

AVG

NORDSPITZE

DAS MAGAZIN DER NORDDEUTSCHEN LANDESVERBÄNDE



Betriebsratswahlen und neue Honorare
Allein machen sie dich ein

PORTRAIT

Katarzyna Mol geht neue Wege als Verlegerin

INTERVIEW

Grünschnabel-Gründerin hat ein Herz für Familien

SERVICE

VG Wort schüttet Millionen aus

IMPRESSUM

Die DJV NORDSPITZE
erscheint viermal im Jahr

HERAUSGEBER

DJV-Landesverbände
Bremen e.V., Regine Suling (Vor-
sitzende), Hamburg e.V., Marina
Friedt (Vorsitzende), Schleswig-
Holstein e.V., Michael Frömter
(Vorsitzender), V.i.S.d.P. sind die drei
Landesvorsitzenden

VERLAG

HEY + HOFFMANN Verlag
GmbH & Co. KG
Gertrudenkirchhof 10
20095 Hamburg
Tel. 040/3742360-0
www.hey-hoffmann.de

REDAKTION

DJV, Rödingsmarkt 52,
20459 Hamburg
Tel. 040/3697 100
Leitung: Claudia Piuntek
info@ideenwerker.com
Bremen: Anne Koschade,
anne_koschade@web.de
Schleswig-Holstein:
Beatrix Richter, beatrix.richter@
kommunikation-pr.de

AUTOREN DER AUSGABE

Libuse Cerna
Julia Doellken
Karina Dreyer
Stefan Endter
Marina Friedt (mf)
Ulf J. Froitzheim
Renata Green
Ingrid Hilbrink
Peter Jebben
Anne Koschade (kde)
Rainer Mersmann
Bettina Neitzel
Tanja Nissen
Claudia Piuntek (cp)
Dr. Jörn Radtke
Beatrix Richter (br)
Carsten Spöring
Anne Stark
Regine Suling (ine)
Dr. Anja Westheuser
Susann Wilke

SCHLUSSREDAKTION

Renata Green, Anne Stark

COVER

Fotos: istockphoto.com
Montage: Albert Kravcov

ART DIRECTION

KRAVCOV HEY HOFFMANN

ANZEIGEN

DJV Hamburg
Telefon 040/3697 100

DRUCK

Compact Media KG
Ferdinandstraße 29-33
20095 Hamburg

BEZUG

Einzelheft 1,55 Euro.
Für Mitglieder ist der Heftpreis im
Mitgliedsbeitrag enthalten

ISSN 1863-6709

© DJV.
Alle Rechte vorbehalten.



Foto: Björn Hake

14 Julia Schulze-Windhoff gründete das Magazin Grünschnabel

■ AKTUELLES

04 Meine Meinung

Betriebsrätin Anne Stark:
„Allein machen sie dich ein“

04 Betriebsratswahlen 2010

DJV-Kandidaten in Bremen, Hamburg
und Schleswig-Holstein erfolgreich

06 Kooperation verstärkt

Rotstift zwingt Radio Bremen und
NDR zu mehr Zusammenarbeit

07 Volontariat trifft Master

sh:z startet im Herbst
ehrgeiziges Studienprogramm



Foto: privat

06 Jörg Lotze, neu gewählter Betriebsrat

■ TITEL

08 Regelwerk mit Biss

DJV unterstützt Freie bei der
Umsetzung der Vergütungsregeln

■ INTERN

10 Frei.Fair.Handeln

Freientage im Norden brachten
intensive Gespräche und zahlreiche Tipps

10 Bundesfachausschuss Rundfunk

RTL Nord-Mann Kai Brettmann
zum Vizevorsitzenden gewählt

11 Presseball 2010

Verleihung des Erich-Klabunde-Preises
im Hamburger Hotel Atlantic

12 Hamburger Journalisten

Slogan zum Kampagnenstart
im Jubiläumsjahr gesucht

12 Gedankenaustausch

Journalisten und Polizisten wollen besser kooperieren

■ PORTRAIT

13 Emotion an der Elbe

Katarzyna Mol kauft G+J-Blatt und stellt es neu am Markt auf

■ INTERVIEW

14 Grünschnabel

Initiatorin Julia Schulze-Windhoff über den Mut, ein Magazin zu starten

■ SERVICE

16 Online-Tantiemen mitnehmen

Tipps für die Handhabung der VG Wort-Datenbanken

17 Killer-Mails aus Afrika

Amüsanter Blick auf ein Leben ohne Spamfilter

■ ARBEITSKREISE

18 Hamburg

Gleichstellung: Schlichte Striche für mehr Balance im Leben

19 Bremen

Recht oder Restriktion Disput über Urheberrecht

19 Schleswig-Holstein

Erfolgreich frei: Tipps für freie Journalisten



18 Auftaktveranstaltung des AK Gleichstellung

Foto: Florian Böh



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Die Verhandlungen waren zäh und zogen sich über Jahre, fast ohne Aussicht auf ein Ende. Jetzt sind die Allgemeinen Vergütungsregeln für freie Journalistinnen und Journalisten endlich da, und nun müssen sie von den Verlagen auch realisiert werden. Das sind die Häuser all jenen schuldig, die tagtäglich seitenweise Inhalte liefern und damit viel Qualität für vergleichsweise wenig Geld. Ein paar Cent pro Zeile, kein Benzingeld, keine Auslagenerstattung – diese Zeiten müssen jetzt ein für alle Mal vorbei sein. Doch die neuen Vergütungen werden von den Verlagen nicht unbedingt anstandslos umgesetzt. Springer und Madsack haben als erste angekündigt, die Honorare anzupassen. Doch in welchem Rahmen? Wird in Zukunft wirklich nach den neuen Erstverwertungshonoraren bezahlt? Oder zieht man nur die Zweitverwertungszahlen heran?

Alle freien Journalistinnen und Journalisten sollten sich schlau machen, ihren zuständigen Redakteur ansprechen, den DJV informieren. Jetzt den Mund zu halten, wäre der falsche Weg. Denn auch die Arbeitgeberseite hat schließlich den Allgemeinen Vergütungsregeln im Namen ihrer Mitglieder zugestimmt und den Vertrag unterschrieben. Damit gilt er für sie, da gibt es kein Vertun. Denn eines ist klar: Der DJV wird sich auf allen Ebenen dafür einsetzen, dass sich der Vertrag nicht als Papiertiger entpuppt, sondern allerorten Realität wird. Wenn sich alle Freien ebenso engagiert in diesen Prozess mit ihren Informationen und Ideen einbringen, wird das klappen!

Einen schönen und sonnigen Frühling wünscht

Regine Suling

Regine Suling



Foto: Florian Büh

Anne Stark, Vize-Vorsitzende des Bauer-Konzernbetriebsrats

Meine Meinung
„Allein machen sie dich ein“

Warum ist es wichtig, einen Betriebsrat zu wählen? Für mich gibt es keine Zweifel. Denn man kann in Hamburg beobachten, was in Unternehmen passiert, die keine Betriebsräte haben. Dort müssen die Kolleginnen und Kollegen schufteln bis zum Umfallen – zum Teil bis spät in die Nacht, denn es gibt keine mit dem Betriebsrat vereinbarten Arbeitszeiten. Und wer traut sich schon ohne Betriebsrat, auf das Arbeitszeitgesetz hinzuweisen? Die Gehälter kann der Arbeitgeber dort willkürlich und nach Nase zahlen, niemand überprüft, ob es dabei gerecht zugeht. Der Ton seitens der Vorgesetzten entbehrt manchmal jeder gebotenen Höflichkeit, und kein Betriebsrat kann sich für Kollegen, die darunter leiden, einsetzen. Und bei Entlassungen gibt es für die Betroffenen keinen Kündigungswiderspruch. Zugegeben, nicht überall in den Redaktionen sind die Zustände so furchtbar, denn zum Glück gibt es in vielen Betrieben noch Betriebsräte.

Gerade heutzutage muss das unbedingt so bleiben. Die Verleger nutzen die Wirtschaftskrise als Chance, Arbeitnehmerrechte zu beschneiden und tarifliche Errungenschaften abzuschaffen. Einzelne Arbeitnehmer sind dagegen oft machtlos. Als starke Arbeitnehmervertretung in Form von Betriebsräten können sie gegensteuern. Klingt zwar banal, ist aber so: Nur gemeinsam sind wir stark! Diese Botschaft hat die Band Ton Steine Scherben bereits vor vielen Jahren in ein Stück verpackt: „Allein machen sie dich ein, schmeißen sie dich raus, lachen sie dich aus“, heißt es dort, verbunden mit der Aufforderung, sich zu wehren. Ein wichtiger Schritt dahin ist die Wahl von Betriebsräten. Er stärkt den einzelnen Arbeitnehmer und damit uns alle. Also tut euch was Gutes und geht wählen, falls ihr es nicht schon getan habt.

Anne Stark

Offene Liste

Unsere Kandidaten



Ruth Gerbracht
Sport



Carsten Spöring
Sport



Kornelia Hattermann
Stadtteil-Kurier



Justus Randt
Niedersachsen



Monika Felsing
Stadtteil-Kurier



Hans-Ulrich Brandt
Politik



Petra Sigge
Wirtschaft



Marion Schwake
Stadtteil-Kurier



Jörg Niemeyer
Sport



Sabine Peege-Marcussen
Archiv



Andrea Andersen
Sekretariat



Peter Groth
Kultur



Sandra Dobrocky
Support Hermes

Foto: Frank Thomas Koch

Sie stellen sich der Wahl: Die Kandidaten für den Betriebsrat des Weser Kurier

Betriebsratswahlen 2010

Alte Hasen und BR-Neulinge für die Rechte von Journalisten

„Gehen Sie wählen“, appellierte der DJV-Bundesvorsitzende Michael Konken Anfang März an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Medienbetrieben. Zahlreiche der Angesprochenen gingen. Inzwischen wurden in mehreren Verlagen und Sendern in Bremen, Hamburg und Schleswig-Holstein neue Betriebsräte gewählt. Vielerorts sprachen die Wahlberechtigten DJV-Vertretern ihr Vertrauen aus. Die aktuellen

Ergebnisse der Betriebsratswahlen im Norden im Überblick – sofern sie bei Redaktionsschluss der NORDSPITZE feststanden.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist das Engagement von Betriebsräten besonders gefragt. Die Mitarbeitervertreter sind gefordert, wenn Kollegen unter der Sparwut der Medienmacher immer mehr Aufgaben aufgebürdet bekommen und sich Angst



Der Betriebsrat mit Biss bei Axel Springer, DJV & Freunde, sitzt mit fünf Vertretern im neu gewählten Gremium

um den Arbeitsplatz breit macht. Sie haben ein Mitspracherecht bei der Festlegung von Arbeitszeiten und überwachen die korrekte Anwendung von Tarifverträgen. Nach dem Gesetz sind Arbeitgeber verpflichtet, Überstunden beim Betriebsrat zu beantragen. Wenn es um die Auslagerung von Arbeit geht, hat der Betriebsrat die Möglichkeit, in den Dialog mit Arbeitgebern zu treten und Alternativvorschläge vorzulegen. Kündigungen sind ohne vorherige Anhörung der Mitarbeitervertreter unwirksam. Lauter Aufgaben, die die neu gewählten Betriebsräte im Norden in den kommenden vier Jahren zu bewältigen haben.

Üblicherweise werden Betriebsratswahlen alle vier Jahre zwischen dem 1. März und 31. Mai abgehalten. Medienbetriebe, die bisher keinen Betriebsrat hatten, können ihre Mitarbeitervertretung auch außerhalb dieses Zeitraums bestimmen. So geschehen im Hamburger Verlag Dieter Niedecken, der seit 2009 einen siebenköpfigen Betriebsrat hat. Hintergrund für die Wahlen waren

Einsparungen und Entlassungen in dem Medienhaus. Die neuen Mitarbeitervertreter wurden inzwischen vom DJV geschult und damit auf ihre künftigen Aufgaben vorbereitet. Das eigentliche Wahljahr ist 2010, zahlreiche DJV-Vertreter im Norden werden sich künftig um die Belange ihrer Kolleginnen und Kollegen kümmern.

BREMEN

Bei der Nordsee-Zeitung in Bremen hat das Bremer DJV-Mitglied Barbara Fixy aus dem Stand heraus Platz fünf (von 13) belegt und ist als Redakteurin und BR-Neuling in den Betriebsrat eingezogen. Einen Erfolg verbuchte der Verband auch bei der Bremer Tageszeitungen AG, wo die Offene Liste, auf der die Bremer DJV-Redakteurinnen und -Redakteure kandidierten, der ver.di-Liste einen Sitz im Betriebsrat abgejagt hat. Statt drei hält die Offene Liste nun vier Sitze im elfköpfigen Betriebsrat, die in den kommenden vier Jahren die DJV-Redakteure Ruth Gerbracht, Carsten Spöring, Kornelia Hattermann und Justus Randt einnehmen werden.

