

WDR – Tarifrunde 2011**Ein Angebot, das keines ist!**

Es war klar, dass diese Tarifrunde schwierig wird. Und tatsächlich: Das erste Angebot vom WDR blieb weit hinter allen Erwartungen zurück.

Fünf Prozent mehr für Feste und Freie mit einer deutlichen sozialen Komponente für die Freien – so lautete die Forderung der drei Gewerkschaften am Tisch (ver.di, DJV, DOV). Damit zeigen sich die Festen sehr solidarisch mit den Freien. Das erste Angebot von WDR-Verwaltungsdirektor Färber sah allerdings ganz anders aus: Zweimal 1,8 Prozent auf eine Laufzeit von 24 Monate. Damit blieb er sogar hinter den aktuellen Angeboten von ZDF und SWR zurück und auch hinter dem Abschluss für den öffentlichen Dienst der Länder. Traditionell beziehen sich die Rundfunkanstalten gerne auf diesen Abschluss, um sich daran zu orientieren. Die Rahmenbedingungen sind zwar nicht wirklich vergleichbar. Dennoch – sagen Tarif-Experten – entspreche

der Länder-Abschluss in etwa 5 Prozent auf zwei Jahre. Davon ist der WDR mit seinem ersten Angebot noch meilenweit entfernt. Es liegt sogar unter der Inflationsrate und würde zu Reallohnverlusten führen.

Wir Freien waren übrigens das Hauptthema bei der ersten Runde der Tarifverhandlungen, was ziemlich ungewöhnlich ist. Hans W. Färber zeigte sich verärgert darüber, dass die Gespräche im Rahmen der „Kommission Freie“ so schleppend verliefen. Aus Sicht der Freienvertreter hat das allerdings einen klaren Grund: Bislang sind die Gespräche vor allem ein reines Spar- und Streichkonzert. So will der WDR zum Beispiel Pauschalen durchsetzen, die es im Honorarrahmen nicht gibt

oder die Reisekosten weiter reduzieren. Doch so waren diese Gespräche am Rande von Tarifverhandlungen aus unserer Sicht nicht gedacht. Sinn sollte eigentlich sein, dass beide Seiten Themen einbringen werden, bei denen es in der Praxis Schwierigkeiten gibt.

Erst nach diesem Vorspiel brachten wir unsere Vorstellungen von der sozialen Komponente für Freie ein. Denn seit Jahren kommt bei vielen Freien keine Tarifierhöhung an, weil die linearen erzielten Prozente nur auf die Mindesthonorare draufgesattelt werden und nicht auf die Effektivhonorare. Deshalb haben wir folgende Forderung aufgestellt: Ein Prozent der Honorarsumme geht als jährliche Sonderzahlung an alle 12a Freien – also alle Freien, die beim WDR ihren Urlaubsantrag gestellt und genehmigt bekommen haben. Das würde für die rd. 1.880 festen Freien beim WDR immerhin eine erkleckliche Einmalzahlung bedeuten und zwar in beiden Jahren der Laufzeit. Diese Forderung hat der Sender deutlich zurückgewiesen. Freie Mitarbeiter sind das dem Sender offenbar nicht wert.

Die nächste Tarifverhandlung steht am 16. Mai an – mal sehen, was dann kommt....

Anja Arp

Kommentar**Kuchen wird kleiner – und nun??**

Man stelle sich vor: Für den nächsten Kindergeburtstag hat Muttern wieder Kuchen gebacken. Diesen leckeren – den Lieblingskuchen von fast allen Gästen. Aber es war dünner, sie hatte nicht genug Eier für den Teig. Und dann fängt das Gequake wieder an: „Ich hatte beim letzten Mal drei Stücke, die will ich jetzt auch.“ „Ich auch“ – „Ich aber auch.“ Und so weiter, und so fort – jedes Mädchen, jeder Junge kämpft um seine Stückzahl. Und am Ende hat jeder wieder seine drei Stücke gekriegt. Nun, wie das geht? Ganz einfach, Muttern hat einfach mehr Stücke aus dem kleineren Kuchen geschritten. Dass jetzt jeder drei Mal den Teller hoch gehalten hat, zwischendurch zimal gebrüllt hat und trotzdem weniger gegessen hat, das macht Muttern nicht wirklich was aus.

