JournalistenBlatt 1 2014

Die Journalistenverbände informieren Ausgabe 1|2014

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

Foto: Semmick Photo

Ein Blick auf die Honorare zeigt deutlich den inakzeptablen Preisverfall in der Branche

Digitalisierung, Fotografenschwemme und Preisverfall…

Ansichten eines Fotografen

Wer macht denn bisher für Euch die Bilder? Meine Frage richtet sich an die PR-Abteilung des mittelständischen Unternehmens hier auf dem Lande. Freundlich wird auf „einen Freund vom Chef“ verwiesen. Der besäße eine „gute Kamera mit Spiegelreflex“, sei total engagiert und mache das obendrein immer sehr günstig.

Ein Blick auf die Ergebnisse dieses „engagierten Freundes“ zeigt eine fototechnische wie ästhetische Katastrophe – zumindest für ein mittelständisches Unternehmen, das doch ebenso professionell abgebildet und dargestellt sein sollte, wie die Arbeit, die sie ihrem Kunden anbietet.

Gute Bilder sind immer eine kluge Investition, denn schneller lässt sich ein Bild von einem Unternehmen nicht vermitteln als durch ein aussagekräftiges, professionelles Foto. Gute Arbeit kostet gutes Geld – da gibt es in keinem Lebensbereich eine Abkürzung. Aber PR-Arbeit wird trotzdem immer häufiger an Amateure, Freunde und Bekannte abgegeben, solange die es nur für „billig“ machen – und genau so sieht es dann auch aus. Oft reicht den „Künstlern“ als Honorar die Nennung des Namens. Eine Entwicklung, die ebenso in den Bereichen der Gestaltung von Drucksachen und Websites oder bei PR-Texten zu beobachten ist.

Liebe Kollegen,
sehr geehrter Leser,

der Fotograf Bevis M. Nickel liefert uns gleich zu Anfang einen Zustandsbericht der Branche. Erkennbar ist, dass der Bildermarkt problematisch bleibt. Bildjournalisten sind daher – wie viele andere Medienmacher auch – dazu angehalten, sich beispielsweise zu spezialisieren und somit unverwechselbar zu werden. Die vom Journalistenzentrum Deutschland veranstalteten Seminare können dazu Denkanstöße liefern (Seite 8). Auch Ideen wie das Crowdfunding, welches auf der vierten Seite beschrieben wird, bieten Chancen zur Veröffentlichung unkonventioneller Themen. Schließlich beschreibt unser Existenzgründungsberater Walther Bruckschen, welche Fördermöglichkeiten im Bereich Coaching bestehen (Seite 12).

Indra Willer-Gerdes, ihres Zeichens prominente und mehrfach ausgezeichnete Radio-Moderatorin, erklärt ihre Leidenschaft für den Rundfunk (Seiten 4–6). Die Passion ist ihrem Artikel anzumerken. Viele Leserinnen werden ebenfalls mitfühlen können, wenn sie die Reportage einer jungen Mutter mit dem Titel „Mein neuer Drehort“ ab der 14. Seite gelesen haben. Dabei wird hier auf unterhaltsame Weise ein Problem beleuchtet, über welches sich die Verantwortlichen der Medienbranche Gedanken machen sollten.

Wir arbeiten weiter für Sie!
Ihre JournalistenBlatt-Redaktion

Drängeln im Pressegraben

Ähnliches gilt für die Pressefotografie, im Besonderen die Event- und Konzertfotografie. Früher stand man mit zwei Kollegen im Pressegraben, jetzt drängelt man sich mit 20 Fotografierenden, die gelegentlich sogar nur ▶

Fotos: Bevis M. Nickel

Bei Events oder Konzerten messen sich Amateurfotografen mit Profis und erschweren die Arbeit

mit ihrem Smartphone Bilder machen. Fast jede Internetseite bekommt heute eine Akkreditierung, selbstverständlich auch die Freundin vom Hausmeister des Veranstaltungsortes, weil die ja auch „was in Richtung Medien“ machen will. Nicht nur die allgemeine Qualität und die Arbeitsbedingungen „echter“ Profis leiden darunter, sondern auch der Berufsstand des Fotografen selbst, denn die Gelegenheitsknipser halten sich oft nicht an die journalistischen Grundregeln und fotografieren aus unerlaubten Positionen oder über die Zeitabsprachen hinaus. Gelegentlich vertreiben sie die Bilder sogar ohne Erlaubnis kommerziell. Das wiederum führt zu härteren Fotoverträgen, die wiederum die Arbeit erschweren.

Und zu guter Letzt sind da noch die neuen digitalen Fotostudios, die überall wie Pilze aus dem Boden schießen. Oft tummeln sich dort nicht ausgebildete Fotografen, die sich mit „hochwertigen Shootings ab 19 Euro inklusive einem Bild“ auch ein Stück vom Kuchen abschneiden wollen – und sei es auch noch so klein. Das verdirbt die Preise, und niedrige Preise vergiften das Gefühl für den Wert und die Wertschätzung eines guten Bildes.

Vor zehn Jahren erhielt man noch 90 Euro für ein farbiges Bild in der lokalen Tageszeitung – heute liegt die Vergütung zwischen 38 und 55 Euro. Zumindest in Kiel und Umgebung. Der bundesweite Durchschnitt liegt weit darunter. So erledigen oft die Autoren das Fotografieren gleich mit, denn eine günstige Digitalkamera hat mittlerweile fast jeder zu Hause liegen und mit „so ’n bisschen Photoshop“ kommt man in vielen Redaktionen durch. In der Buchungsabteilung wird das dann unter Amateurtarif eingestuft. Hauptsache ein Bild ist im Blatt und Hauptsache, das Budget wird nicht überschritten. Dass ein Bild wesentlicher Bestandteil eines Artikels ist und das erste Element, welches in einem Artikel wahrgenommen und verarbeitet werden kann, spielt bei solchen Kostenoptimierungsüberlegungen natürlich keine Rolle.

Lieber billig als gut

Studien mit dem sogenannten „Eye Tracking“, bei dem Probanden an einen

Stört nicht nur Promis: Viele Gelegenheitsknipser halten sich nicht an journalistische Regeln

In der Branche stinkt es gewaltig – niedrige Preise vergiften das Gefühl für den Wert eines guten Bildes

Computer angeschlossen werden, der die Bewegungen ihres Auges detailliert verfolgt, haben ergeben, dass der Mensch beispielsweise bei der Lektüre eines Magazins immer wieder an den großen, interessanten Bildern hängen bleibt. Diese ersten Informationen sind ausschlaggebend dafür, ob er sich anschließend auch mit dem Text beschäftigt. Wer das nicht berücksichtigt, handelt auch wirtschaftlich fahrlässig. Denn ohne ein gutes Bild, das die Aufmerksamkeit auf den Text lenkt, sinkt die potentielle Leserschaft. Keine Leserschaft bedeutet keine Käufer und Abonnenten, was wiederum weniger Einnahmen, weitere Sparmaßnahmen, Stellenabbau und erneuten Qualitätsverlust etc. zur Folge hat.

Zusehends bedient das Bild die Eitelkeiten seines Erzeugers und die Einsparungsgelüste des Auftraggebers. Die eigentliche Funktion des Bildes gerät immer mehr aus dem Fokus. Die Frage nach einem guten Bild stellt sich nicht mehr, wenn nur nach einem günstigen Bild gesucht wird. Und günstige Bilder gibt es massenhaft, seit sich die Zahl der verwertbaren Fotos durch die Digitalisierung der „Fotografie für Jedermann“ ins Milliardenfache gesteigert hat. Jeder, der sich berufen fühlt, kann Bilder machen, anbieten und verkaufen. Generell eine positive Entwicklung, denn jeder sollte uneingeschränkt kreativ sein dürfen und seine Arbeit ausstellen, anbieten und verkaufen. Wichtig ist, dass jeder sich darüber klar werden sollte, was seine Arbeit wirklich wert ist – unabhängig von dem Wunsch, auch einmal veröffentlicht zu werden. Was ist (m)ein gutes Bild wert, was ist mein Talent, mein Knowhow, mein Equipment, meine (Arbeits-)Zeit wert?

Der Wert des Bildes

Genauso muss auf der Seite von Auftraggebern und Käufern wieder ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass ein gutes Bild seinen Preis hat und auch haben muss. Das vermeintliche Druckmittel, dass, „wenn du es nicht machst, hundert Leute hinter dir sind, die den Job mit Kusshand für noch weniger Geld machen“, muss endlich in die Ausbeutermottenkiste zurückgelegt werden. Idealismus gehörte immer schon dazu, in einem kreativen Beruf zu arbeiten oder eine Zeitung mitzugestalten. Doch wenn der Idealismus auch noch dafür benutzt werden muss, einen Stundenlohn zu ertragen, der das Leben kaum finanzieren kann, dann läuft etwas grundlegend falsch.

Die Lösung ist so einfach wie das Problem selbst. Der Auftraggeber muss den Wert eines Bildes wieder erkennen und bereit sein, ein gutes, image- und absatzförderndes Bild angemessen zu honorieren. Genauso aber muss auch der Bildermacher bereit sein, seine Arbeit nicht unter Wert zu verkaufen – denn Gelegenheit macht Diebe. Auch wenn es immer jemanden gibt, der es billiger macht. Wer sich unter Preis verkauft, wird mittelfristig so oder so auf der Strecke bleiben. ▮

Kreativität und Individualismus im Beruf müssen dennoch den Lebensunterhalt finanzieren können

DPV-Mitglied **Bevis M. Nickel** ist ausgebildeter Fotograf und arbeitet seit mehr als 20 Jahren im Bereich der PR-, Reportage-, und Werbefotografie für mittelständische und große Unternehmen. Zudem hat er lange als Surf-Fotograf die Welt bereist und konnte so seine zwei großen Leidenschaften miteinander verbinden. Professionelle Fotos sind zu sehen auf: www.bevisphoto.de

TV vs. Radio – Wie werde ich eher reich, berühmt und erfolgreich?

Für alle angehenden Journalisten und solche, die sich umorientieren wollen

„Schöne“ Moderatoren sind beim Fernsehen die „Krapfen“ beim Radio. So die zugegeben etwas überspitzte, dennoch weit verbreitete Meinung, sowohl in der Bevölkerung, aber auch innerhalb meiner Familie und sogar in meinem von Medienschaffenden geprägten Freundeskreis. Wie oft musste ich mir schon anhören: „Du siehst doch gar nicht so scheiße aus, warum moderierst Du beim Radio und nicht beim Fernsehen?“ Meine Antwort lautet: „Weil ich gar nicht so scharf drauf bin.“ Das versteht dann immer keiner, ist aber so.

Seit über 10 Jahren bin ich einer dieser „Krapfen“, eine Stimme im Radio, deren Gesicht in der Regel keiner zu sehen bekommt, es sei denn, jemand macht sich die Mühe und schaut bei Facebook oder auf der Homepage des Radiosenders nach. Wochentags bimmelt mein Wecker um 3.30 Uhr. Um kurz nach 4.00 Uhr stehe ich bei Antenne Bayern zur allmorgendlichen Redaktionskonferenz auf der Matte. Ich weiß genau, was die meisten jetzt denken: „Dreiuhrdreißig, Nachts? Oh Gott, echt? Könnte ich nicht, will ich nicht, die ist ja verrückt. Warum macht die Frau so etwas?“

Unser Anspruch bei Antenne Bayern ist es, die Hörer jeden Morgen gut gelaunt und unterhaltend in den Tag zu begleiten – mit neusten Nachrichten, Wetter, Verkehr und aktuellen Themen, präsentiert von den unverwechselbaren Personalities des Senders! So in etwa würde das wahrscheinlich meine Programmdirektorin beschreiben. Ich persönlich mache diesen Job, weil er mich glücklich macht. Genau genommen macht es mich glücklich, andere glücklich zu machen. Dafür musste ich mir allerdings einen neuen, etwas antizyklischen Schlafrhythmus aneignen, aber das ist einfacher als es klingt und Trainingssache. Ich hole den Schlaf immer mittags zwei bis drei Stunden nach. Ich bin nicht Mutter Theresa, Psychotherapeutin oder das Sozialamt, und ich habe auch kein Helfersyndrom. Mein Projekt ist es, und das ist mir eine Herzensangelegenheit, Menschen in den sensibelsten Stunden ihres Tages gut und sicher in den neuen Tag zu begleiten. Und dabei stelle ich mir meine Zuhörer in den unterschiedlichsten Lebenssituationen vor.