HAMBURG

Bei Axel Springer in Hamburg stellt der DJV mit dem Hamburger Vorstandsmitglied Monika M. Kabay künftig die stellvertretende Betriebsratsvorsitzende. Kabay ist damit zudem Mitglied des Betriebsausschusses. Auch ihr DJV-Vorstandskollege Peter Jebesen wurde in Betriebsrat und -ausschuss gewählt. In der kommenden Amtszeit ist eine konstruktive Zusammenarbeit mit „Die Neue Liste - ver.di-Mitglieder und Freunde“ geplant, aus deren Reihen die neu gewählte Betriebsratsvorsitzende Inge Bocionek kommt. Neue Organisationsstrukturen bei Bauer hatten Umschichtungen bei der Verteilung der Betriebsräte zur Folge: Eine siebenköpfige Mitarbeitervertretung mit zwei DJV-Vertretern wählten die rund 300 Beschäftigten der Bauer Women GmbH. Um die Belange der 15 Beschäftigten der Yvonne Bauer Redaktions KG wird sich künftig ein einköpfiger Betriebsrat kümmern. Einen neuen Betriebsrat wählte auch die Hamburger Morgenpost, wo der aus dem Verlag ausgeschiedene DJV-Vertreter Heiner Klaffs, Beisitzer im DJV-Bundesvorstand, von einer DJV-Kollegin abgelöst wurde.

SCHLESWIG-HOLSTEIN

Wahlerfolge verbuchte der Verband in schleswig-holsteinischen Medienbetrieben. Bei SAT.1 in Kiel wird sich auch in Zukunft Christa Eick für ihre Kolleginnen und Kollegen stark machen. Dem neuen Betriebsrat bei den Lübecker Nachrichten gehören Sabine Räth und Dorothea Baumann an, und Michael Wittler wurde hier wieder als Ersatzmitglied gewählt. Bei den Schleswiger Nachrichten engagiert sich erneut DJV-Vertreter Dirk Jennert im Betriebsrat, ebenso wie Jörg Lotze, der bei der Dithmarscher Landeszeitung neu ins Gremium gewählt wurde. In zahlreichen Verlagen standen die Betriebsratswahlen bei Redaktionsschluss noch aus, und in anderen Verlagen und Sendern, wie den Kieler Nachrichten, wird erst später gewählt.

Claudia Piuntek



Sabine Räth, Betriebsrätin bei den Lübecker Nachrichten



Dorothea Baumann, ebenfalls Lübecker Nachrichten

Kahlschlag beim Jalag DJV-Protest gegen Entlassungen

Als „Aderlass für journalistische Arbeitsplätze“ hat der DJV die Ende März vorgestellte neue Struktur beim Jahreszeiten Verlag auf schärfste kritisiert und die Geschäftsleitung aufgefordert, von ihren Plänen abzulassen. Die Strukturreform sieht die Abschaffung der Redaktionen in ihrer bisherigen Form und den Abbau von 70 Arbeitsplätzen vor. Künftig sollen nur Chefredakteure, Ressortleiter, Textchefs und Artdirektoren in so genannten Blattmacherteams fest angestellt arbeiten. Journalistische Beiträge will der Verlag von Freiberuflern ankaufen. Der Hamburger Landesverband steht den betroffenen Mitgliedern beim Jahreszeiten Verlag mit Rat und juristischer Hilfe zur Seite.

Claudia Piuntek

Neues Sport-Stadtmagazin Berichte über Vereine, Events und Lifestyle



Foto: Speedpool

Erstausgabe ist im Handel

Die am Hamburger Hafen ansässige Medienagentur Speedpool hat Ende März erstmals das Sport-Stadtmagazin Hamburg an die Kioske gebracht. Der neue Printtitel publiziert Reportagen über die mehr als 800 Sportvereine in der Hansestadt, Shopping-Touren mit Hamburger Sportgrößen sowie Berichte über Freezers, Cycloclassics und Stadtmarathon. Mit dem zweimonatlich erscheinenden Heft will Speedpool Unternehmen, die sich im Sportsponsoring engagieren, eine lokale Plattform bieten. Die erste Ausgabe des 84 Seiten umfassenden Lifestyle-Magazins kam in einer Druckauflage von 15.000 Exemplaren zum Copypreis von 2,90 Euro in der Metropolregion Hamburg, an der Nord- und Ostseeküste sowie auf der Insel Sylt auf den Markt.

Claudia Piuntek

Wechsel in Bremen

Heike Kirchner leitet die Betriebsgruppe bei Radio Bremen

Eine echte Onlinerin leitet ab sofort die DJV-Betriebsgruppe bei Radio Bremen: Heike Kirchner wurde zur Betriebsgruppensprecherin und damit zur Nachfolgerin von Volker Kölling gewählt. Die gebürtige Erfurterin stieg 1999 in die Online-Redaktion von Radio Bremen ein und arbeitet seitdem als Redakteurin für radiobremen.de. Zuvor war die zweifache Mutter beim Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) beschäftigt, unter anderem beim Fernseh-Regionalmagazin sachsen-spiegel und bei MDR online. Vorgenommen hat sich die Diplom-Informatikerin für die DJV-Betriebsgruppe neben der Fortführung der Tarifverhandlungen einiges: „Als Online-Redakteurin stehen in meinem Alltag oft Qualitätsfragen im Vordergrund. Ich meine, dass das im Hörfunk und Fernsehen ähnlich ist: Viele Termine besetzen und möglichst kurze Beiträge auf die Schnelle produzieren. Weiterhin sollen Themen dann in drei Medien veröffentlicht werden. Hier gibt es viele offene Fragen, die ich gern crossmedial diskutieren möchte.“ Und: „Als Mutter liegen mir die Probleme junger Familien



Foto: Rainer Krause

Köllings Nachfolgerin Kirchner

sehr am Herzen. Dafür werde ich immer ein offenes Ohr haben und mit meinen Erfahrungen gern gezielte Hilfen einfordern.“ Die Betriebsgruppentreffen sollen regelmäßig fortgesetzt werden: Für jeden letzten Donnerstag im Monat ist das Treffen geplant. Auch Volontäre und Praktikanten werden in Zukunft dazu eingeladen. Zum DJV-Team bei Radio Bremen gehören neben Heike Kirchner auch weiterhin Martina Theis, Karl-Henry Lahmann, Wilhelm Bartnik und Peter Meier-Hüsing.

Regine Suling

RB/NDR

Rotstift zwingt zu verstärkter Kooperation



Bei der Vertragsunterzeichnung: (v.l.n.r.) Dr. Arno Bayer, stellv. NDR-Intendant, Jan Metzger, Radio Bremen-Intendant, und NDR-Intendant Lutz Marmor

Finanzielle Not macht erfinderisch: Eine Million Euro spart Radio Bremen künftig pro Jahr durch eine verstärkte Kooperation mit dem Norddeutschen Rundfunk (NDR) ein. Senderbetrieb, Buchhaltung, Honorarabrechnungen für freie Mitarbeiter, Revisionsaufgaben und Internet-providing, das sind die Aufgaben, die der NDR künftig für Radio Bremen erledigen wird. Acht Beschäftigte wechseln im Zuge

dessen den Arbeitgeber. Radio Bremen-Intendant Jan Metzger zeigt sich mit dieser vertraglichen Regelung zufrieden: „Ich bin davon überzeugt, dass unser Beispiel Schule machen wird. In der ARD werden wir in den kommenden Jahren noch mehr Arbeitsteilung und Kooperation sehen. Das spart Geld der Gebührenzahler, ohne dass wir unser Programm-Angebot schmälern.“ Die Unabhängigkeit seines Senders solle dabei gewahrt werden. Das unterstrich auch NDR-Intendant Lutz Marmor: „Durch eine noch intensivere Kooperation in Verwaltung und Technik erzielen wir Einspareffekte, die Radio Bremen finanziell entlasten. Auf diese Weise leistet der NDR einen weiteren wirksamen Beitrag dazu, die Eigenständigkeit von Radio Bremen zu erhalten.“ Zudem stehe nach Angaben der Sender im Vordergrund, Synergien zu schaffen, die den Gebührenzahler auf Dauer entlasten. Sowohl der Rundfunk- als auch der Verwaltungsrat hatten nichts gegen diese neue Regelung einzuwenden. Beide Gremien stimmten dem Kooperationsvertrag zu.

Regine Suling

Neue Wege in der Volontärsausbildung

Zum Wintersemester 2010/2011 wird der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag (sh:z) einen neuen Ausbildungsgang für das Volontariat starten. Ab Oktober sollen die ersten Volontäre des sh:z, der Schweriner Volkszeitung und des Pinneberger Tageblattes ein dreijähriges berufsbegleitendes Studium an der Fachhochschule Kiel (FH Kiel) aufnehmen. Angestrebt wird ein Masterabschluss. „Der Studiengang läuft unter der Bezeichnung ‘Journalismus und Verlagswirtschaft’ und setzt ein abgeschlossenes Bachelor-Studium voraus“, so Stephan Richter, Chefredakteur des sh:z. Das Studium wird journalistische und kaufmännische Fähigkeiten miteinander verbinden. Module aus der Multimedia-Ausbildung der FH Kiel sollen integriert werden. Der Verlag stellt sich vor, dass die Volontäre unter der Woche in der Redaktion tätig sind. Das Studium wird am Wochenende und als Fernstudium stattfinden. Die Studierenden erhalten das tarifliche Volontärsgehalt und müssen 250 Euro pro Monat an Studiengebühren zahlen.

Man sei sich auf Verlagsseite bewusst, dass dies zu einer erheblichen Belastung der Volontäre führe, sehe aber in der breiter als bisher angelegten journalistischen Ausbildung eine Chance, nach Abschluss der Ausbildung im eigenen Verlag oder am Arbeitsmarkt zu bestehen.

Das Studienangebot ist nach Aussage von Richter auch für andere Medienunternehmen offen. Ob dies in der Branche angenommen werde, sei zurzeit nicht absehbar. Es sei eine Herausforderung, dieses Projekt, das sich perspektivisch wirtschaftlich rechnen müsse, als qualitative journalistische Ausbildung zu etablieren. Der Lehrplan steht noch nicht genau fest, und die Akkreditierung als anerkannter Ausbildungsgang durch die zuständige Akkreditierungsagentur ist noch nicht erfolgt. Richter betonte, dass diejenigen, die zurzeit im Volontariat sind, ihre Ausbildung wie bisher durchlaufen werden.

Bettina Neitzel



Stolz präsentieren Susanne Rieger und ihr Team das neue Filmmagazin Big Picture

Neues Filmmagazin

Hamburgerin startet Big Picture

Mit einer Erstauflage von 75.000 Exemplaren hat die Hamburger Journalistin Susanne Rieger das Filmmagazin Big Picture herausgebracht. Die monatlich erscheinende Zeitschrift aus dem Gwant Verlag informiert Filmfans über die Welt des Home Entertainments – mit Filmkritiken, einem Games-Teil und Interviews. Der Copypreis

des mehr als 100 Seiten dicken und in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhältlichen Magazins liegt bei 2,99 Euro. Der Vertrieb erfolgt über den ASV (Axel Springer Vertrieb). Chefredakteurin und Herausgeberin Susanne Rieger blickt auf 20-jährige journalistische Erfahrung im Bereich Kino und Home-Entertainment zurück; zuletzt in leitender Funktion beim DVD Magazin. Aktuelle Filmnews sind auch unter www.big-picture-magazin.de abrufbar.

