funktionieren?
- Gibt es **Einschränkungen** hinsichtlich Unternehmensgröße, Branche oder Reifegrad?

— FORM

So sieht ein fertiger Beitrag aus.

**2.500–
5.000**

Zeichen Textlänge

Zwischentitel

vor den Absätzen
erwünscht — zentrale
Erkenntnisse gern als
Bullet Points

Autorenfoto

mit Fotocredit plus
Angaben zur Person für
den Kasten „Zur Person“

- Schreiben Sie so, wie Sie zu einem **Fachpublikum** sprechen würden — sachlich, präzise, ohne Pathos.

— LINKS

Was verlinkt wird — und was nicht.

✓ ERWÜNSCHT

Im Textkasten „Zur Person“ hinterlegen wir a) den Namen der Autorin/des Autors gern mit Link zum LinkedIn- oder Xing-Profil, b) den Namen des Unternehmens gern mit Link zur allgemeinen Unternehmens-Website. Beides legitimiert die Expertise. Links zu unabhängigen Quellen (Studien, Fachbeiträge, Gesetzestexte) sind selbstverständlich möglich und erwünscht.

✗ NICHT ERWÜNSCHT

Links zu Produktseiten, Werbeaktionen, Landingpages für das Herunterladen von Studien oder Kontaktformularen.

— ORGANISATION

Redaktionelle Hoheit & Konditionen.

- Die Annahme oder Ablehnung eines Beitrags erfolgt **ausschließlich unter redaktionellen Gesichtspunkten**; es besteht kein Anspruch auf Veröffentlichung.
- Die Redaktion behält sich vor, den Beitrag sprachlich zu redigieren, zu kürzen, **werbliche Passagen zu streichen** sowie das Datum der Veröffentlichung nach internen und thematischen Belangen frei festzulegen bzw. zu ändern — ohne Rücksprache mit Autoren/Einsendern.
- Mit dem Übersenden des Beitrages räumen Sie uns sämtliche erforderlichen Rechte ein, um den Beitrag in den Print- und/oder Online-Publikationen der **bitfuel GmbH** kostenfrei sowie räumlich und zeitlich unbefristet zu veröffentlichen.

Erster Gastbeitrag

Aufwandspauschale zur Deckung der internen Bearbeitungskosten — von der ersten Sichtung bis zur publikationsbereiten Fassung. Rechnung nach Veröffentlichung.

690 €

zzgl. MwSt. · je Beitrag

Jeder weitere Gastbeitrag

Reduzierte Pauschale, da weniger Bearbeitungsschritte erforderlich sind (z. B. Erstbriefing, Anlegen der Rechnungsadresse).

450 €

zzgl. MwSt. · je Beitrag

— CHECKLISTE VOR DEM EINREICHEN

- ☐ Enthält der Text keine Produktnamen, Tool-Namen oder Servicebeschreibungen Ihres Unternehmens?
- ☐ Sind alle Zahlen und Studien mit Quelle, Stichprobe und Erhebungszeitraum versehen?
- ☐ Ist klar erkennbar, welche Aussagen Fakten und welche Einschätzungen sind?
- ☐ Benennt der Beitrag auch Grenzen, Risiken oder offene Fragen?
- ☐ Würde der Text inhaltlich genauso funktionieren, wenn Ihr Unternehmensname nirgends erwähnt wäre?
- ☐ Ist der Schreibstil sachlich-fachlich statt werblich?

— ANDERE FORMATE AUF ETAILMENT.DE

Wenn es werblich sein soll.

Sollten Ihre Anforderungen über die genannten Bedingungen hinausgehen — etwa weil Sie auf eigene Produkte verweisen möchten oder eine Success-Story publizieren wollen — kommt vermutlich eines unserer **kommerziellen Formate** für Sie in Frage:



Anzeige

Werbefläche oder Standalone-Newsletter — Sie haben die Hoheit über Wording sowie Zahl und Art der Links.



Advertorial

Ihr Thema als nativer Fachbeitrag im etailment-Look, als „Anzeige“ gekennzeichnet — volle inhaltliche Hoheit.



Success-Stories

Advertorial-Rubrik für Anwenderberichte — gemeinsame Berichte von Dienstleistern und ihren Kunden über den Einsatz eines Produkts oder Services. Details auf Anfrage.

Die Preise finden Sie in unserem Media-Kit unter <https://www.etailment.de/werben>. Für Anzeigen, Advertorials und Success-Stories wenden Sie sich bitte an Volker Weiland, volker.weiland@etailment.de.

— BEITRAG EINREICHEN

Wir freuen uns auf Ihren **Vorschlag.**

Wenn Sie die genannten Rahmenbedingungen akzeptieren, bestätigen Sie uns dies bitte kurz bei Zusendung Ihres Beitrags. Sie haben ein Thema, das Entscheider im E-Commerce weiterbringt? Sprechen Sie uns an.

GASTBEITRÄGE

David Wöllenstein

Ihre Kontaktperson für Gastbeiträge

✉ david.woellenstein@etailment.de

🌐 etailment.de/werben#gastbeitrag-kontakt

ANZEIGEN, ADVERTORIALS &
SUCCESS-STORYS**Volker Weiland**

Werbung & Mediaberatung

✉ volker.weiland@etailment.de

☎ +49 69 7595-3053

Wir freuen uns auf Ihren Beitrag,
Ihr Redaktionsteam etailment