Dreht sich die Erde noch?

Vielleicht gibt es da einen Morgenmuffel, der, schlecht gelaunt mit dem ersten Kaffee in der Hand, meckernd in der Küche steht und es mit seiner charmanten, fröhlichen Art tatsächlich schafft, die Stimmung seiner Familienmitglieder innerhalb von nur fünf Minu-

Fernsehen oder Radio? Karriere machen kann man in beiden Sparten

Foto: Serp

Foto: Fabio Alcini

Früh morgens zu moderieren ist eine echte Herausforderung an den Biorhythmus eines Moderators

ten einzufrieren. Für solche Menschen und deren Angehörige senden wir. Wenn wir es schaffen, selbst diesen Zuhörern in der übellaunigsten Übellaunigkeit ein klitzekleines Lächeln ins Gesicht zu zaubern, ist es für uns ein guter Morgen. Oder vielleicht ist da einer, der morgens ein bisschen verpeilt seine Zähne putzt, dabei Radio hört und wissen will, ob sich die Erde noch dreht. Jeden Morgen steht dieser mit großem Fragezeichen vor dem Kleiderschrank und fragt sich, was er anziehen soll, bevor er raus geht, um die Welt zu retten und um 148 Mails zu checken. Vielleicht hat ein anderer gerade Liebeskummer und wacht morgens mit einem Kloss im Hals auf, und der einzige, der zu ihm spricht, ist das Radio. Andere könnten natürlich auch wie ich, wenn ich nicht arbeite, zu den Menschen gehören, die schon um 7.30 Uhr kurz vorm Nervenzusammenbruch stehen, weil sich der Nachwuchs schreiend weigert, trotz Minustemperaturen Strumpfhosen anzuziehen (die gleichen kleinen Terroristen lassen sich jetzt im Sommer übrigens grundsätzlich morgens NICHT eincremen und reißen sich die Sonnenhüte vom Kopf!).

Der Morgen ist wohl die sensibelste Tagesphase, gespickt mit kleinen bis größeren menschlichen Tragödien, Hektik, aber natürlich auch mit Vorfreude auf den Tag und Wissbegierde, was in der Welt passiert. Es ist mir eine Ehre, dass mich die Menschen in dieser intimen Situation bei ihnen sein lassen (zumindest stimmlich), denn gerade morgens geht das Radioprogramm schnell mal auf den Keks, wenn es nicht passt. Und am meisten freue ich mich, wenn ich Mails oder auch tatsächlich noch echte Briefe in Schreibschrift von Hörern bekomme, die mich vermissen, wenn ich mal einen Tag krank oder im Urlaub bin. Tja, so ist es bei mir, anderen Menschen den Start in den Tag ein wenig schöner zu machen – das macht mich glücklich!

Und jetzt reden wir über die Kohle! Schließlich wollen wir ja alle das Haus am See, oder? Vor meiner Radiozeit war ich CvD und Redaktionsleiterin beim Fernsehen. Ich habe viel gearbeitet, manchmal wochenlang bis tief in die Nacht, auch am Wochenende. Aber dafür habe ich bei privaten Produktionsfirmen auch überdurchschnittlich gut verdient. Später stand ich VOR der Kamera, und meine Kasse klingelte lauter, als bei so manchem Spitzenverdiener. Weil die Quote nicht passte, war der Spaß allerdings auch schnell wieder vorbei. Das ist die Kehrseite der Medaille.

Was macht das Radio attraktiv?

Radio bedeutet in der Regel auch für Macher Kontinuität und Verlässlichkeit (die üblichen Verhaltensregeln, um einen Job zu behalten vorausgesetzt). Da es nur zwei Mal im Jahr Quotenerhebungen gibt, ist der Druck nicht mit dem beim Fernsehen vergleichbar. Und für uns Moderatoren gesprochen: Nur Moderatoren, die langfristig senden, haben wirklich großen Erfolg. Mein Kollege Wolfgang Leikermoser bei Antenne Bayern sendet beispielsweise seit 25 Jahren jeden Morgen und gehört deswegen zu den erfolgreichsten Moderatoren Deutschlands. Aber auch John Ment bei Radio Hamburg oder Arno Müller bei 104.6 RTL in Berlin sind bekannte Urgesteine des deutschen Radios. Ob die sich ein Haus am See gekauft haben, weiß ich allerdings nicht. Aber vielleicht könnten sie es.

Es gibt eine Vielzahl von Radiomoderatoren, die tatsächlich wesentlich lukrativer im Geschäft sind als so mancher Fernsehmoderator. Aber was passiert, wenn die Gesichter aus dem Fernsehen älter werden? Botox? Spricht ja nichts dagegen – jeder wie er mag – allerdings aus Angst, den Job zu verlieren?! Ich möchte von einer ►

Foto: wavebreakmedia

Um beim Radio arbeiten zu können, sind Alter und Aussehen weniger entscheidend

„alten“ Radiokollegin erzählen. Die Dame wird bald fünfzig, hört sich an wie eine 28-jährige und moderiert seit Jahren erfolgreich bei einem Jugendsender. Beim Fernsehen undenkbar, obwohl auch diese Dame, wie ganz viele andere Moderatoren und Redakteure beim Radio, tatsächlich kein „Krapfen“, sondern optisches Highlight ist.

Also, der Job hat Zukunft, auch wenn man älter wird. Aber nicht nur das. Fernsehmacher beobachten mit Sorge, dass der TV-Konsum in Deutschland seit zwei Jahren kontinuierlich sinkt. Im Jahr 2012 allein im ersten Quartal um sechs Minuten, pro Zuschauer und Tag (Quelle Media Control).

Digitale Transformation

Die Generation Smartphone entscheidet, wo die Reise hingeht. Wahrscheinlich mehr und mehr weg vom klassischen Fernsehen (was auch schwächelnde Quoten der einst erfolgreichen großen Shows wie *Wetten Dass, DSDS, Supertalent, GNTM, Bauer sucht Frau* etc. zeigen) – hin zu steigender Internetnutzung mit Smartphones und Tablets. Und das Radio? Internetradio hat in den vergangenen Jahren um mehr als 100 Prozent zugelegt, wie eine 2012 herausgebrachte Studie des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) herausfand.

Auch beim klassischen Hörfunk blieb 2012 der Radiokonsum in Deutschland konstant hoch. Jeder Mensch ab 10 Jahren hört in Deutschland täglich unter der Woche im Schnitt 199 Minuten Radio (Media Analyse 2012). Damit bleibt die Hörfunknutzung, auch im Vergleich zum Auflagenrückgang der Printmedien, konstant hoch. Die Radionutzung in der jungen Zielgruppe bei den 10- bis 29-Jährigen, der Generation Smartphone, stieg sogar noch leicht an (Quelle MA 2012).

Wörter schneller als Bilder

Die Zuhörer haben zu wenig Zeit! Das ist einer der Hauptgründe für den Erfolg des Hörfunks. Radio ist, gemeinsam mit dem Internet, das schnellste Medium. Man konsumiert es als Informations- und Unterhaltungstool, ohne dabei Zeit zu verlieren, beispielsweise auf dem Weg zur Arbeit. Wenn etwas passiert, wie z. B. die Flutkatastrophe in Deutschland, werden die Hörer im Radio über die aktuelle Entwicklung in ihrer Region rund um die Uhr auf dem Laufenden gehalten. Sie müssen nicht erst die Nachrichten im TV abwarten, denn das Wort ist schneller als das Bild. Außerdem schalten wir unser Radio ein, weil wir Musik hören wollen, die uns gefällt, ohne selbst dafür aktiv werden zu müssen. Oder hätten Sie täglich Lust, in Ihrem bisschen Privatleben, stundenlang das Internet nach neuer Musik zu durchforsten? Gott bewahre Ihre Ohren. Radio schafft Musikorientierung! Tja, und ohne das Radio würde es keine Lieblingslieder mehr geben. Undenkbar!

Also, wenn Sie eine Stimme haben, und davon gehe ich jetzt mal aus, bewerben Sie sich doch mal beim Radio, denn Radio machen macht glücklich. ■

Foto: Pavel L

Macht Radio hören glücklicher als Fernsehen?

Foto: Magati

Immer auf dem Laufenden: Radio und Internet sind die schnellsten Medien

Indra Willer-Gerdes (37 J.) Studium Hanseatische Akademie für Marketing und Medien, Volontariat Radio Hamburg. TV-Redakteurin, CvD & Redaktionsleiterin diverser Produktionen (ProSieben, SAT1, Kabel1 etc.). TV-Hauptdarstellerin „Eure letzte Chance“. Seit über 10 Jahren hauptberuflich Radiomoderatorin im Bereich Morningshow: Radio Hamburg mit John Ment, Energy München und bei Antenne Bayern. Seit 2011 moderiert sie mit Wolfgang Leikermoser „Guten Morgen Bayern“. Nominierungen: 2011 Grimme Institut Kategorie „Beste Radiomoderatorin Deutschlands“, 2012 Deutscher Radiopreis Kategorie „Beste Morgensendung“. Antenne Bayern erreichte 2011+2012 die höchsten jemals in der Geschichte des deutschen Radios ausgewiesenen Einschaltquoten. Die Mutter zweier Kinder lebt in Vaterstetten/München.

§ Steuerrecht

Redaktionsräume, Home-Office, Recherchereisen

Die steuerliche Geltendmachung von Fahrtkosten bei mehreren Arbeitsstätten

Jeder Journalist, der nicht ausschließlich zu Hause arbeitet, muss sich in seiner Steuererklärung mit dem Thema Fahrten Wohnung-Arbeitsstätte befassen.

Hierzu hat es im Jahr 2011 ein die Rechtslage stark veränderndes Urteil gegeben, welches bei der Erstellung der zukünftigen Steuererklärungen unbedingt beachtet werden sollte.

So können die Fahrten zwischen Wohnung und regelmäßiger Arbeitsstätte nur über die Entfernungspauschale geltend gemacht werden, also

Foto: Ilaszlo

Für die Fahrt zur Hauptarbeitsstätte ist die Entfernungspauschale anzusetzen

unabhängig vom gewählten Verkehrsmittel mit 0,30 Euro je Entfernungskilometer. Beträgt der Weg von der Wohnung zur Arbeitsstätte beispielsweise 15 Kilometer, können auch nur 15 km je 0,30 Euro bei den Werbungskosten angesetzt werden.

Bei Dienstreisen mit dem eigenen PKW können jedoch Werbungskosten bzw. Betriebsausgaben in Höhe von 0,30 Euro je gefahrenem Kilometer und dazu ab einer Abwesenheitsdauer von acht Stunden auch Verpflegungspauschalen angesetzt werden.

Aus diesem Grunde war es wichtig festzustellen, wo die regelmäßige Arbeitsstätte im steuerlichen Sinne lag. Wenn der Arbeitnehmer regelmäßig an mehreren Betriebsstätten des Arbeitgebers tätig war, wurde bislang von der Rechtsprechung und somit auch von der Finanzverwaltung davon ausgegangen, dass der Arbeitnehmer mehrere regelmäßige Arbeitsstätten hatte und damit Fahrtkosten nur sehr begrenzt steuerlich abgesetzt werden konnten.

Entscheidend ist jetzt die „Hauptarbeitsstätte"

Der Bundesfinanzhof hat diese Rechtsprechung aufgegeben und 2011 (Urteil vom 9. Juni 2011, Az. VI R 36/10; VI R 58/09; VI R 55/10) entschieden, dass ein Arbeitnehmer nur eine regelmäßige Arbeitsstätte innerhalb seines Dienstverhältnisses begründen kann. Denn der ortsgebundene Mittelpunkt der beruflichen Tätigkeit des Arbeitnehmers kann nur an einem Ort liegen. Dies gilt auch dann, wenn der Arbeitnehmer fortdauernd und immer wieder verschiedene Betriebsstätten seines Arbeitgebers aufsucht.

Dieses Urteil gilt ebenso für selbständige Journalisten, die ihre Kfz-Kosten als Betriebsausgaben geltend machen.