Claudia Piuntek

Podcast-Projekt gestartet

Press2go heißt ein neuer Service, der es Journalisten ermöglicht, sich unterwegs vertonte Pressemitteilungen ins Ohr flüstern zu lassen. Die Audio-Pressemittelungen werden als Podcasts verbreitet und können über iTunes kostenfrei abonniert werden. Zum Abspielen der Unternehmens-News benötigen Journalisten einen portablen Media Player. Weitere Informationen über das gerade gestartete Projekt sind im Internet unter www.talkabout-business.de abrufbar.

cp

Technik-Journalistenpreis ausgeschrieben

Technikthemen auf den Punkt bringen und dafür begeistern, das sollten Bild- und Textbeiträge, die den acatech-Preis für Technikjournalismus erhalten. Der von der Deutschen Akademie der Technikwissenschaften mit 5000 Euro dotierte Preis wird in vier Sparten vergeben und fördert beispielhaften Technikjournalismus. Einsendeschluss für die Kategorie Text ist der 24. Mai 2010, für die Kategorie Foto der 16. August 2010. Teilnahmebedingungen unter www.acatech.de/journalistenpreis-punkt

mf

Bremer Filmpreis 2010 für Ulrich Seidl

Der Bremer Filmpreis der Kunst- und Kultur-Stiftung der Sparkasse Bremen 2010 geht an den österreichischen Regisseur Ulrich Seidl. Der mit 8000 Euro dotierte Bremer Filmpreis ist eine Auszeichnung für langjährige Verdienste um den europäischen Film. Ulrich Seidl ist 1952 geboren, lebt in Wien und deckt als Regisseur, Drehbuchautor und Produzent gleich mehrere Arbeitsbereiche ab. Seine Arbeiten schwanken zwischen Spiel- und Dokumentarfilm und schaffen es regelmäßig, so die Jury, Publikum wie Kritik zu überraschen, zu irritieren, herauszufordern oder zu be- rühren.

kde

11,6 Mio Euro für Filmförderung

Die Filmförderungsgesellschaft nordmedia hat eine positive Bilanz für das Jahr 2009 gezogen. Die Filmförderungsgesellschaft für Niedersachsen und Bremen hat im vergangenen Jahr rund 11,6 Millionen Euro Fördergelder an Antragsteller aus der Medienbranche vergeben. Dies führte dazu, dass etwa 35 Millionen Euro in Bremen und Niedersachsen ausgegeben wurden – ein wirtschaftlicher Effekt von rund 300 Prozent, der damit ausgelöst worden ist. Im Jahr 2008 waren es 240 Prozent. 2009 sind 32 Preise an insgesamt 20 Film- und Fernsehproduktionen vergeben worden. Allen voran der neue Film von Fatih Akin „Soul Kitchen“, der inzwischen von einer Million Zuschauern gesehen wurde.

kde

Neue Vergütungsregeln für Freie

Regelwerk mit Biss, kein zahnloser Papiertiger

Seit dem 1. Februar 2010 existieren erstmals gesetzlich verbindliche Vergütungsregeln für die Honorierung und Vertragsbedingungen hauptberuflich tätiger freier Journalisten bei Tageszeitungen. Doch wie, wann und wo werden sich die Vergütungsregeln durchsetzen? Was kann ich tun, um mein Recht einzufordern, ohne meine Auftragslage zu gefährden? Wie unterstützt der DJV die Freien? Die NORDSPITZE hat sich auf lokaler Ebene unter Verlagen und freien Journalisten umgehört und wagt eine optimistische Aussicht: „Der DJV wird sich auf allen Ebenen dafür einsetzen, dass sich der Vertrag nicht als Papiertiger entpuppt, sondern allerorten Realität wird. Wenn sich alle Freien ebenso engagiert in diesen Prozess mit ihren Informationen und Ideen einbringen, wird das klappen!“, sagt Regine Suling, Vorsitzende des DJV-Landesverbandes Bremen.

Das Regelwerk haben DJV und ver.di mit dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) vertraglich vereinbart. Es ist mehr als eine Empfehlung – es ist gesetzlich bindend. Gerichte können nicht zum Nachteil der Urheber davon abweichen. Damit schaffen die Vergütungsregeln Rechtssicherheit; die Reaktionen der Freien reichen von Hoffnung, Zweifel bis Unsicherheit. Das Thema Vergütungsregeln ist in aller Munde. Und das ist gut so, denn im ersten Schritt ist es entscheidend, dass sich vor allem die hauptberuflichen freien Journalisten der Existenz der gemeinsamen Vergütungsregeln bewusst werden und deren Umsetzung verlangen. Die DJV-Landesverbände reagierten sofort. Mit Bekanntwerden der Vertragsunterzeichnung hat der DJV-Landesverband Bremen die beiden Tageszeitungsverlage (Bremer Tageszeitung AG und Nordsee-Zeitung) angeschrieben und an die



In seiner Broschüre hat der DJV Fragen und Antworten zum Thema Vergütungsregeln zusammengefasst

gemeinsam unterzeichneten Vergütungsregeln erinnert. Konkret seien sie gebeten worden, entsprechende Änderungen in ihren AGBs (betreffend Auslagenersatz und Rechteübertragung) sowie Honoraranpassungen umzusetzen. Von Weser-Kurier/Bremer Nachrichten hieß es spontan aus der Verlagsspitze, dass eine Honorar-Erhöpfung entsprechend den Vergütungsregeln vorgenommen werde. In welcher Höhe, sei noch unklar, tendenziell aber eher an der untersten Grenze der Honorarspanne. Zu-

dem kauft der Verlag bereits heute Zweitdruckrechte ein. Es ist zu erwarten, dass sich auch daran nichts ändern wird. Der Verlag werde seine freien Journalisten mit einer der nächsten Honorarabrechnungen über die Veränderungen und erforderlichen Maßnahmen aufklären und erläutern, wie man sich als hauptberuflicher Journalist erklärt. An der Höhe des Honorarsatzes für Freie werde voraussichtlich – trotz Honorarerhöhungen nach den Vergütungsregeln – nicht gedreht, hieß es im Hause. Ob

dies Konsequenzen für die Beauftragung freier Journalisten habe, müsse sich zeigen. Bislang zahlte der Weser Kurier im Hauptteil 51 Cent pro Zeile, nach den neuen Vergütungsregeln für Freie würde sich das Zeilenhonorar mindestens auf 63 Cent erhöhen. Das heißt, dass für einen Artikel mit 50 Zeilen das Honorar von 25,50 Euro auf 31,50 Euro wachsen würde. Auch bei der Nordsee Zeitung scheint man sich nach ersten inoffiziellen Äußerungen bewusst zu sein, dass der Verlag um Erhöhung der Honorare und Anpassungen bestehender AGB im Sinne der neuen Vergütungsregeln nicht herumkommen werde. Konkrete Angaben zur Umsetzung machte die Verlagsleitung bis Redaktionsschluss nicht. Der DJV-Landesverband Bremen begrüßt ausdrücklich die Bereitschaft zur Umsetzung der Vergütungsregeln der beiden lokalen Zeitungsverlage.

In Schleswig-Holstein stellt sich die Lage etwas differenziert dar. Jürgen Heinemann, Chefredakteur der Kieler Nachrichten, begrüßt die überfällige Vereinbarung, weil sie Klarheit schaffe. Doch er schränkt auch ein: „Ich hätte mir die Vereinbarung allerdings schon gewünscht, als die Erträge der Verlage noch nicht mehrfach krisengeschüttelt waren. Heute weiß ich kaum noch, woher wir die Puste für diesen Kraftakt nehmen sollen.“ Ähnlich sieht das Stephan Richter, Chefredakteur des sh:z. Er habe die Geschäftsführung frühzeitig auf die laufenden Verhandlungen und nunmehr auf die Geltung der Vergütungsregeln hingewiesen. Daher sei man vorbereitet. Über die Umsetzung und die Frage, ob auch die Honoraretats der Redaktionen erhöht werden, müsse nun die Geschäftsleitung entscheiden. Aus dem Haus der Lübecker Nachrichten ist zu hören, dass eine Umsetzung schwierig sei. „Freie Kolleginnen und Kollegen sollten ab sofort ihre Honorarforderungen nach den Gemeinsamen Vergütungsregeln geltend machen“, empfiehlt Michael Frömter, DJV-Landesvorsitzender Schleswig-Holstein.

Anne Koschade, Beatrix Richter

Ohne Mithilfe der Freien geht es nicht

Zudem ruft der DJV alle Freien auf, ihre Erfahrungsberichte – ob positiv oder negativ – an den DJV weiterzugeben. Nur so erhält der Verband eine Grundlage, um im Ernstfall bei den Verlagen die Ansprüche der hauptberuflich arbeitenden freien Journalisten einfordern zu können. Insgesamt ist wieder einmal die Gemeinschaft der Freien gefragt, die sich nun für die Umsetzung der mit den Verlegern ausgehandelten Regeln stark machen müsse. Der Erfahrungsaustausch untereinander und die Solidarisierung der Freien sei ebenso wichtig wie der Kontakt zum Verband, so die DJV-Verantwortlichen. Nur gemeinsam könne man die Umsetzung der Vergütungsregeln flächendeckend erreichen.

Ein zweiter Schritt

In einem zweiten Aktionsschritt soll der DJV die Einbindung von Tageszeitungs-Redakteuren und Betriebsräten (als Sprachrohr der Tageszeitungs-Redakteure, die mit den neuen Gegebenheiten konfrontiert werden) forcieren. Schließlich seien es gerade die Redakteure, die den Qualitätsanspruch der Zeitung, unter anderem durch die Arbeit hauptberuflicher freier Journalisten erreicht, für ihr Ressort bei der Verlagsleitung deutlich machen können.

Adressen der drei Landesverbände

DJV Bremen

Sögestraße 72, 28195 Bremen
Tel. 0421/325450
E-Mail: info@djv-bremen.de

DJV Schleswig-Holstein

Andreas-Gayk-Straße 7-11, 24103 Kiel
Tel. 0431/95886
E-Mail: kontakt@djv-sh.de

DJV Hamburg

Rödingsmarkt 52, 20459 Hamburg
Tel. 040/3697100
E-Mail: info@djv-hamburg.de

MEINUNG

„Trotz aller Zweifel – die Vergütungsregeln sind ein Erfolg“



Dr. Jörn Radtke, freier Journalist in Kiel

Endlich haben wir es schriftlich, wie hoch eine angemessene Honorierung für Textbeiträge von Freien in Tageszeitungen mindestens zu sein hat. Betonung auf mindestens. Darunter geht nichts.

Dass es Redaktionen gibt, die sich an die Vereinbarungen nicht halten wollen, ist schlichtweg eine Frechheit. Denn schließlich handelt es sich bei den neuen Vergütungsregeln nicht um einen Wunschzettel freier Journalisten oder eine einseitige Erklärung, sondern um eine verbindliche Regelung zweier gleichberechtigter Vertragsparteien. Aber was kann man tun, um die angemessen(er) en Honorare einzufordern?

Das, was das Wort sagt: Sie einfordern. Das ist das Mindeste. Vielleicht hilft es auch, den festangestellten Kollegen und Verlegern zu erklären, weshalb niedrigere Honorare nicht angemessen sind. Vermutlich nicht. Aber wer den Mund nicht aufmacht, um für seine Rechte einzutreten, sollte es auch nicht tun, um sich zu beklagen. Dass sich immer auch solche finden, die zu Dumpingpreisen arbeiten, heißt nicht, dass man es selbst tun sollte.

Notfalls muss man in Bereiche ausweichen, in denen angemessen bezahlt wird. In den PR-Bereich zum Beispiel. Ich schreibe Pressemitteilungen, um mir „freien Journalismus“ in Tageszeitungen und Magazinen leisten zu können. Toll finde ich das nicht. Aber so erkaufe ich mir die Freiheit, bei unverschämten niedrigen Honoraren nein sagen zu können, bis die neuen Vergütungsregeln endlich überall zu der angemessenen Bezahlung geführt haben, die uns Freien zusteht.

So hilft der DJV



Der DJV sieht sich im ersten Schritt in der Pflicht zu informieren und das Thema Vergütungsregeln ins Gespräch zu bringen. Zahlreiche Veranstaltungen auf Landesverbandsebene haben bereits stattgefunden, weitere werden in den kommenden Monaten organisiert. Die Landesverbände werden ihren freien Mitgliedern, den Verlagshäusern und Redaktionen Informationsbroschüren zukommen lassen, in denen Empfehlungen für den Umgang mit den neuen Vergütungsregeln erläutert werden. Antworten auf oft gestellte Fragen gibt es auch unter www.djv.de.

Freientage in Bremen und Kiel

Frei.Fair.Handeln. – Freie im Fokus der Diskussion



Foto:Regine Suling

Andreas Bittner zeigte innovative Möglichkeiten für Journalisten im Internet auf

Gedankenaustausch auf fachlicher Augenhöhe, Information und Beratung, unter diesen Vorzeichen fanden die beiden Freientage in Schleswig-Holstein (25. Februar) und Bremen (4. März) statt. Ausgewählte Referenten regten unter dem übergreifenden Motto „Frei.Fair.Handeln.“ zu aktuellen Themen die Diskussion unter den freien Journalisten der Landesverbände an. Der aktuellen Brisanz folgend waren vor allem die Beiträge zu Urheberrecht und Vergütungsregeln von DJV-Justiziar Benno Pöppelmann und dem DJV-Referenten für Freie, Michael Hirschler, in den Fokus gerückt. Die Präsenz einer Reihe Existenzgründer in Bremen und auch in Schleswig-Holstein machte deutlich, dass die Tendenz von Journalisten, vermehrt frei zu arbeiten, ungebrochen ist. Thematisch ging es neben Versicherungsfragen an Experten Helge Kühl und Existenzgründungstipps von Michael Hirschler um

neue Geschäftsmodelle und Selbstvermarktungsstrategien für Journalisten im Internet. Online-Experte Andreas Bittner zeigte zahlreiche spannende Möglichkeiten aus der Welt um Twitter, Facebook, Blog, web 2.0/3.0 und Co. auf, musste jedoch eingestehen, dass sich bei der Lukrativität noch Mängel erkennen lassen. Oft stehe der Aufwand gegenüber den per „Klick“ erzielten Werbeerträgen in keinem Verhältnis. Dennoch sollte bei der Selbstvermarktung jeder irgendwo im „Social Network“ aktiv und auffindbar sein. In der heutigen Zeit könne ein Journalist darauf nicht mehr verzichten, so Bittners Meinung. In Schleswig-Holstein hatte vor allem die Diskussion um die Urheberrechte Raum eingenommen. Hier war DJV-Justiziar Benno Pöppelmann zu Gast. Geht es um die Vergütung von journalistischer Arbeit, dann geht es auch darum, welche Rechte der Freie dem Verlag an seinem Werk einräumt.

Nach Informationen von Pöppelmann gehen immer mehr Verlage und Rundfunkanstalten dazu über, den freien Journalisten Allgemeine Geschäftsbedingungen vorzulegen. Mit ihnen wird in der Regel das Ziel verfolgt, dem Freiberufler alle Nutzungsrechte abzunehmen. In der Praxis sei das so, dass der Verlag den freien Journalisten auf die AGBs deutlich hinweisen muss, damit sie gültig sind. Extra zuschicken müsse er die AGBs aber nicht. Das gilt vor allem für neue Geschäftskontakte. Im Falle dauerhafter Geschäftsbeziehungen könne die Lage allerdings wieder anders aussehen. Bei Unsicherheiten im Einzelfall berät der DJV seine Mitglieder gerne. Wer in einem länger dauernden Vertragsverhältnis mit einem Medienunternehmen steht, dem rät der DJV, eigene Allgemeine Geschäftsbedingungen zu verwenden. Der DJV hat solche AGB für Freie entwickelt. Sie können im Internet unter www.djv.de (Rubrik „Tipps und Infos für Freie“) heruntergeladen werden, sollten jedoch an den individuellen Fall angepasst werden.

Welchen Nutzen bringe ich eigentlich? Welche Nischen kann ich besetzen? Wer sich diese Fragen beantworte, schärfe sein Profil, mache sich für potenzielle Auftraggeber interessanter. Während des Freien-Tages in Bremen gab Beate Hoffmann, Coach und Journalistin, den Freien noch mehr Tipps zum Thema Selbstmarketing mit auf den Weg. In einer kleinen Übung mussten die Teilnehmer sich und ihr Thema per Kalt-Akquise an den Mann und die Frau bringen: Nicht immer ein leichtes Unterfangen. Spannende Themen mit praktischem Nutzen: „Frei.Fair.Handeln!“ bot all das. Auch wenn die Vorträge ausföhrlich waren, manchmal ob der Zeit zu kurz gerieten: Die Teilnehmer gaben durchweg positive Rückmeldungen, einzelne Referenten werden sicher zu umfangreicheren Seminaren nach Bremen und Kiel zurückkehren.

Anne Koschade, Tanja Nissen, Regine Suling

Nachfolger gewählt

Neuer Vorsitz im Bundesfachausschuss Rundfunk

Während seiner regulären Sitzung am 4. März 2010 in Bonn wählte das Gremium den Kollegen Harald Kiefer vom SWR zum neuen Vorsitzenden im Bundesfachausschuss Rundfunk. Stellvertreter wurde Kai Brettmann, Redaktionsleiter online bei RTL Nord und Mitglied im DJV Hamburg. Zuvor hatte Kollege Alexander Thomasow aus gesundheitlichen Gründen auf eine Kandidatur verzichtet. Der bisherige Vorsitzende Lothar

Kaiser war nach acht Jahren im Amt nicht wieder angetreten. Er wolle jetzt seinen Ruhestand genießen, sagte er zur Begründung; außerdem sollten Leute die Ämter übernehmen, die noch mitten im beruflichen Leben stehen. Thomasow erinnerte an den Kollegen Werner Lüchow, der sich nach vielen Jahren der Arbeit im Fachausschuss aus Altersgründen aus dem Gremium verabschiedete. Eine entsprechende E-Mail war vor der Sitzung

den Teilnehmern zugestellt worden. Gewürdigt wurde auch die Mitarbeit Lüchows in der DJV-Tarifkommission beim NDR, wo er mit der ihm eigenen Art des beherzten Zubeißens häufig für ein Vorankommen der Gespräche gesorgt hatte. Dafür sei er ihm sehr verbunden, sagte Thomasow. Der Fachausschuss dankte Lüchow und wünschte ihm noch viele gesunde Jahre.

Dr. Anja Westheuser



Die beiden Erich-Klabunde-Preisträger Timo Großpietsch (l.) und Wolfgang Uchatius, flankiert von Marina Friedt (l.) und Judith Rakers

Foto: Florian Büh

FA Online

Jebsen neuer Vize-Vorsitzender



Foto: privat

Peter Jebsen vertritt Thomas Mrazek

Der stellvertretende Vorsitzende im Vorstand des Hamburger Landesverbands, Peter Jebsen, ist im Bundesfachausschuss Online-Journalismus des DJV zum Stellvertreter von Thomas Mrazek gewählt worden. Jebsen übernimmt die Position von Albrecht Ude. Der ebenfalls gewählte Vorsitzende des Fachausschusses Mrazek wurde in seinem Amt bestätigt. Jebsen sitzt seit vielen Jahren als Hamburger Vertreter im Bundesfachausschuss.

Claudia Piuntek

Presseball

Es grünt so grün ...

...wenn Hamburgs Journalisten feiern! So könnte die Konklusion zum diesjährigen Presseball lauten, zu dem sich am 23. Januar neben vielen Kolleginnen und Kollegen auch wieder Persönlichkeiten aus Kultur, Wirtschaft und Politik im Hotel Atlantic eingefunden hatten, um ausgiebig bis in die frühen Morgenstunden zu feiern. Grün – denn diesmal wurde der Ball entlang der Richtlinien „Go Green – Think Blue!“ ressourcenschonend und klimaneutral organisiert, und der Küchenchef des Atlantics leistete seinen Beitrag, indem er bei seinen kulinarischen Kreationen Nahrungsmitteln aus der Region den Vorzug

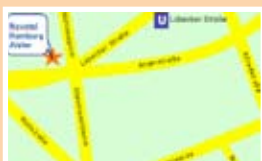
gab. Wie in den Vorjahren war auch diesmal festlicher Höhepunkt des Abends die Verleihung des Erich-Klabunde-Preises, der 2010 zwischen NDR-Reporter Timo Großpietsch für dessen TV-Feature „Der Schulleiter – lehren, lachen, leiden“ und Zeit-Reporter Wolfgang Uchatius für die Reportage „Wenn das Ich sich auflöst“ geteilt wurde. Nach einer äußerst anrührenden Laudatio von Fernsehjournalistin Judith Rakers nahmen die Kollegen ihre Urkunden von der Vorsitzenden des DJV Hamburg, Marina Friedt, entgegen.

Renata Green

Einladung zur Mitgliederversammlung

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

herzlich laden wir Sie zu unserer ordentlichen Mitgliederversammlung ein am



**Dienstag, 27. April 2010,
19.30 Uhr, erstmals im
Novotel Hamburg Alster,
Lübecker Straße 3,
22087 Hamburg,
Tel.: 040-391 900**

Die Versammlung wird zwei Schwerpunkte haben. Zum einen entscheiden Sie im Rahmen der Neuwahlen über die Besetzung von Vorstand und Beirat, Delegation und Rechnungsprüfung sowie über den Etat 2010. Zum anderen wollen wir Ihnen die für dieses Jahr geplanten Veranstaltungen (siehe auch 65 Jahre Hamburger Journalisten auf Seite 12) vorstellen und Sie über die Situation in den Hamburger Medienhäusern informieren. An der Versammlung wird auch der DJV-Bundesvorsitzende Michael Konken teilnehmen. Sollten Sie Anträge an die Mitgliederversammlung haben, so müssen diese 14 Tage vor der Versammlung schriftlich in der Geschäftsstelle eingehen. Die Anträge werden wir auf unserer Homepage www.djv-hamburg.de veröffentlichen, damit Sie sich schon vor der Versammlung ein Bild machen können. Sie sind auf

Anfrage auch in der Geschäftsstelle erhältlich. Dort können Sie zudem den Jahresabschluss 2009 und den Etatentwurf 2010 einsehen. Die Zahlenwerke schicken wir Ihnen auf Wunsch gerne zu. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme und schlagen folgende Tagesordnung vor:

- Top 1: Eröffnung/Begrüßung/Grußworte
- Top 2: Wahl der Versammlungsleitung, Genehmigung der Tagesordnung
- Top 3: Rechenschaftsberichte und Aussprache
- Top 4: Entlastung des Vorstandes
- Top 5: Wahlen: Vorstand, Beirat, Rechnungsprüfer und (Ersatz-)Delegierte zum DJV-Bundesverbandstag
- Top 6: Anträge an die Mitgliederversammlung
 - 6.1 Satzungsändernde Anträge
 - 6.2 Sonstige Anträge
 - 6.3 Verabschiedung Etat 2010
- Top 7: Hamburger Medienlandschaft und Veranstaltungen 2010
- Top 8: Verschiedenes

Bitte bringen Sie einen gültigen Ausweis mit.
Mit freundlichen kollegialen Grüßen

Marina Friedt
(1. Vorsitzende)

Stefan Endter
(Geschäftsführer)

Zwitschernde Nordverbände

Der Microblogging-Dienst Twitter (siehe Bericht in Nordspitze 1/2010, S. 8/9) ist eine der wichtigsten Einrichtungen des Web 2.0. Auch für den DJV: Der Bundesverband verschickt seine Kurznachrichten unter <http://twitter.com/DJVde>, die Landesverbände Hamburg und Bremen twittern unter http://twitter.com/DJV_HH und http://twitter.com/DJV_Bremen.

Neuigkeiten der Nordspitze verbreitet die Redaktion unter <http://twitter.com/Nordspitze>. Eine Liste sämtlicher twitternden Landesverbände und anderer DJV-Repräsentanten hat der DJV Hamburg zusammengestellt: http://twitter.com/DJV_HH/djv/members

Peter Jebson

Steuersprechstunde gut angenommen

Die neu ins Leben gerufene kostenlose Steuersprechstunde für Freie Journalisten des DJV-Landesverbandes Bremen ist sehr gut angenommen worden. Zur ersten Steuersprechstunde Anfang März waren fast alle Termine ausgebucht. Aus diesem Grund hat der Landesverband einen zusätzlichen Sprechstunden-Tag angesetzt. Steuerberater Marco Windhorst wird am Donnerstag, den 27. Mai, ab 13 Uhr in der Bremer Geschäftsstelle sein, um allen interessierten freien Journalisten in etwa halbstündigen Einzelgesprächen individuelle Fragen zum Thema Steuern, Buchführung und Jahresabschluss zu beantworten. Bitte in der Geschäftsstelle unter Telefon 0421/325450 anmelden.

kde

65 Jahre Hamburger Journalisten

Wer hats erfunden? Wir, die Hamburger!

Nach dem Motto „Fast 66 Jahre und kein bisschen leise...“ startet der DJV in diesem Frühjahr eine besondere Kampagne zum 65. Jubiläumsjahr. Wir wollen gemeinsam zurückblicken auf die engagierten Taten der Journalisten der ersten Stunde, die sich wenige Tage nach der Kapitulation im Mai 1945 trafen und bereits im November die „Berufsvereinigung Hamburger Journalisten“ gründeten. Und vor allem mit der Bundesinitiative „Journalismus 2015“ nach vorn blicken. Als Anschlag rufen wir alle organisierten Kreativen auf, einen „knaackigen“ Slogan für die Kampagne zu finden. Dieser wird als Aufkleber, auf Postkarten u.a.m. publiziert und findet sich im Jahr 2010 in der gesamten Korrespondenz und Öffentlichkeitsarbeit des DJV-Hamburg wieder.

Ihre Ideen senden Sie bitte bis zum Freitag, dem 23. April, an info@djv-hamburg.de mit dem Stichwort „Slogan“ in der Betreffzeile. Die besten Slogans werden bei der Mitgliederversammlung am Dienstag, dem 27. April, ausgezeichnet.

Derweil bringen wir in After-Work-Veranstaltungen weiter „Die Profis zusammen“, planen ein Mentorenprogramm für Freie und Junge, organisieren unseren erfolgreichen Netzwerktag (im Juni) mit neuen Formaten wie Speed-Job-Dating und Speed-Coaching und initiieren erstmals ein „Barcamp“. Insbesondere für Seniorinnen und Senioren, die sich austauschen wollen, bieten wir launige Abende mit unterhaltsamen Referenten. Ganz im Sinne der Work-Life-Balance stehen auch Ideen zu gemeinsamen Sport-Aktivitäten wie Joggen, Walken und Segeln im Raum.

Den Abschluss bildet eine Matinee zum 60. Todestag von Erich Klabunde (Sonntag, 21.11.2010) bzw. eine Jubiläums-Veranstaltung zum Gründungsdatum „65 Jahre Hamburger Journalisten“ am 23.11.2010. Aktuelle Informationen unter www.djv-hamburg.de.

Wir haben viel vor, machen Sie mit!