Maßgeblich für die Zuordnung als regelmäßige Arbeitsstätte ist nach Ansicht des Bundesfinanzhofes, dass der Arbeitsstätte eine hinreichend zentrale Bedeutung gegenüber den weiteren Tätigkeitsorten zukommt. Dabei ist zu berücksichtigen, welcher Tätigkeitsstätte der Arbeitnehmer vom Arbeitgeber zugeordnet worden ist, welche Tätigkeit er an den verschiedenen Arbeitsstätten im Einzelnen wahrnimmt oder wahrzunehmen hat und welches konkrete Gewicht dieser Tätigkeit zukommt.

Für die Hauptarbeitsstätte ist also die Entfernungspauschale für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte anzusetzen. Die Fahrten zu wechselnden Arbeitsstätten können als Reisekosten abgerechnet werden, das heißt, die Kilometerpauschale kommt für jeden gefahrenen Kilometer in Betracht und nicht nur für den Entfernungskilometer.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Steuerpflichtige, die für ihren Arbeitgeber bzw. Auftraggeber an mehreren Stätten tätig sind, von dieser Rechtsprechung profitieren, da die zusätzlichen Fahrten als Reisekosten – und damit jeder gefahrene Kilometer – mit 0,30 Euro in Ansatz gebracht werden kann. Dies führt im Ergebnis zu einer Verdoppelung der Werbungskosten beziehungsweise Betriebsausgaben für diese Strecken. ▮

Dipl.-Kffr. Gabriele Krink ist seit langem als Steuerberaterin etabliert. Die Tätigkeits- und Interessenschwerpunkte ihrer Kanzlei liegen u. a. auf der Betreuung von freien Berufen und dem engagierten Beistand für fest angestellte Journalisten & Kommunikationsfachleute. Sie leitet federführend das Team, welches den Mitgliedern von DPV und bdfj im Rahmen der kostenfreien Steuerberatung kompetent zur Seite steht.

Foto: Kentoh

Coaching für die Kernkompetenz – entdecke Deinen USP

Rückblick auf das Seminar „Der Journalist als Marke" vom Journalistenzentrum Deutschland

Fortbildung für Freie? Aber ja! Gerade wer im eigenen Saft schmort, braucht professionelles Training, den Blick über den Tellerrand und den Diskurs mit Kollegen. Doch meist passt das Thema nicht – ganz abgesehen von Termin, Ort und Preis.

Bei der Ankündigung zum Seminar „Der Journalist als Marke" passt alles. Journalistenzentrum in Hamburg? Kenne ich noch nicht, macht aber einen guten Eindruck. Spontan sage ich zu. Denn mir ist zunehmend klar: Allein gute Arbeit sorgt nicht für Wertschätzung und entsprechende Honorare – es ist der Ruf, das Image – eben die Marke. Da brauche ich Anregung und Input – auch und obwohl ich als Ernährungsexpertin schon ein bisschen Marke bin. Sicherheitshalber frage ich zurück: Ist das auch was für alte Hasen? Kerstin Nyst vom Journalistenzentrum Deutschland räumt in einem persönlichen Telefonat jegliche Bedenken aus. Und schließlich ist der Seminarleiter Michael Thiel selbst ein alter Hase als Psychologe vom Dienst in Funk und Fernsehen und natürlich auch im Print. Gespannt bin ich auf die anderen – denn die sind mindestens so wichtig wie der Dozent.

Diese sitzen im schönen, hellen Raum in der Stresemannstraße 375, in dem wir zwei Tage an uns und unserem USP – dem Unique Selling Point – arbeiten. Wir sind zu neunt – plus Kerstin Nyst als Seminarleitung und Dozent Thiel. Zunächst streikt die Technik – aber die spielt ohnehin keine große Rolle bei unserem Programm. Denn hier wird am und mit dem Menschen gearbeitet. In Zweiergruppen befragen wir uns, um danach den jeweilig anderen zu präsentieren. So wird der erste Eindruck auf den Punkt gebracht – und gleichzeitig eine Moderationsprobe abgelegt.

Verschiedene Welten – gemeinsame Ziele

Die Gruppe bietet einen bunten Querschnitt durch die Vielfalt journalistischer Existenzen. Da gibt es die jungen, klassisch ausgebildeten Kollegen, die sich als Freie positionieren müssen, neben den gestandenen Fachjournalisten, die neue Techniken und Themenfelder erobern möchten und schließlich die Quereinsteiger oder Spätberufenen, die sich von ihrem Fachgebiet aus in die Publizistik vorarbeiten. Erstaunlich, welche Welten sich da auftun: Vom Bauchtanz bis zum Seminar für Gebrauchtwagenkäufe! Schnell ist klar, was uns verbindet: Es geht um Existenzen und Ernsthaftigkeit – und der Frage nach Kernkompetenz. Das bedeutet nicht nur, Techniken zu vermitteln, sondern eine Entscheidungshilfe bei der Zuspitzung unseres Profils. Das schafft man nicht alleine, sondern nur, indem man sich in den anderen spiegelt. Da ist der gelernte Psychologe Thiel ein Glücksfall. Denn er beherrscht nicht nur die Klaviatur der publizistischen (Selbst-)Darstellung, sondern auch das psychologische Know-how, aus uns herauszukitzeln, wohin wir wollen. Coaching heißt das neudeutsch. Nach den zwei Tagen ist jeder von uns ein Stück weiter auf dem Weg zu seiner Kernkompetenz. Doch auch die ganz

praktische Seite kommt nicht zu kurz. Klassiker wie Kontakte knüpfen und halten, Kollegen auf der Auftraggeberseite anzusprechen und im Austausch zu bleiben – das kann ein Telefonanruf, aber auch mal eine Einladung zum Essen bedeuten. Mit anderen Worten: Bei aller Professionalität keine Angst vor Nähe! Das persönliche Gespräch ersetzt eben keine Mailkontakte.

Doch die virtuelle Welt spielt gegenüber unseren Lesern, Zuschauern und -hörern eine weiter wachsende Rolle. Da ist Kollege Thiel mit über 20.000 Facebook-Fans ein echter Profi. Na gut – RTL trägt schon dazu bei – aber sind es die Lofoten oder die leckeren Kuchenrezepte, die er bei Facebook gerne mit entsprechenden Fotos postet? Was neben praktischen Tipps bleibt, ist die Ermutigung, die eigenen Texte auf der bunten Wiese der Social Media Plattformen zu streuen. Wenn ich ein Interview gebe, warum den Text nicht als Blog veröffentlichen? Bei Facebook posten? Einen provokanten Kernsatz twittern? Eigentlich wissen wir das ja. Aber in diesem Seminar wird auf den Punkt gebracht, was da lose in unserem Chaos-Büro herumliegt. Vernetzt, verdichtet und für uns klarer. Auch die nächsten Schritte, die wir tun sollten. Vor allem aber bekommen wir nochmals Feedback und Ermutigung. Und genau das ist es, was ein Seminar leisten sollte: Fit machen für unseren beruflichen Alltag mit seinen Belastungen und Widerständen. Ganz beschwingt verlasse ich am Ende die Stresemannstraße mit einigen klaren Entschlüssen, vielen Perspektiven und Denkanstößen. Mal schauen, was ich davon umsetzen werde. Die Zeit hat sich allemal gelohnt.

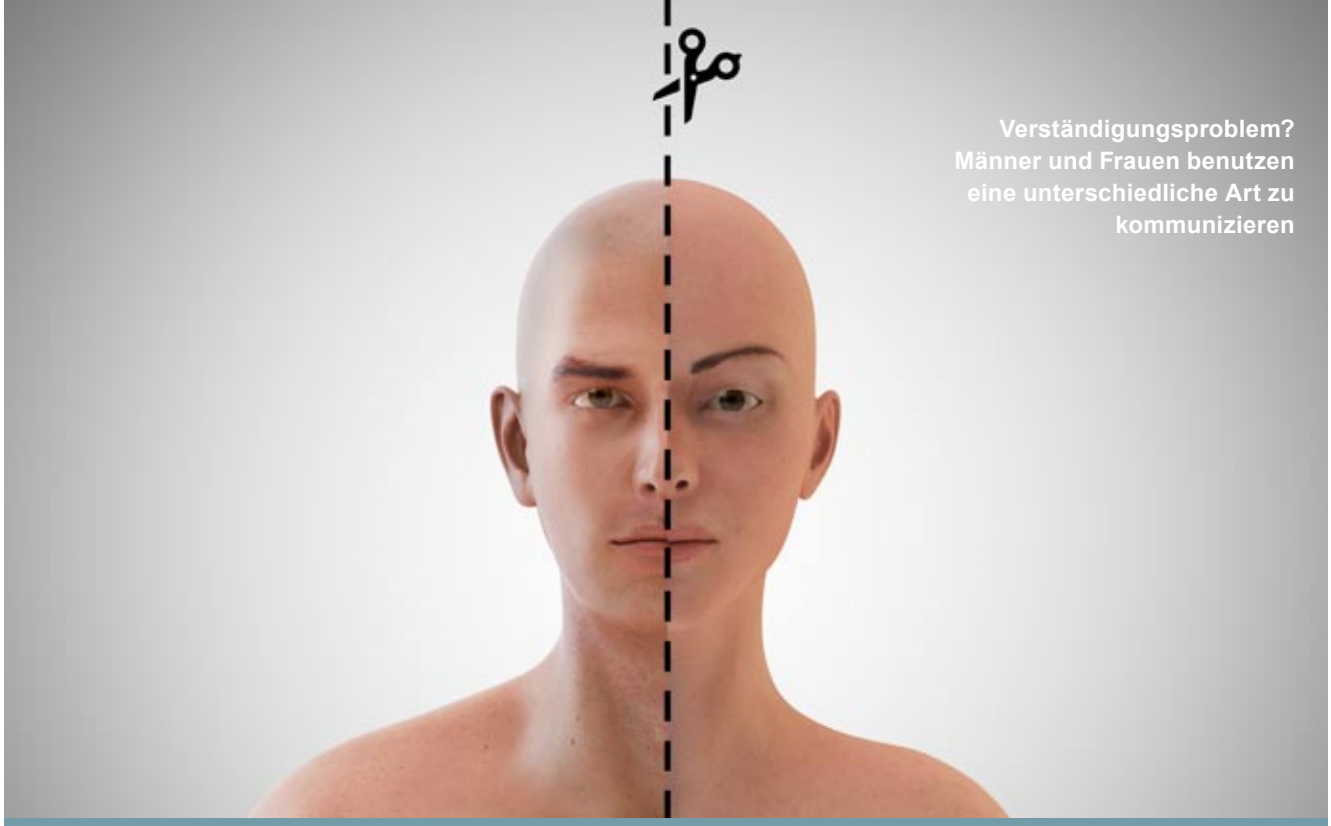
Foto: Journalistenzentrum Deutschland

Weitere Workshops unter www.presseseminare.org

Foto: Journalistenzentrum Deutschland

Dozent Michael Thiel – mit über 20.000 Facebook-Fans als Medienprofi eine starke Marke

Dagmar Freifrau von Cramm, eine der bekanntesten Food-Journalistinnen Deutschlands. Auf Liste der 100 Vordenkerinnen von „Cicero". Studierte Ernährungswissenschaftlerin & gelernte Redakteurin, seit über 20 Jahren eigenes Redaktionsbüro mit angeschlossener Versuchsküche in Freiburg/Breisgau. Publiziert zu den Themen Ernährung, Gesundheit, Familie, Gastlichkeit. Weiteres Spektrum: Moderation + Vorträge. Über 4 Mio. verkaufte Bücher, übersetzt in mehr als zehn Sprachen. Regelmäßige Präsenz im Fernsehen, feste Expertengröße im ARD Buffet. Mitglied im Wissenschaftlichen Präsidium der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE), Kuratorium der Lohmann Stiftung & Food Editors Club Deutschland. Präsidentin der Stiftung „Besser essen. Besser leben.".



Verständigungsproblem? Männer und Frauen benutzen eine unterschiedliche Art zu kommunizieren

Foto: Mopic

Seminar am 27. und 28. März 2014 in Hamburg

Körpersprache für Journalisten

Entschlüsselung der Geheimnisse geschlechterspezifischer Kommunikation

Viele Forschungsarbeiten belegen, wie unterschiedlich Frauen und Männer ihre Umwelt betrachten und wie verschiedenartig die jeweiligen Kommunikationsstrategien ablaufen. Auch wenn wir es vielleicht nicht wahrhaben wollen: Beide Geschlechter können sich aufeinander einstimmen, um erfolgreich zusammenzuarbeiten.