Marina Friedt
1. Vorsitzende

Gedankenaustausch

Polizei und DJV im Gespräch



Foto: dpa Picture-Alliance

Bessere Zusammenarbeit mit Polizisten erwünscht

Der DJV Schleswig-Holstein, die Landespressekonferenz und die Landespolizei Schleswig-Holstein laden am 5. Mai zum Austausch zwischen Journalisten und den Pressesprechern der Polizei-Direktionen und des Landespolizeiamtes ein. Ziel der Gespräche ist eine bessere Zusammenarbeit der beiden Berufsgruppen.

Anfang Februar hatte DJV Landesvorsitzender Michael Frömter das Gespräch mit Innenminister Klaus Schlie gesucht, um über Kritik im Umgang der Polizei mit Reportern zu sprechen. Die Berichterstattung sei behindert oder sogar Ton- und Bild-Aufnahmen von Polizisten beschlagnahmt worden, so die Beschwerde einiger DJV-Mitglieder. Dass dies nicht sein dürfe, darüber waren sich Schlie und Frömter einig. Andererseits seien Journalisten jedoch auch verpflichtet, die Ermittlungen oder Rettungseinsätze der Polizei nicht zu behindern. Ein Ergebnis des Gespräches: Probleme in der Kommunikation, die durch die neue Struktur der Polizei-Direktionen an manchen Orten in Schleswig-Holstein aufgetreten sind, sollen innerhalb der Behörden aufgearbeitet und das Demokratieverständnis sowie das Presserecht intensiver geschult werden.

Durch weitere Gespräche wollen beide Parteien das Verständnis füreinander und für die jeweiligen Sicht- und Arbeitsweisen fördern. Am 5. Mai gibt es dazu ab 19.30 Uhr eine erste Gelegenheit in der Diakonie Rendsburg. Ohne Block und Bleistift soll der gemeinsame Abend dem gegenseitigen Kennenlernen dienen. Da der DJV von den insgesamt 40 Plätzen nur 20 Plätze an seine eigenen Mitglieder vergeben kann, wird um Anmeldung unter kontakt@djv-sh.de gebeten. Bettina Neitzel

Aus dem Bauch heraus: Emotion startet neu

„Nun ist Gruner + Jahr auch seinen kränkelnden Titel Emotion los. Dr. Katarzyna Mol kauft das frauenorientierte Psycho-Magazin im Rahmen eines Management Buyouts“, schrieb die Fachpresse Ende 2009. Inzwischen ist die Marke Emotion durch ihre Vernetzung nach außen mehr als ein Magazin. Um näher an der Leserin zu sein, bespielt Emotion die Themen, die Frauen bewegen, auf allen Kanälen: auf After-Work-Netzwerk-Abenden, in Coaching-Programmen und seit März auf Facebook – alles, um noch näher ins Leben der Leserin zu rücken. Emotion hat in Hamburg die Psycho-Ecke verlassen und zeigt sich eigen, leicht und lösungsorientiert – wie die Herausgeberin.

Dritte Etage in der Factory in der Hoheluftchaussee. Ein alter Fabrikbau in Hamburg. Schon die Firmenschilder im Aufgang zeugen davon: Hier sind Kreative versammelt. Eine Stunde habe sie Zeit, ich solle früh kommen. Als ich eintrete, diskutiert sie an einem Stehtisch mit ihrem Team. Thema: Wie Emotion sich auf Facebook präsentiert. Ziel: Noch näher an die Leserin zu rücken, betont Mol, die sich selbst als Print-Junkie bezeichnet und staunt, welche spannenden Themen und Blogs es im Netz zu ergünden gibt. „Sich mit den unterschiedlichsten Menschen auszutauschen und viel zu lesen, um immer wieder Futter zu bekommen für die eigene Kreativität, so dass der Horizont breit bleibt“ – das findet sie wichtig und möchte es auch für ihre Leserinnen umsetzen.

Katarzyna Mol stammt aus Polen. 1981 floh ihre geschiedene Mutter mit der damals Siebenjährigen nach München. Die Mutter, Solidarność-Aktivistin und Elektroingenieurin, baute ihr Leben von Null auf und leitet inzwischen ein medizinisches Labor. Die Power, „einfach zu machen“ hat sie an die



Emotion-Team bei der Lagebesprechung



Foto: Marina Friedt

Von der angestellten Verlags- und Anzeigenleiterin zur Verlegerin: Dr. Katarzyna Mol

Tochter weitergegeben. Seit ein paar Monaten ist die promovierte Juristin und ehemalige G+J-Verlags- und Anzeigenleiterin neue Herausgeberin von Emotion. Seit dem Erscheinen der deutschen Marie Claire sei es immer ihr Traum gewesen, eine Zeitschrift zu machen oder einen Verlag zu gründen. Aber dass es so schnell ging, das hätte sie nicht gedacht, lacht die 36-Jährige. Im Mai 2009 machte sie G+J-Chef Bernd Buchholz das ungewöhnliche Angebot, den kleinen Titel, der dreieinhalb Jahre im Verlag immer wieder zur Debatte stand, zu kaufen. Es war so ein Mix aus Traum und Not, sinniert sie rückblickend. Buchholz fand's „sportlich“. Die Frühaufsteherin machte sich auf die Suche nach Investoren. Im Herbst war klar, dass sie eine echte Kaufoption hatte. Allein die Investoren standen noch nicht parat. Wegen ihrer Mutter und ihres Freundes wäre sie gerne in München geblieben, aber bald hatte sie in Hamburg mehr Berater und Kontakte – und die Vision wurde von Tag zu Tag konkreter. Das Geld sei gar nicht das Problem gewesen. Irgendwie würde sie das schon hinkriegen. „Wichtig ist, dass man Menschen gewinnt, die daran glauben.“ Sie selbst nahm ein Existenzgründungsdarlehen auf, „eben so viel, wie andere für eine mittlere Eigentumswohnung ausgeben“ und gründete den Verlag Inspiring Network. Am 19. November 2009 war die Sache perfekt. Heute hält sie als Hauptinvestorin 72 Prozent. Den Mietvertrag für die 270-Quadratmeter-Fabriketage unterschrieb sie drei Tage, bevor die feste Zusage eines wichtigen

Geldgebers erfolgte. „Das ist der Glaube an das Blatt und die Idee, die wir als Team verfolgen“, erklärt Mol, die Großes vorhat: „Frauen in Deutschland inspirieren, vernetzen und weiterbringen, das ist das, was uns antreibt.“ Auch im Team brauche sie Menschen, die in Emotionen denken. Wie die Chefredakteurin Dorothee Röhrig, mit der sie gemeinsam festlegt, welche Themen ins Heft kommen. Die Jungverlegerin zahlt keine Hungerlöhne, aber zum Glück sind mehrere „Überzeugungstäter an Bord, die wollen, dass Emotion durch die Decke geht.“ Ausgabe 2 und 3 haben an Auflage zugelegt. Nicht in Riesenschritten, aber sie freut sich schon über ein paar Tausend Exemplare mehr. Momentan setzt das Team auf Mund-zu-Mund-Propaganda, nicht auf klassische Werbung. Das Extra-Format „Woman at Work“ liegt mit 320.000 Exemplaren in Unternehmen aus und ist ein Steckenpferd der Jungunternehmerin. Auf die Frage, was Glück für sie bedeutet, zögert sie kurz: „Mit kreativen Menschen zusammen zu arbeiten, das ist Glück im Alltag und gehört zu meinem Traum“, sagt sie klar. Über die Arbeit spricht sie rasend schnell wie ein Wasserfall, über die eigene Person zu reden, fällt ihr eher schwer. Überraschend doziert sie dann doch, dass es wichtig sei, im Leben nach den eigenen Visionen, nach den eigenen Wünschen zu leben. Sich zu trauen, über den Tellerrand zu schauen, was man wirklich will und es dann wirklich zu machen. Mitte 2011 will Katarzyna Mol schwarze Zahlen schreiben. Aus dem Bauch heraus: Die schafft das. Marina Friedt

Blick in die Redaktion des Grünschnabel:
Hier ist auch Platz für Kinder



Warum braucht Bremen ein neues Magazin namens Grünschnabel?

„Weil es sich lohnt!“

Neugründung trotz schwierigen Bedingungen

Die Anzeigeneinnahmen in Printmedien sind im Rahmen der Wirtschaftskrise in Deutschland in den vergangenen Jahren massiv zurückgegangen. Die Verlage klagen. Manch ein Titel wurde eingestellt. Und doch gibt es immer wieder neue Projekte, die sich auf dem hart umkämpften Markt versuchen. Eines davon ist der Grünschnabel, ein monatlich erscheinendes Stadtmagazin für Bremen und sein Umland, das sich an bewusst lebende Eltern, ihre Kinder bis 12 Jahre und alle Omas, Opas, Tanten, Onkel und Familien-Freunde richtet. Am 1. Februar 2010 lag die erste Ausgabe in den Zeitungsregalen. Woher nehmen die Macher die Zuversicht, dass sie sich ausgerechnet mit ihrem Format am Markt platzieren können? Wie viel Idealismus gehört dazu? Wie sind die Resonanzen nach der ersten Ausgabe? Die NORDSPITZE hat bei der Grünschnabel-Initiatorin und Herausgeberin Julia Schulze-Windhoff nachgefragt.



Julia Schulze-Windhoff im Gespräch mit Anne Koschade über ihre Ziele, Chancen und Hoffnungen

Fotos: Björn Hake

„Jedes Detail musste man sich von anderen Müttern erfragen“

Woher kommt die Idee fürs, Format, das dem Grünschnabel zu Grunde liegt?

Die Idee ist entstanden, als ich vor dreieinhalb Jahren selbst Mutter geworden bin. Was kann ich meinem Kind in Bremen bieten? Welche Möglichkeiten eröffnet mir die Stadt? Worauf muss ich in der Erziehung, bei der Unterbringung oder auch im Krankheitsfall achten? Jedes kleine Detail musste man sich von anderen Müttern und Vätern erfragen. Als Fotografin hatte ich bereits über Jahre für die

Stadtmagazine Bremer und Prinz gearbeitet. Warum gibt es etwas Vergleichbares nicht auch mit der Zielgruppe Kinder und ihre Eltern? Die Idee für ein serviceorientiertes Stadtmagazin mit informativem journalistischen Anspruch war geboren.

Wie definieren Sie den journalistischen Anspruch vom Grünschnabel?

Wir wollen einen Mehrwert für die Leser schaffen. Gut recherchierte Inhalte mit wissenschaftlich und fachlich fundiertem Hintergrund sowie ein auf die Zielgruppe zugeschnittener Veranstaltungskalender bringen einen deutlichen Nutzwert für die Leute, die sich informieren wollen. Hinzu kommt noch ein hoher Anspruch an ein hochwertiges Erscheinungsbild. Wir sind überzeugt, dass genau das gefragt ist. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, arbeiten wir ausschließlich mit einem gut funktionierenden Netzwerk aus Profis zusam-

men. Bei uns macht jeder das, was er am besten kann. Fotografen, Illustratoren, Grafiker oder Anzeigenberater. Und alle gemeinsam vereint uns die Überzeugung, dass wir ein Produkt schaffen, das anderen einen hohen Nutzwert schafft.

Was müssen Journalisten mitbringen, die für den Grünschnabel schreiben? Brauchen sie besondere Qualitäten?

Wir haben ein professionelles Team aus gestandenen Schreiberinnen und Schreibern, die auch für bundesweit erscheinende Zeitschriften und Zeitungen arbeiten. Na klar ist es grundsätzlich gut, wenn sie selbst schon Kinder haben. Im Grünschnabel gibt es zwei unterschiedliche Textformen: Eine informative für die Eltern und eine extra für die Kinder. Auch in Schriftgröße und Erscheinungsbild sind diese bewusst unterschiedlich gestaltet. Es ist schon von Vorteil, wenn ein Journalist aus eigener Erfahrung weiß, wie man Schreiben und Erklären muss, um Kindern etwas verständlich zu machen und wenn dieser weiß, wo-

reden von neuen, besseren Formaten. Aber so ein Projekt in die Tat umzusetzen, ins Risiko zu gehen und dafür zu kämpfen, das ist doch die Leistung. Durch Zufall habe ich Jörg Hachmann auf einer privaten Feier kennengelernt. Er war sofort von dem Konzept begeistert. Und der Grünschnabel lief an.

Wie läuft es denn nun mit den Anzeigenkunden?

Natürlich ist es schwierig. Viele wollen den Grünschnabel erstmal ein bisschen beobachten, bevor sie sich für Anzeigenschaltungen entscheiden. Das Geld sitzt selbst bei renommierten großen Unternehmen nicht mehr ganz so locker. Wir besetzen allerdings mit dem Familienthema eine Nische, die für viele Unternehmen und Institutionen als Werbeforum exakt passt – unabhängig davon, ob es um Familienautos, Reisen, Kleidung, Gesundheit oder pädagogische Fachthemen geht. Schließlich haben auch Unternehmen eine Verantwortung der Familie gegenüber zu erfüllen. Wir sind also zuversichtlich.

Haben Sie besondere Marketing- und Werbemaßnahmen zum Erscheinungstermin unternommen?