Oft liegt die Problematik der unterschiedlichen „Sprachen“ von Frau und Mann darin, dass Männer bereits von Kindesbeinen an gelernt haben, sich durchzusetzen, um ihren Gruppenstatus herauszustellen und zu festigen. Das weibliche Geschlecht hingegen, vom Naturell eher auf Lösung und Verständnis orientiert, agiert auch im Berufsleben eher zurückhaltend, als mit Erfolgen oder Leistungen aufzutrumpfen. Frauen kommunizieren, statt zu poltern. Sie suchen den Dialog, statt wie Männer Rangkämpfe auszufechten.

Im Berufsleben wird dieses Jahrtausende zurückliegende, evolutionär und geschlechtsbedingte Verhalten jedoch bei Frauen oft als Schwäche ausgelegt, während Männer schnell als egozentrisch und dominant gelten.

Verstehen Sie die Unterschiede und verbessern Ihre Kommunikation

In diesem Seminar erfahren Sie die wesentlichen Erkenntnisse der geschlechterspezifischen Verhaltensforschung. Sie lernen die unterschiedlichen Verhaltensmuster, in Verbindung mit möglichen Problemen in der Zusammenarbeit zwischen Journalistinnen und Journalisten, kennen.

Welchen Konfliktsituationen Journalisten begegnen und wie damit umgegangen werden kann, ist Thema dieses Workshops. Aus diesen Erkenntnissen entsteht für die Teilnehmer eine Checkliste, die künftig in der täglichen Arbeit jederzeit erfolgreich angewendet werden kann und zu mehr Erfolg im Beruf führt.

Ziel dieses Workshops ist es, dass die Teilnehmer sich am Ende in der Lage befinden, ihre journalistischen Ziele durchzusetzen. Egal, ob es sich bei dem Gegenüber um einen Mann oder eine Frau handelt. Egal, ob in der Redaktionssitzung, in Interviewsituationen, im Umgang mit Behörden oder im Rahmen von Recherchen: Sobald Sie das andere Geschlecht besser verstehen und einschätzen, erreichen Sie Ihre Ziele. Es hilft Ihnen nichts, die Signale Ihres Gegenübers zu ignorieren. Beispielsweise, wenn Mann ständig damit beschäftigt ist, sein Revier zu verteidigen oder Frau emotionalen Zugang zu Ihnen aufbauen möchte.

Dolmetscherkurs für Mann und Frau

In diesem Workshop lernen Sie, die Sprache des anderen Geschlechts zu übersetzen und Ihr Verhalten darauf abzustimmen. Erleben Sie die unterschiedlichen Facetten der ge-

Foto: Monkey Business Images

Wer sich besser versteht, kann Synergien beruflich nutzen

Illustration: my pokc ik

Ein Dolmetscherkurs hilft manchmal, das andere Geschlecht besser zu verstehen

schlechterspezifischen Kommunikation hautnah. Arbeiten in Kleingruppen, Rollenspiele und gegenseitige Interviews folgen auf kurze, aber lebendige Vorträge zum Thema „Wie Männer und Frauen erfolgreich zusammenarbeiten“.

- Welche Verhaltensmuster unterscheiden Frauen und Männer?
- Wie interpretiere ich Körpersprache?
- Wie transportiere ich meine Botschaften?
- Was sagt die Verhaltensforschung zum Thema Frau und Mann?
- Wie arbeiten gemischte Teams erfolgreich zusammen?
- Wie verhalte ich mich in kritischen Situationen?
- Welche Strategien kann ich anwenden, um die Kommunikation beider Geschlechter zu harmonisieren?

Platz für kreative Ideen in den Seminarräumen des Journalistenzentrum Deutschland

Das Seminar wird vom Journalistenzentrum Deutschland veranstaltet und gefördert. Der Workshop findet in den Konferenzräumen von DPV und bdfj in der Stresemannstraße 375 in Hamburg-Altona statt. Die loftähnliche Umgebung bietet viel Raum für kreative Ideen und Konzepte.

Einen Anfahrtsplan sowie eine Hotelliste mit Übernachtungsmöglichkeiten von günstig bis exklusiv finden Sie unter www.presseseminare.org. Auf Wunsch werden Ihnen diese Unterlagen auch gerne per Post zugesandt. Das Seminar richtet sich an Journalisten aller Medien. Jeder Teilnehmer erhält ein Zertifikat über die Fortbildungsmaßnahme.

Seminargebühr
EUR 230,-- für Mitglieder von DPV und bdfj
(Frühbucherrabatt bis 10. März 2014, danach EUR 250,--)
EUR 250,-- für Nichtmitglieder
(Frühbucherrabatt bis 10. März 2014, danach EUR 270,--).
Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Das Seminar findet am 27. und 28. März 2014 (Donnerstag und Freitag) jeweils von 9.00 bis 17.00 Uhr statt.
Kaffeepausen, Getränke und ein gemeinsamer Mittagstisch (bzw. Mittagessen in fußläufiger Umgebung) sind im Teilnahmebetrag enthalten.

Buchung und Rückfragen
Journalistenzentrum Deutschland
Stresemannstraße 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
Fax 040/8 99 77 79
seminare@journalistenverbaende.de.

Das Seminar ist auch online buchbar. Gehen Sie dazu und für weitere Informationen auf **www.presseseminare.org**

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie einen Vorab-Fragebogen zu Ihren Wünschen und Vorstellungen zum Seminar. Der Veranstaltungsort ist leider nicht barrierefrei.

Nutzen Sie den Frühbucherrabatt bis zum 10. März 2014!

Der Dozent Markus Miksch, Jahrgang 1971, studierte Betriebswirtschaft und arbeitet unter anderem als Karriere-Coach, Trainer, NLP- und Körpersprachen-Experte, Autor und freier Journalist.

Gefördert selbstständig: Wofür es Geld vom Staat gibt

Medienschaffende, die sich selbstständig machen, brauchen Unterstützung – wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß.

Wer langfristig geplant hat, hat vielleicht schon seine Grundausstattung, wie etwa den eigenen PC, den Profi-Fotoapparat oder eine komplette TV-Ausstattung zur Verfügung, wenn er den Schritt in die Selbstständigkeit wagt. Oftmals fallen keine hohen Fixkosten an, das private Telefon kann ebenfalls beruflich genutzt werden, und das Homeoffice ist schnell und kostengünstig eingerichtet. Dennoch sind die Anfangsinvestitionen – die so genannten Gründungskosten – nicht alles, wofür ein finanzielles Polster nötig ist: Der Lebensunterhalt für die ersten Monate ist noch nicht verdient. Und oftmals fehlt auch noch der Überblick, welche Marketing- und Vertriebsmaßnahmen erforderlich sind, um das eigene Geschäft ins Laufen zu bringen.

Ermessensentscheidung Gründungszuschuss

Viele Gründer wissen nicht, dass sie professionellen Rat von Gründungsexperten zur Hilfe nehmen und das anfallende Honorar vom Staat fördern lassen können. Und zwar durch so genanntes Gründercoaching über die KfW, die Förderbank der deutschen Wirtschaft.

Leider wurde die Förderung Ende 2013 drastisch gekürzt. Dies gilt insbesondere für Gründer, die den Schritt in die Selbstständigkeit aus der Arbeitslosigkeit heraus wagen wollen. Schon seit Anfang 2012 wurden die Mittel für den Gründungszuschuss stark reduziert. Aus einem Rechtsanspruch wurde eine Ermessensentscheidung. Aus neun Monaten Förderung wurden nur sechs Monate Förderzeitraum. Gründen aus der Arbeitslosigkeit heraus wurde so für viele unmöglich.

Ein weiteres Instrument der Gründungsförderung wurde davon hart getroffen: Das Gründercoaching Deutschland aus der Arbeitslosigkeit war nämlich nur für solche Existenzgründer möglich, die einen Anspruch auf Gründungszuschuss hatten. Arbeitslose Gründer bekamen bei dieser speziellen Beratungsförderung 90 Prozent der Beratungskosten vom Staat beigesteuert. Leider lief dieses Förderinstrument zum Ende 2013 aus. Wer einen Gründungszuschuss von der Arbeitsagentur erhalten wollte, musste

Foto: wavebreakmedia

Unterschiedliche Förderprogramme je nach Bundesland

Foto: Andrius Repsys

Empfehlenswert: Professioneller Rat vom Gründungsexperten

sich sputen und bis Ende 2013 einen Antrag auf Gründercoaching Deutschland stellen, um noch in den Genuss der 90-Prozent-Förderung zu kommen. Für Anträge, die bis zum 31.12. letzten Jahres gestellt wurden, galten noch die bisherigen Bedingungen, auch wenn die Beratung ganz oder teilweise in 2014 erfolgt.

Gründercoaching Deutschland auch in Zukunft?

Die Beratungsförderung für Gründer, die nicht aus der Arbeitslosigkeit heraus gründen und deren Unternehmen jünger als fünf Jahre ist, lief offiziell Ende 2013 ebenfalls aus. Alle für die Regierungsbildung in Frage kommenden Parteien haben sich jedoch dafür ausgesprochen, Gründer auf diese Weise weiter zu unterstützen. Es besteht also begründete Hoffnung, dass es in der nächsten Förderperiode des ESF (Europäischen Sozial-Fonds) von 2014–2020 weiterhin eine solche Förderung geben wird.

Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA), das dem Wirtschaftsministerium unterstellt ist, bietet zusätzlich eine Beratungsförderung an. Gefördert werden „kleine und mittlere Unternehmen sowie freie Berufe ab einem Jahr nach Gründung“. Daneben gibt es jedoch auch eine Förderung von Informations- und Schulungsveranstaltungen sowie Workshops – auch für die Vermittlung von Informationen über die Existenzgründung.

Von Bundesland zu Bundesland verschieden sind weitere Fördermöglichkeiten gegeben. So gibt es beispielsweise in Bayern das so genannte Vorgründungscoaching, bei dem 70 Prozent der Beratungskosten übernommen werden. Auch das Land Niedersachsen unterstützt Beratungen vor der Gründung mit bis zu 75 Prozent der Kosten. In Rheinland-Pfalz werden Vorhaben der Existenzgründung und Unternehmensnachfolge durch Zuwendungen zu externen Beratungskosten unterstützt.

Wenn's etwas mehr sein muss

Wer doch etwas tiefer in die Tasche greifen muss, um sein Unternehmen zu finanzieren, selbst aber nicht genug Anfangskapital gespart hat, kann ebenfalls auf die Hilfe von Vater Staat hoffen: Vom ERP-Gründerkredit „Startgeld“ bis zum Mikrokredit kann der Gründer hier vor allen Dingen auf niedrige Zinsen und Tilgungsfreistellung hoffen. Oftmals ist auch das eigene Risiko dabei minimiert und Eigenkapital nicht erforderlich.

Einen guten Überblick über die verschiedenen Förderprogramme des Bundes, der Länder und der EU bietet die Internetseite www.foerderdatenbank.de des Wirtschaftsministeriums. Hier lassen sich Fördermöglichkeiten nach Fördergebiet (z. B. Bundesland), Förderberechtigtem (z. B. Existenzgründer), Förderbereich (z. B. Unternehmensfinanzierung) sowie Förderart (z. B. Zuschuss) recherchieren.

Wer einen passenden und gelisteten Berater für die Existenzgründerberatung sucht, wird in der KfW-Beraterbörse fündig (www.beraterboerse.kfw.de). Hier sind alle für die Beratungsförderung zugelassenen Berater nach unterschiedlichen Kriterien recherchierbar. ▮

Foto: Lisa S.

Oft sind die Gründungskosten ein Problem

Walther Bruckschen (Jahrgang 1961), Diplom-Kaufmann und Unternehmensberater, besitzt langjährige Erfahrungen als Chefredakteur von Fachzeitschriften und ist als freiberuflicher Journalist, Agenturgründer und Geschäftsführer sowie PR- und Marketingberater tätig. Als Q-plus-zertifizierter Gründungsberater ist er in der Beraterbörse der KfW gelistet und hat sich auf Gründer- und Führungskräftecoaching in der Medienbranche spezialisiert. Er betreut seit Januar 2013 federführend die Existenzgründungsberatung des Journalistenzentrum Deutschland.

Mein neuer Drehort

Ich weiß noch, wie es anfing. Damals wurde ich in nur einer Woche von der Praktikantin zur festangestellten Rechercheurin befördert. Ich war überwältigt und überglücklich. Fernsehen: Das war genau mein Ding! Protagonisten suchen, Geschichten entwickeln, Drehs vorbereiten – stressig, aber spannend fühlte sich der Fernsehalltag an. Da musste ich Drehgenehmigungen für Monaco organisieren, Interviewanfragen stellen, Akkreditierungen für die Fashionweek in Paris besorgen, Kamerateams zusammenstellen und briefen. Manchmal wurde es abends richtig spät, wenn ich noch nach Los Angeles telefonieren musste. Ich war mal in New York und Barcelona und am Schreibtisch habe ich Drehs in Miami, Saint Tropez und Dubai organisiert.

Foto: Paul Prescott

Mütter leisten mehr: Im Beruf nennt man das Multitasking

Und jetzt bin ich: zu Hause. Denn ich bin Mama geworden. Nach der Geburt schrumpfte meine Welt plötzlich auf einen Mikrokosmos zusammen, in dem sich meine kleine Familie einnistet und den es gilt, gegen jede Störung von außen zu verteidigen. Da kuschelt man sich zusammen und staunt über dieses Wunder, das nun keine versponnene Idee mehr ist, sondern lebendig und wirklich. Wir halten das kleine Wesen in unseren Armen und möchten am liebsten die Zeit anhalten. Das Staunen bleibt, aber wenn sich der Blick langsam klärt und sich die erste Verliebtheitsphase langsam dem Ende zuneigt, streckt man langsam wieder die Fühler aus und stellt fest, dass die Welt sich inzwischen weiter gedreht hat.

Sonne, Alligatoren, Art Deco

Da lese ich auf Facebook, dass die Kollegen die Produktion eines Drehs für drei Monate nach Florida verlegen. Das piekst ungemein. Dort hätte auch ich sein können! Schnell ... ich brauche schnell ein paar Argumente, die mir den Schmerz nehmen. Fernsehen ist wahnsinnig stressig. Allein das Umbuchen von Flügen in allerletzter Sekunde. Protagonisten, die an vereinbarten Drehorten nicht auftauchen. Das Schreiben von Drehbüchern mit illusorischen Deadlines. Hauptdarsteller, die dich in den Wahnsinn treiben. Die mediengeil sind und selbstverliebt. Fernsehformate, die ich mit meinem Gewissen nur schwer vereinbaren kann. Und doch ... drei Monate Florida! Das klingt einfach zu verlockend!

Und was mache ich? Ich setze mich noch mit meiner neuen Rolle als Mutter auseinander. Tochter, Freundin, Frau und Ehefrau war ich ja schon. Da bin ich eigentlich ganz froh, dass „Kollegin“ erst mal wegfällt. Nun manage ich also eine kleine Familie. Eine ungewohnte Rolle, in die ich erst langsam hineinwachsen muss. Im Fernsehalltag bin ich Profi, hier fange ich ganz bei Null an. Ich, die es im Job gewohnt war, Drehabläufe minutiös zu planen, auf unerwartete Vorfälle sofort zu reagieren und immer einen Plan B in der Tasche zu haben, scheitere zuhause an ebenjenen Ansprüchen. Bis ich endlich zulasse, dass mein Kind den Takt vorgibt und wir beide uns in einen seligen Kokon der Langsamkeit einspinnen. Sich einlassen auf das Abenteuer Mamasein, in Hingabe aufzugehen in dieser Verantwortung – das ist die neue Herausforderung, um die es sich jetzt dreht.

Und nun, fast elf Monate später, haben wir unseren Rhythmus gefunden. Ich weiß, wann mein Sohn müde ist, wann er Hunger hat und wann man ihm besser seinen Willen lässt, damit er auf eigene Faust die Welt erkunden kann. Ich weiß, wann ich besser schnell etwas essen sollte und wann ich unbedingt den Mittagsschlaf zusammen mit ihm machen sollte, um Kräfte zu tanken. Ich kenne meine

Foto: Maxim Blinkov

Fernsehen machen ist für viele ein Traumberuf

Foto: AVAVA

Berufstätige Mütter gelten bei Arbeitgebern als Betriebsrisiko

Foto: Maxriesgo

Der schönste Job der Welt?

Grenzen und weiß, dass ich sie regelmäßig überschreiten muss.

Was ich noch nicht weiß ist, wie es weitergehen soll. Ich genieße die Zeit mit meinem Sohn in vollen Zügen, aber ich spüre auch langsam ein Bedürfnis, wieder in den Beruf einsteigen zu wollen. Denn was ich in meinem Baby-Alltag oft vermisse, ist Anerkennung. Das befriedigende Gefühl, einen Job gut gemacht zu haben, intellektuell gefordert zu werden. Projekte eigenständig zu planen und durchzuführen. Und ja, auch die lieben Kollegen fehlen mir, das Arbeiten im Team.

Ich bereite mich also langsam darauf vor, den wundervollen Kokon der Glückseligkeit zu verlassen, nach der vertrauten schönen Zweisamkeit Platz zu machen für neue Erfahrungen. Sich der einzigartigen Momente, die ich mit meinem Kind geteilt habe, noch einmal bewusst zu werden und sich zu öffnen für das Abenteuer Kindergarten und das Abenteuer Job.

Mütter gelten als Betriebsrisiko

Da ist es also, das Dilemma, vor dem wahrscheinlich die meisten Eltern stehen: die Frage der Zeiteinteilung. Der Kuchen an Zeit, von dem jeder sein Stückchen abhaben möchte. Doch wie groß dürfen die einzelnen Stücke sein? Wie verteile ich das kostbare Gut Zeit so, dass alle auf ihre Kosten kommen? Und vor allem: Habe ich überhaupt eine Wahl? Es ist ja nicht unbedingt so, dass die Halbtagsjobs auf der Straße liegen. Und wahrscheinlich würde man mich sowieso unter „Betriebsrisiko“ verbuchen, denn: Kinder werden auch mal krank. Ja, es wird der Tag kommen, an dem ich alles stehen und liegen lasse und sofort zum Kindergarten rase, weil mein Sohn vom Klettergerüst gefallen ist und sich verletzt hat. Ja, wahrscheinlich bekommt mein Kind genau dann die Masern, wenn dieser super wichtige Dreh ansteht, bei dem auf gar keinen Fall irgendetwas schief gehen darf. Ja, es wird auch mir passieren, dass ich mit vollgekleckerter Jeans zum Dreh komme und dann auch noch fünf Minuten zu spät und völlig abgehetzt, weil mein Kind sich einen Scherz daraus gemacht hat, den Autoschlüssel zu verstecken.

Betriebsrisiko? Das kann man auch anders sehen. Ich kann hervorragend managen, organisieren und delegieren. Mehr noch: Ich behalte in Stresssituationen immer den Überblick und lasse mich nicht aus der Ruhe bringen. Ich weiß, wie wichtig es ist, Prioritäten zu setzen. Ich halte in der einen Hand das schreiende Kind, am Ohr das Telefon und mit der anderen Hand wische ich die Essensreste vom Fußboden. In der Arbeitswelt nennt man das multitasking, oder? Wir Eltern leisten den anstrengendsten Job überhaupt – nonstop, ohne Pause. Wann ich das letzte Mal durchgeschlafen habe? Ich kann mich nicht daran erinnern.

Mein Wunsch? Eine gesunde Balance zwischen herausforderndem Job und Mamasein. Denn seien wir mal ehrlich: Bei einem normalen 40 Stunden Job verbringen wir mehr Zeit mit den lieben Kollegen als mit unseren Freunden und der Familie. Alles dreht sich um den Beruf, und das was man Leben nennt, wird in die wenigen freien Stunden am Abend und am Wochenende gepresst. Das war in meiner Zeitrechnung vor dem Kind auch völlig okay. Nur jetzt eben nicht mehr. Denn ich bin Mama. Und damit habe ich sowieso schon den besten Job der Welt. ▮

Janine Nickel, 34, ist Mutter eines einjährigen Sohnes, studierte PR- und Kommunikationsberaterin und kam als Quereinsteigerin zum Fernsehen. Nach zwei Jahren im TV-Business schnappte sie sich ihren Mann und zog mit ihm in einen zum Wohnwagen ausgebauten Bus.
Sie fuhren fast zwei Jahre auf einem Surftrip quer durch Europa und Marokko und schrieben von unterwegs für einige Magazine Reiseberichte. Zuletzt war sie für eine Fernsehproduktionsfirma freiberuflich tätig.

Das große Lauschen – Freund hört mit!

Neugier ist eine feine Sache. Sie befähigt den Menschen, sich zu entwickeln, zu lernen, Dinge zu verbessern oder eben Missstände aufzudecken und zu beseitigen. Staatliche Neugier schützt im Idealfall die Bürger eines Landes davor, Ziel wie auch immer gearteter äußerer Angriffe zu werden.

Problematisch wird es, wie immer im Leben, wenn man es mit der Neugier übertreibt. Ein gutes Beispiel dafür ist die von Herrn Snowden kürzlich aufgedeckte Aufklärungspraxis eines Staates. Jedem realistisch denkenden Journalisten sollte bewusst sein, dass es im Rahmen der Berufsausübung faktisch zur (gelegentlichen) Überwachung seines Telefon- und/oder E-Mail-Verkehrs kommen kann. Die Überwachung der Telekommunikation zählt zu den Ermittlungsmaßnahmen, denen international, insbesondere in der Kontrolle und Bekämpfung der organisierten Kriminalität und auch in den Bereichen der Terrorismusbekämpfung und des Schutzes nationaler Sicherheit, hohe Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Dies hat der wohl noch gut im kollektiven journalistischen Gedächtnis haftende Fall der Journalistin Andrea Röpke aus dem Jahr 2012 eindrucksvoll unter Beweis gestellt, die zu diesem Zeitpunkt bereits seit sechs Jahren vom Verfassungsschutz überwacht worden war, weil sie für ihre Reportagen im rechtsradikalen Umfeld ermittelte. Immer wieder gibt es Meldungen über, mitunter auch rechtswidrige und willkürlich anmutende, Überwachung von Journalisten in Deutschland und Europa insgesamt. Wie wir jetzt erfahren mussten und möglicherweise bereits lange geahnt haben, kennt die Sammelwut staatlicher Institutionen oft kaum Grenzen.

Rechtsgrundlagen

Die Telekommunikation kann in Deutschland derzeit auf Grundlage von §§ 100a, 100b StPO, §§ 100g, 100h Strafprozessordnung (StPO), § 100i StPO, verschiedenen Regelungen der nachrichtendienstlichen Überwachung, sowie aufgrund einzelner Polizei- bzw. Gefahrenabwehrgesetze der Länder als Erkenntnisquelle genutzt werden. Voraussetzungen für die Durchführung staatlicher, insbesondere nachrichtendienstlicher Überwachungsmaßnahmen sind vereinfacht zusammengefasst folgende:

Die verdachtslose Überwachung Unschuldiger – tatsächlich sinnvoll und demokratisch? Illustration: Lonely

- Die Überwachung und Aufzeichnung darf nur die Telekommunikation betreffen.
- Ein Tatverdacht muss aufgrund bestimmter Tatsachen bestehen, wobei sich der Tatverdacht auf eine der in § 100a S.1 Nr. 1-5 StPO enumerativ aufgezählten Straftaten beziehen muss. Der Verdacht darf darüber hinaus nicht unerheblich sein, unterliegt aber keinen gesteigerten Anforderungen. Dem Anordnenden wird ein Beurteilungsspielraum hinsichtlich des Vorliegens dieser Voraussetzung zugestanden.
- Die Überwachungsmaßnahme muss subsidiär angeordnet werden, wobei der zu Überwachende als Täter oder Teilnehmer einer Katalogtat verdächtig ist oder zumindest als Nachrichtenmittler oder Anschlussinhaber i.S.d. § 100a StPO verdächtigt wird.
- Die Maßnahme muss durch den nach § 100b StPO zuständigen Richter oder bei Gefahr im Verzug durch den Staatsanwalt angeordnet worden sein.

Maßnahmen

Überwachung von Telefonaten

Behörden dürfen, etwa bei der Verfolgung schwerer Straftaten, die Mobiltelefone von Journalisten überwachen. Das entschied das Bundesverfassungsgericht bereits im Jahr 2003 (Urteil des Ersten Senats vom 12. März 2003, 1 BvR 330/96 und 1 BvR 348/99).