Nein, überhaupt nicht. Wir haben nur an die klassischen Bremer Medien eine Presseinfo verschickt. Ansonsten glauben wir, dass sich Grünschnabel über Mundpropaganda herumsprechen wird. Eltern in Bremen sind in der Regel stark vernetzt. Durch Hörensagen spricht sich Gutes schnell rum. Und der Grünschnabel ist etwas Gutes.

Haben Sie sich ein Ziel gesteckt, wo Sie mit dem Grünschnabel hin wollen?

Wir wollen weiterhin ein richtig gutes Heft machen und die Auflage steigern. Außerdem möchten wir für uns und unsere Mitarbeiter eine gute, befriedigende Arbeitsatmosphäre schaffen; ein wirtschaftlich gesundes Unternehmen etablieren. Noch steckt eine ganze Menge privates Eigenkapital in dem Projekt. Unser nächster Schritt ist das Optimieren des Internetauftritts. Dieser soll auf Serviceebene die Printausgabe mit Downloads, Interaktion oder Bastelanleitungen ergänzen. Zeitschriften werden nicht aussterben, das Internet aber an Relevanz gewinnen, und auch Familien werden immer einen Informationsbedarf haben. Von daher glauben wir, dass der Grünschnabel von Monat zu Monat mehr Resonanz bekommen wird. Und wenn wir dann bei einer Auflage von 20.000 sind, bin ich zufrieden.

Warum glauben Sie an den Grünschnabel?

Weil Bremen den Grünschnabel braucht. Und wir sind überzeugt, dass der Grünschnabel gut ist.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Anne Koschade.

„Beim Grünschnabel haben auch Kinder Raum in der Redaktion“

rauf Kinder stehen. Ein K.o.-Kriterium ist Kinderlosigkeit aber nicht. Zudem können die Mitarbeiter mit Kindern beim Grünschnabel auf eine Art und Weise arbeiten, in der sie sich wohl fühlen und in der auch Kinder Raum haben.

Arbeiten Sie ausschließlich mit freien Mitarbeitern?

Ja. Fest angestellt ist nur eine Anzeigenberaterin. Alle anderen, ob Journalisten, Grafiker, Fotografen und Illustratoren sind Freiberufler, die von Bremen aus arbeiten und gut aufgestellt sind. Sie wissen, was sie tun.

Mit dem Bremer Herausgeber Jörg Hachmann haben Sie auf Verlegerseite einen – auch finanziell – wichtigen Partner gewonnen. War es schwer, einen Verlag von Ihrem Konzept zu überzeugen?

Leicht war es nicht. Idee und Konzept lagen schon ein paar Jahre in der Schublade. Und ein paar Absagen renommierter größerer Bremer Verlage mussten wir auch einstecken. Die Argumente dagegen waren immer die gleichen: Der Anzeigenmarkt sei momentan nicht der Vielversprechendste... Wir wurden natürlich auch belächelt. Aber die Bereitschaft und die Zähigkeit zu haben und gute Leute zu mobilisieren, darauf kommt es doch an. Viele Leute haben gute Ideen und

Die zweite Ausgabe ist in einer Auflage von 10.000 Exemplaren gerade im Verkauf. Wie beurteilen Sie die Resonanz auf das Erscheinen von Grünschnabel?

Wir sind sehr zufrieden. Zahlreiche – ausnahmslos positive – Reaktionen von Lesern und Medienschaffenden haben uns erreicht. Auch ohne dass wir es beworben hätten, haben sich schon Leser von sich aus für ein Abo angemeldet. Das ist toll, und wir wissen, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Grünschnabel

Die Herausgeber und Redaktion des Grünschnabel haben sich auf die Fahnen geschrieben, familiengerechte Themen aus der Region zu bündeln, aufzuarbeiten und neu zu entdecken. Kulturelles, Kulinarisches und Spaßiges, aber auch Gesellschaftskritisches findet hier Raum. Eine kindgerechte Reise durch die Stadtteile unterstützt die Leser beim Erkunden der unterschiedlichen Vorzüge der Bremer Stadtteile und der Region. Doch auch der Service kommt nicht zu kurz: Themen aus den Bereichen Gesundheit, Pädagogik, Finanzen und Reisen packt die Redaktion ebenso an, wie Kinderbetreuungsmöglichkeiten und Schulauswahl. Ein Veranstaltungskalender für den Monat

hilft bei der Freizeitplanung. Die Kombination aus sinnvollen Informationen für Familie und Kinder, gepaart mit den Vorzügen eines Stadtmagazins gibt es in dieser Form für Bremen noch nicht. Initiatorin und Herausgeberin des Projektes ist die Bremer Fotografin Julia Schulze-Windhoff. Auf verlegerischer Seite steht ihr Jörg Hachmann zur Seite. Textchefin ist die Bremer Journalistin Gabriele Wiesenhavern. Insgesamt 17 freie Journalisten, diverse Illustratoren und Fotografen füllen das Magazin mit kreativen und informativen Inhalten. Fast alle haben selber Nachwuchs und kennen die Bedürfnisse und Interessen von Kindern und ihren Eltern.

Ein kurzer Blick ins Magazin:
www.gruenschnabel-bremen.de

VG Wort/Metis-Ausschüttung

Online-Autoren lassen Tantiemen-Millionen links liegen

Für Texte im Internet hat die Wertungsgesellschaft Wort schon Millionenbeträge von den Geräteherstellern eingesammelt, seit 2008 erhalten Autoren Tantiemen für Online-Publikationen. Viele Journalisten wissen noch nichts von ihren Ansprüchen, andere scheuen den Aufwand für die Meldungen. Dabei kann das Verfahren sehr simpel sein – sofern der Auftraggeber mitspielt.

Gabriele R. verzweifelte an Metis und Tom. Ihre Interviews mit Bayerns Mächtigen erscheinen zwar auch auf den Online-Seiten eines Hamburger Verlags. Als „digitale Immigrantin“ hat die in der Schreibmaschinenzit sozialisierte Münchnerin aber von technischen Feinheiten der WWW-Ära keine Ahnung. Metis, das Meldesystem der VG Wort für Texte auf Internet-Seiten, und das neue Meldeportal T.O.M. (Texte online melden) unfallfrei zu bedienen, ist für sie eine Herausforderung. Und so quitierte die Technik bei ihren Versuchen, für die so genannte Online-Sonderausschüttung zu melden, Ende 2009 jeden kleinen Lapsus mit einer erbarmungslosen Fehlermeldung. Gegenüber den „digitalen Eingeborenen“ war R. klar im Nachteil.

Inzwischen ist das Problem zum Problemchen geschrumpft, denn die Hamburger Redaktion beteiligt sich nun am regulären Meldeverfahren, das den Vorgang weitgehend automatisiert. Jeder Text, den das Magazin online stellt, wird jetzt „verpixelt“, also mit einer unsichtbaren Markierung versehen, die bei jedem Abruf des Beitrags einen Zähler auf dem Zentralcomputer der VG Wort aktiviert. Um sich ihre Tantiemen zu sichern, brauchen die Autoren nur noch zwei Dinge zu tun: Sie müssen sich einmal schriftlich bei der VG Wort für die Teilnahme registrieren (siehe Link *) und der Online-Redaktion die VG-Wort-Karteinummer mitteilen; wer keinen Wahrnehmungsvertrag abgeschlossen hat, bekommt stattdessen eine Registriernummer. Sobald die derzeit gültige Mindestzahl von 1500 Zugriffen erreicht ist, erscheint im T.O.M.-Postfach des Autors die Nachricht, dass er den Beitrag melden darf, was mit ein paar Mausklicks erledigt ist. Etwas schwerer haben es Autoren, die auf einer eigenen Website veröffentlichen – sie müssen die Zählmarken manuell einbauen – und all jene, deren Auftraggeber sich nicht beteiligen. Letzteren bleibt, nachdem sie sich registriert haben, nur die Sonderausschüttung (siehe Link **). Bei der gibt es zwar Geld ohne Zugriffszählung; dafür muss jeder Text

samt Webadresse einzeln in eine T.O.M.-Eingabemaske kopiert werden. Da bislang auch Archivtexte meldbar sind, die kaum noch jemand abrufen, gibt es nur einen Bruchteil des Geldes: 2008 war ein per Pixel gezählter Text etwa 6- bis 13-mal so viel wert wie ein ungepixelter. Pro Text (ab 1800 Zeichen Länge) erhielten die Autoren aus der Sonderausschüttung drei Euro. In der regulären Ausschüttung mit automatischer Erfassung von Zählpixeln durch den Verlag waren es bei 1500 bis 2999 Unique Visitors 17,65 Euro pro Text, ab 3000 Unique Visitors sogar 23,53 Euro, also fast das Achtfache der Sonderausschüttung. Wer diese Besucherzahlen auf seiner eigenen Website nachweisen konnte, erhielt sogar 30 oder 40 Euro.

Wegen dieses Gefälles ist es ratsam, seine Energie weniger auf die befristete Sonderausschüttung zu verwenden als darauf, die Online-Chefredakteure ins Boot zu holen. Bei der bis dato praktizierten Regelung profitieren beide Seiten: Die aus der CD-Brenner-Abgabe stammenden Erlöse teilen sich Autoren und Verlage. Die Autorenfraktion im Verwaltungsrat drängt aber darauf, den ohne Rechtsanspruch gewährten Verlegeranteil abzuschmelzen, sobald das System sich eingespielt hat.

Ulf J. Froitzheim

Tipps:

- Im T.O.M.-Portal für METIS registrieren, um überhaupt melden zu können.
- Bei der Online-Redaktion nachfragen, ob bzw. ab wann sie am automatischen Zählsystem von METIS teilnimmt.
- Bei Meldungen zur Sonderausschüttung von Zeit zu Zeit nachprüfen, ob der Verlag Texte auf andere URLs verschoben hat. Wenn die VG Wort bei Stichproben die Texte eines Autors nicht unter der gemeldeten Webadresse findet, werden die Meldungen verworfen.
- Deutlich vor den Weihnachtsferien alle bis dahin im laufenden Kalenderjahr veröffentlichten Texte melden. Von Weihnachten bis Neujahr ist das Büro der VG Wort nicht besetzt – und Silvester ist Stichtag.
- Steigt ein Verlag im Lauf eines Kalenderjahrs auf das automatische Meldeverfahren um, nimmt das System ab sofort keine Meldungen für die Sonderausschüttung mehr an, auch nicht für die Monate davor. Die bisherige Praxis, vom System bereits angenommene Meldungen in solchen Fällen sogar rückwirkend zu stornieren, ist aus Sicht des DJV nicht akzeptabel. Um Ansprüche zu sichern, unbedingt zeitnah nach der Veröffentlichung melden.

The screenshot shows the 'VG WORT' portal interface. At the top, the date '08.03.2010' is shown. The left sidebar contains a menu with categories like 'Anmeldung', 'Neu Registrieren', 'METIS (Texte im Internet)', 'Papierformulare', 'Stammdaten', 'Newsletter', and 'Teilnahmebedingungen'. The main content area is titled 'Neuregistrierung' and features a form with radio buttons for selecting the user type: 'Autor', 'Verlag / mit Printmedien', and 'Verlegen sonstiger Medien'. A 'Weiter' button is located at the bottom of the form.

Das neue Meldeportal T.O.M.

Fotos: Screenshot Ulf J. Froitzheim

* https://tom.vgwort.de/portal/registration/newregistration_init. ** <https://tom.vgwort>

Killer-Mails aus Afrika

Als Journalist flattert mir so einiges in mein E-Mail-Postfach. Gut, dass die Werbung für Aufbaupräparate und Penisverlängerungen im Spamfilter hängen bleibt. Doch leider wird auch so manch lukratives Angebot ausgesiebt.

Ich hätte ja gerne ebenfalls das Angebot wahrgenommen, das mein Freund Jupp per E-Mail erhalten hat: 40 metrische Tonnen afrikanische Eisenbahnschienen zum Schnäppchenpreis. Leider war ich zu spät dran, die E-Mail-Adresse war nicht mehr zu erreichen.

Manchmal mache ich mir Sorgen wegen meines effektiven Spamfilters. In den USA haben in letzter Zeit PC-Besitzer E-Mails erhalten, in denen ihnen ein sozial eingestellter Auftragsmörder mitteilt: „Einer Ihrer Freunde hat mich beauftragt, Sie zu töten. Ich beobachte Sie und glaube nicht, dass Sie getan haben, weswegen ich Sie töten soll.“ Und wenn ihm der Empfänger der E-Mail 10.000 Dollar zahlt, führt er seinen Auftrag nicht aus. Auch in Deutschland sollen solche E-Mails schon aufgetaucht sein! Was, wenn auch ich so eine Nachricht erhalten habe, die aber als Spam ausgefiltert wurde? Politiker oder Manager aus der Führungsetage großer Konzerne wüssten sofort, dass mit so einer Mail etwas nicht stimmt – die haben keine Freunde. Aber ich? Soll ich, wie die Amerikaner zur Polizei gehen? Was kann die schon machen? Die kann mich ja nicht 24 Stunden am Tag unter Aufsicht stellen.