Derartige Eingriffe sind gerechtfertigt, wenn sie zur Verfolgung einer Straftat von erheblicher Bedeutung erforderlich sind, hinsichtlich der ein konkreter Tatverdacht besteht und wenn eine hinreichend sichere Tatsachenbasis für die Annahme vorliegt, dass der durch die Anordnung Betroffene mit dem Beschuldigten über Telekommunikationsanlagen in Verbindung steht. Offen ließen die Richter allerdings, was „schwere Straftaten“ sind. Die Überwachung von Telefonaten, etwa mit Informationsquellen, stellt für sich genommen einen schweren Eingriff in die Pressefreiheit dar und darf nur unter bestimmten Bedingungen erfolgen, heißt es in der Urteilsbegründung. Nach Ansicht des Bundesverfassungsgerichts darf aber

Foto: Rena Schild

Der NSA-Skandal beschäftigt mittlerweile die ganze Welt

das Interesse der Behörden an der Verfolgung von Straftaten grundsätzlich nicht hinter den Recherchen der Medien zurückstehen. Eine Überwachung von Mobilfunkkommunikation ist also nicht bei jeder Strafverfolgung gerechtfertigt. So müssten die Behörden einen konkreten Tatverdacht für das Vorliegen einer schweren Straftat haben. Ebenso müsse sicher sein, dass der Journalist mit dem mutmaßlichen Straftäter Kontakt habe.

Überwachung des E-Mail Verkehrs

Gemäß einer bereits etwas zurückliegenden Entscheidung der deutschen Verfassungsrichter (Az. 1 BvR 370/07 und 1 BvR 595/07) umfasst das allgemeine Persönlichkeitsrecht (Art. 2 Abs. 1 i.V.m. Art. 1 Abs. 1 GG) zwar das Grundrecht auf Gewährleistung der Vertraulichkeit und Integrität informationstechnischer Systeme. Die heimliche Infiltration eines informationstechnischen Systems, mittels derer die Nutzung des Systems überwacht und seine Speichermedien ausgelesen werden können, ist verfassungsrechtlich aber zulässig, wenn tatsächliche Anhaltspunkte einer konkreten Gefahr für ein überragend wichtiges Rechtsgut bestehen. Überragend wichtig sind Leib, Leben und Freiheit der Person oder solche Güter der Allgemeinheit, deren Bedrohung die Grundlagen, den Bestand des Staates oder die Grundlagen der Existenz der Menschen berühren. Die Maßnahme kann schon dann gerechtfertigt sein, wenn sich noch nicht mit hinreichender Wahrscheinlichkeit feststellen lässt, dass die Gefahr in näherer Zukunft eintritt, sofern bestimmte Tatsachen auf eine im Einzelfall durch bestimmte Personen drohende Gefahr für das überragend wichtige Rechtsgut hinweisen.

Was E-Mails auf einem Server betrifft, so sei der Inhaber des betreffenden Mail-Accounts besonders schutzbedürftig – unabhängig davon, ob er die Nachrichten bereits gelesen habe oder noch nicht. Mail-Inhalte seien sensibel, denn ein Zugriff könne etwa „erhebliche Rückschlüsse auf das Kommunikationsverhalten des Betroffenen, sein soziales Umfeld und seine persönlichen Interessen zulassen“ (2 BvR 902/6). Allerdings können die auf dem Server befindlichen E-Mails stattdessen direkt bei dem zuständigen Provider beschlagnahmt werden (2 BvR 902/06). Diese Beschlagnahme sei nämlich im Vergleich zur verdeckten Überwachung weniger einschneidend, da sich der Betroffene gegen die heimliche Überwachung, im Gegensatz zur Beschlagnahme, mangels Kenntnis zunächst nicht wehren könne.

Abhören von Gesprächen in geschlossenen Räumen („Großer Lauschangriff“)

Die Unverletzlichkeit der Wohnung hat einen engen Bezug zur Menschenwürde und zu dem verfassungsrechtlichen Gebot unbedingter Achtung einer Sphäre der ausschließlich privaten „höchstpersönlichen“ Entfaltung. Die vertrauliche Kommunikation benötigt einen räumlichen Schutz, auf den die Bürger vertrauen können. Dem Einzelnen soll das Recht, in Ruhe gelassen zu werden, gerade in seinen privaten Wohnräumen gesichert sein, und zwar ohne Angst, dass staatliche Stellen die Entfaltung seiner Persönlichkeit im Kernbereich privater Lebensgestaltung überwachen. In diesen Kernbereich darf die akustische Überwachung von Wohnraum nicht eingreifen, und zwar auch nicht im Interesse der Effektivität der Strafrechtspflege und der Erforschung der Wahrheit. Eine Abwägung nach Maßgabe des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes zwischen der Unverletzlichkeit der Wohnung und dem Strafverfolgungsinteresse findet insoweit nicht statt. Selbst überwiegende Interessen der Allgemeinheit können einen Eingriff in diese Freiheit zur Entfaltung in den höchstpersönlichen Angelegenheiten nicht rechtfertigen. Allerdings verletzt nicht jede akustische Überwachung die Menschenwürde. So gehören Gespräche über begangene Straftaten ihrem Inhalt nach nicht zum absolut geschützten Kernbereich privater Lebensgestaltung.

Eine auf die Überwachung von Wohnraum in solchen Fällen gerichtete gesetzliche Ermächtigung muss ►

Foto: M. Kabaku

Abhören in privatem Wohnbereich – gemäß Rechtsrahmen eigentlich nur in engen Grenzen zulässig...

Foto: Andre Bonn

Journalisten können auf Löschung gespeicherter Daten klagen

aber unter Beachtung des Grundsatzes der Normenklarheit nähere Sicherungen der Unantastbarkeit der Menschenwürde enthalten - das Risiko ihrer Verletzung ist auszuschließen. Auch muss die Ermächtigung den tatbestandlichen Voraussetzungen des Art. 13 Abs. 3 GG und den übrigen Vorgaben der Verfassung entsprechen. Die Anforderungen an die Rechtmäßigkeit der Wohnraumüberwachung sind umso strenger, je größer das Risiko ist, dass mit ihnen Gespräche höchstpersönlichen Inhalts erfasst werden könnten. So muss die Überwachung in Situationen von vornherein unterbleiben, in denen Anhaltspunkte bestehen, dass die Menschenwürde durch die Maßnahme verletzt wird. Führt die Überwachung unerwartet zur Erhebung von absolut geschützten Informationen, muss sie abgebrochen werden und die Aufzeichnungen müssen gelöscht werden; jede Verwendung solcher im Rahmen der Strafverfolgung erhobener absolut geschützter Daten ist ausgeschlossen.

Das Risiko, solche Daten zu erfassen, besteht typischerweise beim Abhören von Gesprächen mit engsten Familienangehörigen, sonstigen engsten Vertrauten und Personen, zu denen ein besonderes Vertrauensverhältnis besteht (wie z. B. Pfarrern, Ärzten und Strafverteidigern). Bei diesem Personenkreis dürfen Überwachungsmaßnahmen nur ergriffen werden, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür bestehen, dass die Gesprächsinhalte zwischen dem Beschuldigten und diesen Personen keinen absoluten Schutz erfordern, so wie bei einer Tatbeteiligung der das Gespräch führenden Personen. Anhaltspunkte, dass die zu erwartenden Gespräche nach ihrem Inhalt einen unmittelbaren Bezug zu Straftaten aufweisen, müssen schon zum Zeitpunkt der Anordnung bestehen. Sie dürfen nicht erst durch eine akustische Wohnraumüberwachung begründet werden.

Es besteht eine Vermutung dafür, dass Gespräche mit engsten Vertrauten in der Privatwohnung zum Kernbereich privater Lebensgestaltung gehören. Gespräche in Betriebs- und Geschäftsräumen nehmen zwar am Schutz des Art. 13 Abs. 1 GG teil, betreffen bei einem fehlenden Bezug des konkreten Gesprächs zum Persönlichkeitskern aber nicht den Menschenwürdegehalt des Grundrechts.

Rechtsschutz gegen staatliche Überwachung von Journalisten

Wer im Einzelfall als Journalist von staatlichen Überwachungsmaßnahmen betroffen ist und davon Kenntnis erhält, kann sich dagegen zur Wehr setzen, indem er, basierend auf den jeweiligen landesrechtlichen Bestimmungen, zunächst seinen Auskunftsanspruch gegenüber der jeweiligen Behörde geltend macht, um zu erfahren, welche Daten konkret gespeichert wurden. Nach Erteilung der Auskunft kann dann gegebenenfalls vor dem Verwaltungsgericht auf Löschung der gespeicherten Daten geklagt werden.

Ermutigend ist hier ein Fall eines niedersächsischen Journalisten, der im Jahr 2011 ein entsprechendes Auskunftsersuchen an den niedersächsischen Verfassungsschutz gestellt hatte, um zu erfahren, in welchem Umfang er zuvor ausgespäht worden war. Dem Journalisten war daraufhin mitgeteilt worden, er sei jahrelang beobachtet und es seien personenbezogene Daten über ihn gespeichert worden. Das Verwaltungsgericht Göttingen machte deutlich, dass die konkrete journalistische Arbeit nicht als verfassungsfeindliche Bestrebung eingestuft werden könne. Dementsprechend verpflichtete das Gericht den Verfassungsschutz per Urteil, sämtliche über den Journalisten bestehenden Einträge in den Dateien zu löschen und in den Papierakten zu sperren (Urteil v. 6.11.2013, Az. 1 A 246/11).

Dieser Fall steht exemplarisch für die Erkenntnis, dass Journalisten staatlichen Ermittlungen nicht immer schutzlos ausgeliefert sind. Es bedarf aber des nötigen Engagements, auch und gerade in Bezug auf den Schutz journalistischer Freiheiten.

Olaf Kretzschmar ist der Spezialist für Medien- und Presserecht im Journalistenzentrum Deutschland. Er steht den Mitgliedern von DPV und bdfj auch innerhalb der kostenfreien Rechtsberatung für Fragen zur Verfügung.
Der Journalist und Hausjustiziar führt eine eigene Kanzlei (www.kiel-recht.de) und verfasst im „Brennpunkt Recht“ regelmäßig Fachartikel.

Illustration: Chief Crow Daria

Crowdfunding – die subventionierte Recherche

Aufwendige Recherche kostet Geld. Damit Hintergrundberichte nicht mehr an der Finanzierung scheitern, können sich Interessierte über eine Plattform im Internet direkt an den Kosten beteiligen. Dafür bekommen sie von den Journalisten eine Gegenleistung.

Es wäre einmal interessant, herauszufinden, wie viele gute Themen pro Jahr unbearbeitet liegenbleiben, weil das Geld für die Recherche fehlt. Wenn Medienhäuser sparen müssen, lässt die journalistische Qualität häufig nach. Aufwendige Hintergrundrecherchen werden zugunsten von billigeren Inhalten reduziert oder gestrichen. Von solchen Sparmaßnahmen sind auch freie Journalisten betroffen. Für sie wird es zunehmend schwieriger, angemessene Recherchehonorare auszuhandeln. Wer mit seiner Recherchearbeit ohne konkreten Auftrag einer Redaktion in Vorleistung geht, trägt das Risiko, die Kosten selbst bei Mehrfachverwertung am Ende nicht mehr ausgleichen zu können.

Foto: rvlsoft

Auf Crowdfunding-Plattformen im Internet kann jeder sein Projekt vorstellen

Eine bislang noch überschaubare Zahl von Journalisten testet jetzt einen neuen Weg der Finanzierung: Wenn die Medienhäuser schon kein Geld für gute Recherche ausgeben wollen, dann vielleicht die Konsumenten – die Leser, Zuhörer und Zuschauer, denen sonst so mancher interessante Beitrag vorenthalten bliebe. „Crowdfunding“ oder Schwarmfinanzierung nennt sich dieses Prinzip der Finanzierung durch viele private Geldspenden. Auf Crowdfunding-Plattformen im Internet darf jeder sein eigenes Projekt vorstellen und bewerben. In einem festgelegten Zeitraum spenden Interessenten dann kleine und größere Geldbeträge, um ein Projekt ihrer Wahl zu unterstützen. Der Initiator eines Projekts kann für seine Geldgeber sinnvolle Gegenleistungen anbieten – so lädt ein Musiker zum Beispiel zu einem Privatkonzert ein, ein Autor signiert Bücher, ein Künstler malt Bilder. Solche individuellen Gegenleistungen sollen den Anreiz erhöhen, das Projekt zu unterstützen. Wird die vorher festgelegte Geldsumme bis zum Ablauf der Frist erreicht, kann das Projekt starten. Kommt nicht genügend Geld zusammen, erhalten die Unterstützer ihre Spenden zurück.