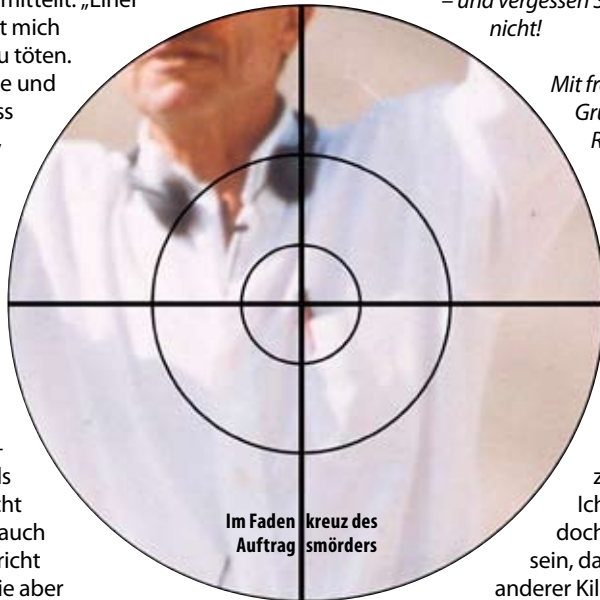
Also habe ich mich entschlossen, meine Spamfilter auszuschalten – und es kam, wie ich befürchtet hatte: „Ich bin beauftragt...“ Doch dank Wirtschaftskrise sowie nicht gerade fürstlicher Artikel- und Fotohonorare ist bei mir Ebbe in der Kasse. Also trete ich die Flucht nach vorne an:

„Lieber Herr Auftragsmörder, leider bin ich im Moment völlig pleite, weil ich mein letztes Geld in einen Deal mit 65 Tonnen Eisenbahnschienen aus dem Kongo investiert habe. Vielleicht können Sie mit Ihrem Vorhaben ja noch warten, bis ich die Gewinne aus dem Eisenbahn-Geschäft einstreiche?“

Alternativ hätte ich noch einen anderen, äußerst lukrativen Vorschlag für Sie: Ich stehe zur Zeit in Verhandlungen mit Mrs. Maryam Abacha aus Nigeria. Sie hat mich gebeten, das Vermögen ihres verstorbenen Mannes, General Sani Abacha, in Höhe von 746 Millionen US-Dollar auf ein Schweizer Nummernkonto zu transferieren. Als Lohn für meine Mühe erhalte ich zehn Prozent des transferierten Geldes.

Allerdings benötige ich zur Anbahnung dieses Geschäftes 3000 Euro, die ich aus oben genannten Gründen nicht habe. Ich wäre bereit, mit Ihnen halbe-halbe zu machen, wenn sie von Ihrer Absicht, absehen. Wenn Sie mich das nächste Mal beobachten, sprechen Sie mich doch einfach an. Das weitere Vorgehen können wir dann bei einem Stückchen Kuchen und einer Tasse Kaffee besprechen – und vergessen Sie die 3000 Euro nicht!

*Mit freundlichen Grüßen
Rainer Mersmann“*



Kumpel Jupp, aus dessen Geschäft mit den Eisenbahnschienen irgendwie nichts geworden ist, gab noch zu bedenken: Ich könnte mir doch nicht sicher sein, dass nicht ein anderer Killer engagiert würde, weil es beim ersten Mal nicht geklappt hat. Und dass das ein komischer Auftragskiller wäre, der seinen Auftrag nicht ausführt, weil das Opfer mehr zahlt. In jedem Handbuch für Auftragskiller wäre doch nachzulesen, dass ein Profikiller so etwas nicht macht, weil es dann keine Folgeaufträge mehr gibt.

Na ja, das erste Argument von Kumpel Jupp stellt kein Problem dar – mit den 37,3 Millionen Dollar aus dem Abacha-Geschäft kann ich noch einige Auftragsmörder auszahlen. Aber sein zweites gibt mir schon zu denken. Und in der „Ankh Morpork Times“ habe ich gelesen, dass die dortige Assassinen Gilde bereits rechtliche Schritte in Form von kostenpflichtigen Abmahnungen gegen die Versender dieser Killer-Mails eingeleitet hat.

Vielleicht sollte ich meine Spamfilter doch wieder einschalten: Was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß.

Rainer Mersmann

Gute Renditen Presseversorgung gibt weiterhin 4,8 Prozent Zinsen

Erst nachdem inzwischen alle großen und kleinen Lebensversicherer die Höhe ihrer Gewinnbeteiligung für 2010 bekannt gegeben haben, wird ersichtlich, wie gut das Versorgungswerk der Presse im Rennen liegt. Die Gesellschafter des Versorgungswerks aus den Journalisten-Organisationen, zu denen auch die norddeutschen DJV-Landesverbände zählen, hatten frühzeitig beschlossen, den Versicherern im dritten Jahr hintereinander eine laufende Verzinsung von 4,8 Prozent zu gewähren, zuzüglich eines Schlussüberschussanteils von 0,6 Prozent, in die ein Sockel der Bewertungsreserve von 0,2 Prozent eingerechnet ist. Schon kurz nach der Beschlussfassung hatte der Geschäftsführer des Presse-Versorgung, Dr. Gerhard Falk, davon gesprochen, mit dieser Verzinsung liege das Unternehmen „auch 2010 an der Spitze des Marktes“ – eine Aussage, die die Zahlen der anderen Versicherer inzwischen bestätigt haben. Weitere Informationen gibt es unter www.presseversorgung.de. Carsten Spöring

Datenbank für Freie „Wer nicht wirbt, stirbt“

Viele freie Journalisten verstehen ihr Handwerk, arbeiten professionell, aber es hapert mit der Selbstvermarktung. Der schleswig-holsteinische Landesverband hat daher auf seiner Homepage www.djvsh.de eine Datenbank eingerichtet, auf der Freie für sich werben und sich potentiellen Auftraggebern mit ihren jeweiligen journalistischen Angeboten und Fachgebieten vorstellen können. Denn nicht selten wird in der Geschäftsstelle – auch von überregional – nach freien Journalisten mit Spezialrichtungen gefragt, seien es Windkraft, Tierfotografie, Tourismus oder ähnliches.

Die Handhabung der Datenbank ist einfach: Klicken Sie unter „Freie Journalisten“ auf „Datenbank“ und dann auf „Eintrag“. Wenn Sie die entsprechenden Eintragungen vorgenommen haben, erhält die Geschäftsstelle eine Information und schaltet den Eintrag nach Prüfung frei. Diejenigen Kolleginnen und Kollegen, die bereits einen Eintrag vorgenommen haben, werden gebeten, diesen zu aktualisieren. Nutzen Sie insbesondere das Feld „Kurzbeschreibung“ und tragen dort Ihre Profilmomente wie Reportage, Bild, PR etc. ein. Tipp für potenzielle Auftraggeber: Eine Suchmaske erleichtert die Recherche nach den spezialisierten Journalisten. Beatrix Richter

Punkt, Punkt, Komma, Strich...

Auftaktveranstaltung des Arbeitskreises Gleichstellung

Einen Moment hält Chris Campe inne. Dann greift die Schnellzeichnerin zu einem gelben Marker, zieht entschlossen einige Linien auf Papier, hier noch ein paar Punkte, dort eine Schraffierung – und in wenigen Sekunden hat sie in ihrem Bildchen eine 15-minütige Debatte zusammengefasst. Das gezeichnete Stück Gebäck über dem Satz „Butterkuchen is enough“ bringt es auf den Punkt: Man sollte sich nicht ständig überfordern, es reicht auch mal der fertig gekaufte Geburtstagskuchen. Ums Burnout-Syndrom geht es bei dieser ersten Veranstaltung der neuen Leiterin des Arbeitskreises Gleichstellung und moderne Arbeitszeitmodelle Julia Doellken, zu der die Kolleginnen ins Novotel an der Lübecker Straße gekommen sind. Und um Work-Life-Balance, um einen gesunden Ausgleich also zwischen Job und Ehrenamt und Familie und all den anderen Baustellen. Auf dem Podium diskutieren Psychologin Christina Zimmermann und Journalistin und Buchautorin

Carola Kleinschmidt – vielen noch als Julia Doellkens Vorgängerin bekannt – mit den Frauen im Publikum, hören sich die Schwierigkeiten und Zweifel an, ermuntern und geben Tipps. Ob Ratlosigkeit herrscht oder es hitzig wird, alle paar Minuten hängt Chris Campe, die von einem Stehpult am Rand des Podiums aus die Veranstaltung verfolgt und illustriert, ein Piktogramm des aktuell behandelten Themenkomplexes an der Tafel hinter den Referentinnen auf. Alle gucken ganz neugierig, schmunzeln. Minutenlang hatte man über das so mächtig und komplex wirkende Problem geredet, unterschiedliche Aspekte beleuchtet – und nun sieht man da ein paar schlichte Striche, die aber genau die Lösungsbotschaft vermitteln. Von Chris Campe gezeichnet erscheinen all die großen und kleinen Widrigkeiten unseres Alltags plötzlich mit Leichtigkeit zu beheben zu sein, mit Gelassenheit zu lösen und mit Heiterkeit auszuhalten.

Renata Green



Christina Zimmermann, Carola Kleinschmidt, Julia Doellken und Chris Campe (v. l.) präsentieren ihre gezeichneten Favoriten

Frau.Macht.Medien 2010

Journalistinnen fordern echte Solidarität



Zwei Medienfrauen auf dem roten Sofa: Judith Rakers (l.) und Carmen Thomas

Der DJV-Journalistinnentag „Generation Emma, Generation m“ lockte etwa 130 Journalistinnen der unterschiedlichsten Medienbereiche aus ganz Deutschland nach Köln, um zu diskutieren, Erfahrungen auszutauschen und untereinander Kontakte zu knüpfen. Die Veranstaltung begann mit einer Diskussion, in der die ARD-Nachrichtensprecherin Judith Rakers und die ehemalige WDR-Journalistin Carmen Thomas ihre Karrieregenerationen verglichen. Unterschiedliche Situationen in ihrem Berufsleben gab es einige, jedoch auch immer noch Zustände, die sich ähnelten – obwohl dazwischen Jahrzehnte lagen. Echte Solidarität unter Frauen sei gefordert, nicht immer nur darüber reden, sagte Judith Rakers. Bereit zu sein, Hilfsbereitschaft gegenüber Kolleginnen zu zeigen, sei ein erster Schritt, jedoch nicht allzu sehr verbreitet. Carmen Thomas schlug vor, Gleichberechtigung zur

Pflicht zu machen, indem die Verfassung geändert würde. In insgesamt fünf Workshops, die sich u. a. mit dem (beruflichen) Nutzen der sozialen Netzwerke im Internet, der Crossmedia-Spezialisierung und der Selbstpräsentation beschäftigten, bekamen die Teilnehmerinnen viele praktische Tipps für ihren Arbeitsalltag. Zum „Fishbowl“-Talk am Sonntag saßen sich Marlies Hesse, Geschäftsführerin des Journalistinnenbundes, Annegret Witt-Barthel vom Hamburger Institut für berufliche Bildung, Tina Groll, Redakteurin bei Zeit-Online für Karriere und Chris Köver, Mitherausgeberin und -chefredakteurin des Missy Magazine gegenüber. Zudem blieben zwei Stühle für wechselnde Teilnehmerinnen aus dem Publikum frei, die sich aktiv mit Fragen, Anmerkungen und Anregungen an der Diskussion beteiligen wollten und es auch taten. Ein Ergebnis für die Teilnehmerinnen: Frauen sollten den Mut haben, sich gegenseitig zu unterstützen und Netzwerke zu bilden, anstatt auf die Schwächen der Mitstreiterinnen zu schießen. Am Ende verabschiedeten die Journalistinnen eine Resolution (im Internet unter <http://tiny.cc/nw3ww> zu finden), in der sie die unverzügliche Herstellung gleicher Arbeits-, Einkommens- und Karrierebedingungen für Frauen in den Medien forderten. Mit reichlich Motivation, vielen guten Ideen sowie echten und virtuellen Kontakten, neuen Freundschaften und mit der Bestätigung, dass Solidarität auch ohne lila Latzhosen möglich ist, endeten die zwei Tage in Köln.

Julia Doellken

In Gründung

Senioren-Club für Hamburg



Foto: Dana Anders

Ingrid Hilbrink engagiert sich seit Jahren im DJV

Liebe Kolleginnen und Kollegen, sind Sie auch schon über 65 Jahre jung und haben Sie Lust, noch viel Neues und Spannendes zu erleben? Dann sollten wir uns mal zusammen tun und uns überlegen, einen Senioren-Club zu gründen. Denn Senioren wollen ja auch noch viel verreisen und viele Veranstaltungen, Musicals, Konzerte, Theater und Kinos besuchen. Wer also wieder Zeit hat, möchte sich bitte bei mir melden; denn an Ideen wird es uns allen garantiert nicht mangeln.

Ingrid Hilbrink – eine engagierte Rentnerin.

Bitte Rückmeldungen per E-Mail an ihilbrink@aol.com oder an die DJV-Geschäftsstelle Hamburg per Fax: 040 / 36 97 10-22.

Schleswig-Holstein

Auslandskorrespondenten berichten

Bei „Journalisten fragen, Journalisten antworten“ erzählen Karin Storch und Gerd Helbig von ihrem Berufsweg, der die beiden erfahrenen Journalisten unter anderem als ZDF-Korrespondenten in alle Welt führte. Beide waren im Studio in Washington tätig und berichteten nach diversen weiteren Stationen zuletzt aus Tel Aviv über die Geschehnisse im Nahen Osten. Was sie erlebt haben, erzählen sie am Donnerstag, dem 29. April 2010, um 19.30 Uhr in der Provinzial, Sophienblatt 33, 24114 Kiel. Um Anmeldung wird bis Montag, 26. April 2010 gebeten: Telefon 0431/603-2805, Fax 0431/603-2343 oder E-Mail: guenther.jesumann@provinzial.de

Susann Wilke

Bremen

Streitgespräch zum Thema Urheberrecht im Netz

Das Internet ist heute für viele ganz selbstverständlich ein Selbstbedienungsladen zum Null-Tarif. Die Debatte um illegale Downloads, vehement geführt von der Film- und Musikindustrie, beschäftigt die europäischen Parlamente. Zeitungsverleger überlegen, wie sie nachträglich Abonnements für ihre Online-Auftritte einführen könnten. Fotografen und bildende Künstler klagen über den unkontrollierten Steinbruch im Netz. Nicht nur Schüler und Studenten, sondern auch einige Journalisten definieren die alte Faustregel neu: frisch geklaut, halb gepostet. Mit dem Thema Urheberrecht befassen sich viele, mehr oder weniger erfolgreich: Frankreichs Regierung, die ganz hart durchgreifen wollte, musste ihren ursprünglichen Gesetzesentwurf grundlegend überarbeiten. Schweden hat zwar zum 1. April 2009 ein Anti-Piraterie-Gesetz verabschiedet; die Provider des Landes haben daraufhin aber ihre Kundendaten gelöscht. Auf der britischen Insel Isle of Man wird hingegen eine gesetzlich geregelte Kultur-Flatrate erprobt. Das europäische Parlament debattiert heftig über mögliche gesamteuropäische Lösungen. Die Grünen möchten „eine Balance zwischen starken Rechten für Urheber und einem einfachen Zugang für Verbraucher herstellen“. Und die Piratenpartei kämpft für die Freiheit der Netzgemeinde. Sie will „im weltweiten Urheberrechtskrieg ein modernes, bildungs- und wissenschaftsfreundliches Urheberrecht einfördern“.

Unter dem Titel „Recht oder Restriktionen“ veranstaltet der DJV Bremen ein Streitgespräch zwischen Dr. Helga Trüpel, Grünen-Mitglied und Vizepräsidentin des Kulturausschusses des Europaparlaments und Jens Seipenbusch, Bundesvorsitzender der Piratenpartei. „Recht oder Restriktionen“ – am 23. April um 17 Uhr im Haus der Wissenschaft, Sandstr. 1, Bremen.

Libuse Cerna

Schleswig-Holstein

„Selbst-Wert. Preis-Wert. Markt-Wert“

Manchmal steckt erfolgstechnisch der Wurm drin: Man strotzt vor Ideen für Bilder und Stories, doch wem und wie biete ich sie an? Finanzberaterin und Journalistin Ute Regina Voß gab während des Seminars „Erfolgreich durch strategisches Selbstmarketing“ in der Sparkassenakademie Kiel Tipps zur eigenen Motivation und neuen Geschäftsideen. Immer mit dabei hat Voß ihr „Erfolgsbuch“, in dem sie sammelt, was für das Erreichen ihrer Ziele wichtig ist. Neben Adressen, Ideen und sinnigen Sprüchen könnte das auch eine Checkliste der eigenen Stärken, Werte und Ziele sein. Oder das eigene USP- Unique Selling Proposition (einzigartiger Verkaufsvorteil): Wo bin ich anders als andere und worin bin ich besonders gut? Bin ich Spezialist oder Generalist?

Zu Beginn fiel es schwer, die eigenen und vor allem die positiven Seiten aufzuzählen, doch wenn man ins Grübeln kommt und nach und nach alle Selbstzweifel beiseite lässt, gibt es viele Dinge, auch die alltäglichen, die einem jobtechnisch neue Wege aufzeigen könnten. Steckt in einer Mutter nicht auch eine Erziehungsexpertin oder im Kneipenbummler gar eine Spürnase für neue Trends?

Um seine Ideen auf den Markt zu bringen, braucht man zum einen Marketing, heißt laut Voß „Finde Wünsche und erfülle sie“, zum anderen Akquisition. Wer am Telefon Hemmungen hat, dem rät sie stehen zu bleiben, ein Glas Wasser bereit zu halten und sich die Frage zu stellen „Was kann schlimmstenfalls passieren?“ oder sich zu sagen „Wenn das nicht klappt, klappt was anderes!“.



Ute Regina Voß gab Tipps zum strategischen Selbstmarketing

Auch die Präsentation des eigenen Unternehmens und das äußere Erscheinungsbild spielen eine wichtige Rolle: Neben Logo, Visitenkarte, Homepage, Handtasche sollten Sprache, Benimm, Auto und Outfit professionell wirken. „Selbst-Wert. Preis-Wert. Markt-Wert“ lautete ein weiteres Voß-Kapitel und umfasste die Berechnung von Honoraren: Die Expertin rechnet pauschal für Selbstständige das Nettogehalt mal drei. Man sollte seine produktiven Tage errechnen und darüber zum Tages- und Stundensatz kommen. Und neben dem Erfolgsbuch kann ein Sparingspartner helfen, sich regelmäßig auszutauschen und zu überprüfen, welche Ziele man sich gesteckt, was man bereits erreicht oder was einen daran gehindert hat.

Nähere Infos: www.frau-und-vermoegen.de

Karina Dreyer

Schleswig-Holstein

Aus Überzeugung frei – erfolgreich frei

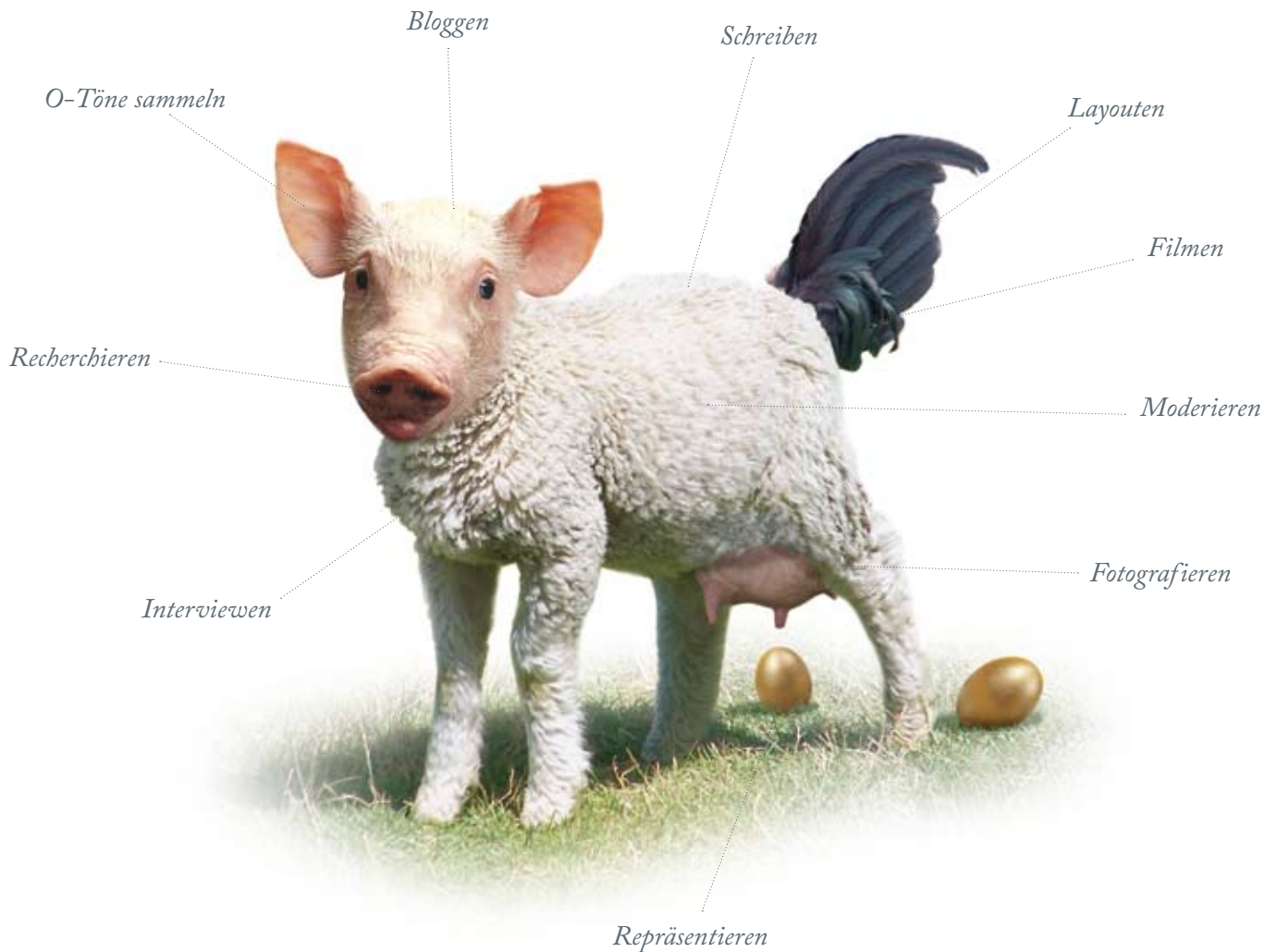


Am 6. Februar stand der Berliner Journalist und Politologe Thomas Franke jungen Kollegen aus Schleswig-Holstein bei einem Kamingespräch Rede und Antwort. Als etablierter Autor für DeutschlandRadio, BBC, Deutsche Welle und alle ARD-Anstalten gab er Tipps für das Bestehen in der Selbstständigkeit. „Biete nur an, was du auch kannst“, lautete sein wichtigster Ratschlag für Neulinge. Übungszeiten müssten einkalkuliert werden, sollten aber auf keinen Fall beim Auftraggeber erfolgen. Kontakte sind wichtig, und wer bereits bei anderen Medien

veröffentlicht wurde, ist für neue Auftraggeber interessanter. So ließen sich auch lokal erschienene Themen noch überregional vermarkten. Wichtig sei dabei, Themen anzubieten, die nicht schon fest besetzt sind. „Die Wahlen in Georgien wurden von den Sendern selbst begleitet. Punkten konnte Freie nur mit Hintergrund- und Spezialthemen“, gab Franke ein Beispiel, zu dessen Schwerpunkten unter anderem Osteuropa, der Balkan sowie die Menschenrechte zählen. Tipp für den Hörfunknachwuchs: Immer zuerst bei den großen Sendern der ARD anbieten. Deren höhere Honorare bilden auch die Basis für die Weiterverwertung bei den kleineren ARD-Sendeanstalten. Grundsätzlich gilt: Verkaufe dich nie unter Wert und sage gegebenenfalls auch mal nein. „Das bringt Respekt. Ich wurde später oft mit einem noch höheren Honorar wieder engagiert“, so Franke. Seine Erfahrung zeigt außerdem: Nichts lässt sich erzwingen, und man sollte immer offen für Neues sein.

Beatrix Richter

Journalisten müssen alles können!?



Von Journalisten wird viel verlangt. Aber alles gleichzeitig? Profis sind vielseitig, oft wahre Tausendsassas. Sie sind allerdings dann am allerbesten, wenn sie sich nicht verzetteln müssen. Der Deutsche Journalisten-Verband unterstützt seine Mitglieder bei allen Fragen rund um ihren Beruf. Mehr Informationen finden Sie auf den [Internetseiten unserer Landesverbände](#).



Deutscher Journalisten-Verband
LANDESVERBAND HAMBURG E.V.
Rödingsmarkt 52 | 20459 Hamburg
Tel.: 040 - 36 97 10 0
Fax: 040 - 36 97 1022
info@djv-hamburg.de
www.djv-hamburg.de

Deutscher Journalisten-Verband
LANDESVERBAND BREMEN E.V.
Sögestraße 72 | 28195 Bremen
Tel.: 0421 - 32 54 50
Fax: 0421 - 33 78 120
info@djv-bremen.de
www.djv-bremen.de

Deutscher Journalisten-Verband
LANDESVERBAND SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V.
Andreas-Gayk-Straße 7-11 | 24103 Kiel
Tel.: 0431 - 95 88 6
Fax: 0431 - 95 88 3
kontakt@djv-sh.de
www.djv-sh.de