Sonst nicht realisierbare Recherchen lassen sich jetzt umsetzen

Nach diesem Prinzip funktioniert auch die Crowdfunding-Plattform „krautreporter.de“. Hier können Journalisten ihre Recherche-Idee vorstellen und um Unterstützung werben. Auch andere journalistische Projekte finden auf dieser Plattform Platz. Die Themen reichen von „Giftgasen im Airbag“ bis hin zu den schmutzigen Geschäften großer Minenunternehmer in Afrika. Die Plattform wird von zwei Journalisten betrieben und ist seit Anfang 2013 aktiv. Seitdem fanden 27 Projekte genügend Unterstützer, um realisiert zu werden, insgesamt flossen Spenden in Höhe von knapp 125.000 Euro.

Schwarmfinanzierung hat schon in vielen Bereichen Projekte ermöglicht, die ohne die Unterstützung von interessierten Privatleuten vermutlich nie realisiert worden wären. So wurde zum Beispiel eine Spielekonsole auf den Markt gebracht, deren Entwicklung durch private Geldgeber finanziert wurde. Am Ende kam sogar neun Mal mehr Geld zusammen als eigentlich benötigt wurde – so groß war das Interesse.

Auch bei *krautreporter* gibt es Projekte, die erstaunlich viele Unterstützer finden. Für einen Film zum Thema „Paranormale Menschen“ spendeten 37 Leute. Am Ende hatte der Nachwuchsjournalist für sein Projekt mehr als das Dreifache seiner veranschlagten Kosten eingeworben.

Neben einem attraktiven Thema ist beim Crowdfunding auch die Präsentation wichtig: Videos, Fotos oder Blogs zum geplanten Projekt können die Chancen erhöhen, genügend Unterstützer zu finden. Zum guten Ton auf Crowdfunding-Plattformen gehört es ebenfalls, die bereits gewonnenen Spender über den Fortgang und das Ergebnis des Projekts auf dem Laufenden zu halten.

Ob sich das Modell des spendenfinanzierten Journalismus langfristig als eigene Möglichkeit der Kostendeckung etabliert, wird sich zeigen. Auf jeden Fall sind es nicht mehr nur die Chefredakteure, die entscheiden, ob ein Thema näher beleuchtet wird, sondern jetzt auch die Konsumenten. ▮

Mirjam Büttner ist Journalistin und arbeitet im Medienbüro Hamburg – einer kirchlichen Aus- und Weiterbildungseinrichtung für Print, Radio, TV und Online, die seit über 20 Jahren besteht. Beim Journalistenzentrum Deutschland steht sie den Mitgliedern von DPV und bdfj über die Journalistenberatung gerne zur Verfügung.

Vom verantwortungsvollem Umgang mit Pressekonditionen

Die Zahl der festangestellten Redakteure, die Honorarsituation von Freiberuflern und das gesamte Medienumfeld geben seit Jahren Anlass zur Sorge – unabhängig von vielen auch erfolgreichen und zufriedenen Kollegen.

Besonders freiberuflich tätige Journalisten beklagen immer wieder, wie schwierig es gegenüber Verlags- und Medienhäusern ist, als fair empfundene Konditionen auszuhandeln. Der Preisdruck seitens übermächtiger Verhandlungspartner sorgt dafür, dass der geliebte Beruf manchmal bis an den Rand der Existenzgrenze führt. Man mag das bedauern oder abtun – für manchen von uns ist dies die Realität, mit der es sich täglich auseinander zu setzen gilt.

Freiberufler haben auch keine Einkaufsgenossenschaften oder Möglichkeiten zum Großhandelseinkauf. Sie sind in diesem Bereich gegenüber anderen wirtschaftlich Handelnden benachteiligt und somit auf ihren Berufsverband angewiesen.

Die Berufsverbände des Journalistenzentrum Deutschland setzen sich daher dafür ein, die wirtschaftliche Situation der angeschlossenen Mitglieder zu verbessern. Wir verfahren hier ähnlich wie andere Institutionen & gesellschaftliche Gruppen und im Einklang mit den Verhaltensvorgaben der Deutschen Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM). Die DGVM ist die größte Querschnittsorganisation für hauptamtlich geführte Verbände in Deutschland – der DPV ist stellvertretend für das Journalistenzentrum Deutschland bereits seit dem Jahr 2006 Vollmitglied.

Nur für Verbandsmitglieder

Ein Presseausweis an sich ist selbstverständlich keine Rabattmarke. Als Berufsverbände müssen wir dafür sorgen, dass die uns angeschlossenen Journalisten nicht schlechter gestellt sind als ADAC-Mitglieder, als Parteigänger und Politiker von CDU oder

Foto: Journalistenzentrum Deutschland

SPD, als Mitglieder unserer Kollegenverbände DJV oder DJU/Verdi.

Es kann also nur im Rahmen einer Mitgliedschaft in DPV oder bdfj an dieser Zusammenstellung besonderer Konditionen teilgenommen werden – Nicht-Mitglieder erhalten weder einen Presseausweis noch Zugang zu dem internen Bereich der am Schluss genannten Webpräsenz. Die Verbände des Journalistenzentrum Deutschland folgen damit den Empfehlungen der einschlägigen Fachliteratur, Sonderkonditionen nicht vorrangig aufgrund der Zugehörigkeit zu einer Berufsgruppe, sondern wegen der Zugehörigkeit zu einem Berufsverband zu ermöglichen.

Ermäßigungen sind nicht unumstritten. Sie sind aber mit Wegfall des Rabattgesetzes üblicher Bestandteil des gesellschaftlichen Handels in der Bundesrepublik geworden. Zur Sicherung von Unabhängigkeit und fairem Verhalten müssen sich die Teilnehmer bei uns daher nach folgenden Grundsätzen richten:

- Es gelten die Teilnahmebestimmungen
- Grundlage ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Die Richtlinien des Pressekodex (Presserat), hier insbesondere § 7, werden empfohlen.

Außerdem empfehlen wir den uns angeschlossenen Journalisten, sich mit der Spezialliteratur rund um das Thema auseinander zu setzen (www.medienbu.ch ► Journalist als Beruf ► Berufsethos & Medienethik).

Klar definiert, transparent ausgewiesen

Wichtig ist weiter, dass Sonderkonditionen eindeutig definiert sind. Entscheidend für den Umgang mit Pressekonditionen ist die strikte Trennung von journalistischer Arbeit und werblicher Beeinflussung. Sollte ein Unternehmen versuchen, die Berichterstattung zu beeinflussen, würde es innerhalb der Pressekonditionen umgehend ausgeschlossen werden.

Hinsichtlich der Pressekonditionen gibt es klar festgelegte und transparente Teilnahmebestimmungen. Das Journalistenzentrum Deutschland setzt diese Maßstäbe um, indem die Berufsverbände DPV und bdfj nachweisbarem Fehlverhalten ihrer Mitglieder nachgehen und Ausschlüsse samt Presseausweisentzug konsequent durchführen. Denn kaum etwas ist schlimmer als Journalisten, die sich kaufen lassen – völlig unabhängig davon, dass Sonderkonditionen für die Mitglieder von Verbänden und Institutionen ein allgemein übliches Verfahren darstellen.

Welche Institutionen den Mitgliedern von DPV und bdfj besondere Konditionen einräumen, erfahren Sie unter dem aktuellen Relaunch **www.presse-konditionen.org**.

Foto: Dirk Ott

Wer sich nicht benimmt, fliegt raus

Jetzt die PressCreditCard beantragen

und eines von 10 iPhones gewinnen

Wer bis zum 31. März des Jahres die einzige Berufskreditkarte für Journalisten beantragt, nimmt automatisch an einer Verlosung von zehn iPhones 5c teil, welche die herausgebende Bank innerhalb ihrer Frühjahrsaktion ausgelobt hat.

Die wichtigsten Vorteile und Merkmale der PressCreditCard im Überblick, welche sich besonders für unsere mobile Berufsgruppe rentieren:

- Keine Jahresgebühr (dauerhaft)
- Keine Gebühren für Bargeldabhebungen

Foto: Kiefer pix

Berufskreditkarte und Smartphone erleichtern den Job

- Keine Auslandsgebühr (weltweit)
- Keine Gebühren für Ersatzkarte, Ersatz-PIN und Kartensperrung
- Zinsfreies Zahlungsziel für Ihre Einkäufe bis zu 7 Wochen
- Gebührenfreier Kundenservice Tel. 0800/8801120, 24 Stunden/Tag, 7 Tage/Woche
- Zugang zu 24 Millionen Akzeptanzstellen sowie einer Million Bankautomaten und Schaltern weltweit.

Unter **www.PressCreditCard.de** wird erklärt, wie Sie außerhalb einer Beantragung an der Verlosung teilnehmen können. Dort können Sie die Karte direkt beantragen und finden Antworten auf mögliche Fragen.

Pressereise nach Indien –

vom 23. Mai bis zum 1. Juni 2014 – verspricht Spannung pur

Foto: Boris Stroujko

„Ein Machtwechsel liegt in der Luft“, wie die *ZEIT* unter Verweis auf die geplante Abstimmung in dem zweitbevölkerungsreichsten Land der Welt vor kurzem schrieb. „Indien nach den Wahlen“ lautet deshalb das Thema der kommenden Recherchereise.

Neben der Hauptstadt Neu-Delhi werden zahlreiche interessante Ziele und Bundesstaaten angesteuert. Wir haben Interviews mit hochrangigen Politikern und Spitzen aus Wirtschaft, Kultur und Medien vorbereitet, wie auch das Gespräch mit anderen Menschen aller Couleur. Dazu werden Kultureinrichtungen, das sogenannte Bollywood, Kirchen und Moscheen, Bildungsstätten, TV- und Radiosender beziehungsweise Printmedien sowie große Wirtschaftsunternehmen und Entscheidungsträger der Politik besucht. Die teilnehmenden Reporter und Korrespondenten können somit aus erster Hand berichten. Denn die vom Journalistenzentrum Deutschland organisierten Pressereisen finden ausschließlich im Interesse und in enger Abstimmung mit den mitreisenden Berichterstattern statt – ein sicherlich wesentlicher Unterschied zu vielen anderen Exkursionen. Um die Wünsche der unseren Verbänden DPV und bdfj angeschlossenen Medienmacher soweit wie möglich umzusetzen, können uns diese unter pressereisen@journalistenverbaende.de jederzeit formlos mitteilen, welches ihre bevorzugten Anliegen für diese Unternehmung sind.

Die Reise startet am 23. Mai, zurück nach Deutschland geht es am 1. Juni. Aus Organisations- und Sicherheitsgründen kann sich der Termin noch um ein bis zwei Tage nach vorne oder hinten verschieben, die Teilnehmer werden in diesem Fall frühzeitig informiert. Die Zulassung findet nach Reihenfolge des Eingangs der vollständigen Bewerbung statt, DPV- und bdfj-Mitglieder werden bevorzugt behandelt. Aber auch Nicht-Mitglieder sind herzlich eingeladen.

Journalistenzentrum Deutschland ist erfahrener Organisator von Pressereisen

Den genauen Reiseablauf erfahren die Teilnehmer – ebenfalls aus Sicherheitsgründen – erst kurz vor dem Abflug. Ein außergewöhnliches und umfangreiches Tour-Programm ist aufgrund der zahlreichen Beziehungen des Journalistenzentrum Deutschland gesichert. Das Verständnis der englischen Sprache sowie ein allgemein körperlich guter Gesundheitszustand sind Voraussetzung für die Teilnahme. Schließlich erhalten die mitreisenden Berichterstatter einen Einblick in das bevölkerungsreichste demokratische Land der Welt, welches in den letzten Jahrzehnten viel erreicht hat und doch in naher Zukunft große Anstrengungen zur Weiterentwicklung entfalten muss.

Das Journalistenzentrum Deutschland bereitet die Organisation der Flüge, Visa, Transporte und Übernachtungen vor Ort, die Stellung eines journalistischen Reiseleiters, Sicherheitsmaßnahmen, Ortskräfte, Arbeitsgenehmigungen und viele andere Kleinigkeiten vor. Die Reise wird subventioniert. Dabei wird streng darauf geachtet, dass redaktionelle Inhalte nicht beeinflusst werden.

Foto: Curioso

Indien – für seine allgegenwärtige Farbenpracht bekannt

Fotos: D. Sikman, Pavel L. Photo and Video

Recherchereisen des Journalistenzentrum Deutschland: Von Prominenz bis zu den Einwohnern werden fremde Länder unter die Lupe genommen

Das Journalistenzentrum Deutschland hat durch die Organisation vergangener Pressereisen die Erfahrung gemacht, dass die Teilnehmer zu spannenden Rechercheergebnissen kommen. Impressionen über Exkursionen nach Süd- und Zentralasien finden sich auch auf der Webseite unseres Fachgruppenleiters für Journalismus in Zentral- und Südasien, Shams-Ul Haq (www.s-haq.com). Für Fragen rund um den Ablauf kann er unter der Telefonnummer 0176/1786 1786 oder per E-Mail shamsul-haq@hotmail.de direkt kontaktiert werden.

Im Interesse guter Recherchemöglichkeiten und individueller Wünsche der Reiseteilnehmer wird die Gruppe der mitreisenden Journalisten mit insgesamt ca. acht Personen klein gehalten. Bewerben Sie sich umgehend und sichern Sie Ihren Platz für diese spannende Tour nach Indien. Alle Informationen zur Reise, den Kosten und Bewerbungsformalitäten finden Sie unter **www.pressereisen.org**.

Internationale Flat

schon für 23,88 Euro monatlich – mit dem neuesten PressPhone-Tarif

Für Kollegen sind Auslandsaufenthalte und -kontakte ein fester Bestandteil ihres beruflichen sowie privaten Lebens. Der exklusive Rahmenvertrag für das PressPhone bietet nun bis zum 21. März des Jahres die Möglichkeit, einen o2-Neuvertrag zu exklusiven Konditionen abzuschließen.

Hier die wichtigsten Merkmale auf einen Blick (Angaben je Monat):

- EUR 23,88 (SIM-Karte) oder
- EUR 35,13 inklusive Handy
- Telefonie-Flat in das deutsche Festnetz
- Telefonie-Flat in alle deutschen Mobilfunknetze
- Datenflatrate LTE – 10 GB
- SMS-Flat in alle deutschen Netze
- 120 Freiminuten in das EU-Ausland sowie die Schweiz, Russland, Türkei, USA und Kanada
- Internet-Flat 250 MB für die EU sowie die Schweiz und USA
- Telefonie-Auslands-Flat für die EU sowie die Schweiz und USA, einmalige Rufaufbaugebühr 0,20 Euro
- SMS-Auslands-Flat für die EU und Schweiz und USA, max. 1.000 SMS
- Exklusive Aktion bis 21. März 2014.

Das bedeutet: Wenn Sie außerhalb Deutschlands in der EU, der Schweiz oder den USA unterwegs sind und einen Fest- oder Mobilanschluss anrufen, der sich in Deutschland, der restlichen EU, der Schweiz oder in den USA befindet, zahlen Sie für dieses Gespräch, egal wie lange es dauert, nur 20 Cent. Zusätzlich lässt Ihnen bei normalem E-Mail-Verkehr die Internet-Flat noch Spielraum für das wichtigste Surfen unterwegs. Damit bietet das PressPhone wieder einmal die Möglichkeit, Ihre wirtschaftliche Situation als Journalist zu verbessern.

Ohne Handy fallen also Kosten von nur netto EUR 23,88 statt regulär EUR 59,-- monatlich an. Alternativ kann zusätzlich ein Handy iPhone 5s (16 GB) bei einmaliger Zuzahlung von EUR 19,-- oder ein Samsung Galaxy S4 bei einmaliger Zuzahlung von EUR 1,-- mitgekauft werden, der Monatspreis beträgt dann netto EUR 35,13 (statt 74,90 Euro). Zum besseren Verständnis: Die genannten monatlichen Preise ergeben sich als Durchschnitt aus einer Befreiung von dem Aktionsgrundpreis in den ersten sechs Monaten sowie einer Gutschrift in Höhe von 200 Euro, welche jeder teilnehmende Journalist nach Vertragsabschluss erhält. Über den Vertragszeitraum von 24 Monaten gerechnet kann sich somit alleine an den Grundgebühren und der Handyanschaffung eine Ersparnis von bis zu EUR 954,50 ergeben.

Die Mitnahme einer Rufnummer von einem anderen Mobilfunkanbieter ist dabei möglich. Wenn Sie diesen Tarif, der exklusiv nur Mitgliedern von DPV und bdfj offen steht, nutzen wollen oder weitere Informationen benötigen, wenden Sie sich bitte direkt an info@ratsam-gmbh.de oder Tel. 03741/4739461 (www.pressphone.de ► PressPhone ► Tarifbeschreibung EU-Flat).

Foto: Semmick Photo

Sensationell günstig telefonieren innerhalb EU, Schweiz und USA

Engagement – RückBLENDE

Februar 2014

Nichtverkammerte freie Berufe beraten sich

Im Dachverband der Spitzenvereinigungen der Freien Berufe BFB organisierte nichtverkammerte Organisationen beraten über die zukünftige Gestaltung und Fortführung von gemeinsamen Arbeitskreisen. Es geht insgesamt um die angemessene Beteiligung der Verbände ohne Kammertätigkeit an der zukünftigen Ausgestaltung der Tätigkeit des BFB Bundesverband der Freien Berufe. Der DPV nimmt als Mitglied stellvertretend für das Journalistenzentrum Deutschland an den Beratungen teil.

Führende Organisationen treffen sich auf Deutschem Verbändekongress

Der Deutsche Verbändekongress ist das zentrale Treffen hauptamtlich geführter Verbände und vergleichbarer Organisationen. Das Journalistenzentrum Deutschland nimmt zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit gegenüber seinen Mitgliedern teil. Es werden Synergien genutzt und Netzwerke gepflegt. Die Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM), dessen Mitglied der DPV stellvertretend für die Verbände des Journalistenzentrum Deutschland ist, ist ideeller Träger des Kongresses.

Dezember 2013

Treffen mit Botschafter

Vorstandsmitglieder des Journalistenzentrum Deutschland treffen sich mit dem Botschafter des zweitbevölkerungsreichsten Landes der Welt, um den persönlichen Austausch hinsichtlich einer Pressereise in die Republik Indien zu pflegen. Bei einer anschließenden Zusammenkunft mit den Fachgruppenleitern in Berlin wird als geplanter Reisezeitraum Ende April/Anfang Mai kommenden Jahres festgelegt, um die unmittelbaren Auswirkungen der Wahlen recherchieren zu können. Zusätzlich stehen wie üblich weitere Themen wie beispielsweise Kultur, Sport oder Wirtschaft auf der Agenda.

DPV und bdfj unterstützen Spendenaufruf für Journalisten in Syrien

Das Journalistenzentrum Deutschland bittet zusammen mit Reporter ohne Grenzen um Hilfe für Journalisten in Syrien. Die Spenden werden eingesetzt, um Journalisten in lebensbedrohlichen Situationen außer Landes zu bringen, die medizinische Versorgung zu sichern und Verschlüsselungsmöglichkeiten bereit zu stellen. Jeder Spendenbeitrag ermöglicht, das Engagement in Ländern wie Syrien langfristig fortzuführen.

Vertreter des Journalistenzentrum Deutschland wählen Präsidium des BFB

Auf der außerordentlichen Mitgliederversammlung des Bundesverband der Freien Berufe (BFB) wird in Berlin eine neue Führungsmannschaft gewählt. Ein Vertreter des DPV, welcher als Mitgliedsorganisation im Dachverband der Spitzenvereinigungen der Freien Berufe agiert, nimmt an der Präsidiumswahl teil und übt sein Stimmrecht aus. Mit überwältigender Mehrheit wird Dipl.-Kfm. Dr. Horst Vinken zum neuen Präsidenten des BFB gewählt.

Entscheidungsträger der Medien beraten sich auf globalem Forum der Vereinten Nationen (UN)

Unter Beteiligung des Journalistenzentrum Deutschland treffen sich Entscheider und Verantwortliche der Medienszene auf dem ersten Global Forum for Gender and Media. Auf dem von den Vereinten Nationen veranstalteten Kongress werden weltweite Allianzen geschmiedet, Arbeitspläne ausgearbeitet und gemeinsame Beschlüsse verabschiedet. Diskussionsforen und Workshops ergänzen diese Veranstaltung auf bedeutender Ebene.

November 2013

Facebook-Auftritt vom Journalistenzentrum Deutschland erreicht die 1.500er Marke

Der Facebook-Auftritt des Journalistenzentrum Deutschland zeigt sich erfolgreich. Bereits mehr als 1500 Personen haben mit ihrem „gefällt mir“ Klick deutlich gemacht, dass medienrelevante Informationen, Themen und Links, welche das Journalistenzentrum Deutschland auf seinem Facebook Profil regelmäßig postet, von großem Interesse sind und geteilt werden. Das Journalistenzentrum Deutschland finden Sie bei Facebook unter www.facebook.com/JournalistenzentrumDeutschland.

Oktober 2013

Gruppenversicherungsvertrag mit Deutscher Krankenversicherung DKV

Durch ihre Mitgliedschaft profitieren unsere Mitglieder von attraktiven Leistungen und zahlreichen Vorteilen. In diesem Monat erhalten die hauptberuflich tätigen Journalisten eine Bedarfsanalyse der DKV Deutsche Krankenversicherung AG. Seit Jahrzehnten besteht eine erfolgreiche Zusammenarbeit der DKV mit unserem Berufsstand als enger und erfahrener Partner.

September 2013

Relaunch Journalisten-Datenbank

Die Plattform Journalisten-im-Netz.de bot schon in der Vergangenheit Redaktionen, Presseabteilungen und Unternehmen die Möglichkeit, einfach und bequem den Kontakt zu Journalisten herzustellen. Nach dem Relaunch zeigt sich eine Datenbank, welche technologisch auf hohem aktuellen Stand rangiert. Die Inhalte wurden komplett überarbeitet und warten mit einem Spezialverzeichnis Wissensnetzwerk sowie Linkverzeichnissen mit wertvollen Informationen zu wichtigen Themen auf.

Lobbyismus und Transparenz in der Gesetzgebung

Die Journalistenverbände DPV und bdfj beteiligen sich an der Studie „Lobbying und Transparenz in der Gesetzgebung“ der Graduate School Law, Economics and Society (Julius-Maximilians-Universität Würzburg), um die wissenschaftlichen Forschungslücken im Wechselspiel zwischen Transparenz und Lobbyismus zu schließen.

Preisverleihung 5. Internationaler KreativWettbewerb

Das Journalistenzentrum Deutschland engagiert sich beim 5. Internationalen KreativWettbewerb 2013 als Förderer, Kooperationspartner und als Juror in der Disziplin Journalismus. Pressesprecherin Kerstin Nyst repräsentiert auf Einladung die Berufsverbände DPV und bdfj bei der Preisverleihung im Rahmen einer Gala in München.

Aktuelle Hinweise zum Engagement des Journalistenzentrum Deutschland finden Sie unter www.berufsvertretung.de

Impressum

www.journalistenblatt.de
Herausgeber und Redaktion:
Journalistenzentrum Deutschland
Die Trägerverbände sind der
DPV Deutscher Presse Verband –
Verband für Journalisten sowie die
bdfj Bundesvereinigung
der Fachjournalisten
Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
Fax 040/8 99 77 79
redaktion@journalistenblatt.de
Chefredaktion: Kerstin Nyst
V.i.S.d.P.: Andreas Christensen
Art Director: Oliver-Sven Reblin

Der Bezug des JournalistenBlatt ist in den Mitgliedsbeiträgen von DPV und bdfj ohne Aufpreis enthalten. Die Veröffentlichungen externer Autoren geben nicht unbedingt die Meinung von Redaktion und Herausgeber wieder. Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte oder Bilder und Illustrationen kann keine Haftung übernommen werden. Der Nachdruck ist, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion gestattet.