Blödes Beispiel, ich gebe es gerne zu. Und doch, es ist was dran. Gerade wird die Kuchenmasse beim Sender kräftig reduziert, der Kuchen, den es zu verteilen gilt, reduziert sich. Wenn jeder pro Stück soviel verdienen

will wie zuvor, dann gibt es künftig weniger Stücke. Das ist aber nicht im Sinne des Senders, denn der muss mit dem Kuchenteig die gleichen Formen füllen wie zuvor – nämlich das Radio- und Fernsehprogramm. Und

da hakt das Beispiel. In seinem Interesse nämlich ist es, die Stücke dünner zu machen, um die Form zu füllen. Nur satt machen sie nicht. Irgendwann lohnt dann der Weg in die Küche nicht mehr. Auf jeden Fall sollte jeder wissen: Wenn die Stücke schon dünner werden, dann sollte nicht jeder noch die gleiche Stückzahl vernaschen wollen. Lieber den Teig in der Mitte konzentrieren, soll doch der WDR selbst die flachen Programmekken füllen. Denn wer einmal kräftig zubeißt, hat mehr vom Apfel (ach nein, dass war eine andere Werbung).

Also: Wehrt Euch gegen die kleinen Happen (gemeinsam und organisiert), damit sich die Stunden wenigstens lohnen. Den Rest der Zeit kann man besser damit verbringen, einen anderen Geburtstag zu besuchen, wo es auch etwas zum Naschen gibt. psch

Alternativen finden

Den journalistischen Berufen geht es finanziell immer mehr an den Kragen. Da wird einerseits vom berühmten Qualitätsjournalismus schwadroniert, doch andererseits wird gesparrt an allen Ecken und Enden. Während andernorts wieder die Löhne und Gehälter steigen, sollen sich Freie seit Jahren mit Reallohn-Verzicht zufrieden geben. Alternativen sind notwendig und bald für viele überlebensnotwendig. Denn die Arbeit muss schon satt machen. Darum hat der Freibrief mal einen Blick über den journalistischen Tellerrand gewagt.

Moderation: Natürliche Autorität wäre nicht schlecht

Sie sind nichts anderes als „Gesprächelenker“ – Moderatoren und Moderatorinnen, sitzen eben nicht nur hinter dem Mikro im Aufnahmestudio, sondern gerne auch auf einem Podium. Ob die Kirche nun eine Diskussion organisiert, politische Parteien, Interessengruppen, sie alle wollen, dass irgendwer die Diskussion organisiert.

Gerne setzt man sich dann Journalisten mit aufs Podium. Doch – auch das muss zugegeben werden – nicht jeder Journalist, jede Journalistin kann ansprechend moderieren. Denn ist schon etwas anderes, ob man recherchiert und sich intensiv mit einem Gesprächspartner beschäftigt. Oder ob auf dem Podium sich die Streithähne gegenseitig angiften. Und irgendwann merkt dann auch das Publikum: Da ist jemand überfordert, meist der Moderator. Diese Peinlichkeit sollte man sich ersparen.

Ein paar Dinge, die kann man sich schon vorab merken. Moderieren, das heißt auch, neutral sein. Wortbeiträge werden nicht kommentiert, Partei wird ebenfalls nicht ergriffen, und jeder kommt zu Wort. Fragen dagegen ist nicht nur erlaubt, sondern erwünscht – und professionelle Moderatoren schaffen es immer, so freundlich und intensiv nachzuhaken, bis auch Drückeberger die Fragen beantwortet haben. Insofern braucht ein Moderator

- ein gehöriges Maß an Sachlichkeit
- möglichst profunde Sachkenntnis zum moderierten Thema (da ist der recherchierende Journalist im Vorteil, Recherche gehört zur Moderation dazu)
- ein ausgeglichenes Temperament und vor allen Dingen echten Charme, mit dem liebevoll und entschieden nachgefragt werden kann.

Ins Feld der Moderation kann man sich reinarbeiten – am besten klassisch „von unten“. Vor Ort, wenn man gefragt wird – eben von der Kirche, dem Tierschutzverein, dem Kinderschutzbund. Und man kann sich in Themen einarbeiten, die dann auf überregional interessanten Veranstaltungen diskutiert wer-

den. Dann wird pro Diskussion schon mal ein Betrag irgendwo zwischen 500 und 1.000 Euro fällig, wenn man nicht aus Neigungsgründen den Sozialtarif zulässt. Und die Promis verdienen richtig gut, hat das Medienmagazin Zapp recherchiert: Gebucht wird über Agenturen – und die verlangen für eine Moderation oder einen Vortrag von Petra Gerster: ca. 14.000 Euro; für Tom Buhrow berechnen sie ca. 20.000 Euro; die gleiche Summe für Claus Kleber; Anja Kohl kommt angeblich für ca. 6.500 Euro; Peter Hahne für ca. 10.000 Euro. Aber bis dahin ist es ein weiter Weg

Öffentlichkeitsarbeit: Kommunikator, damit die Journalisten billiger arbeiten können

Journalisten arbeiten nicht für Unternehmen, ergreifen keine Partei, lassen sich nur von den guten Verlagen und Sendern bezahlen, spüren engagiert die Skandale der großen und kleinen Bosse auf. So wäre es nach dem reinen Journalistenethos richtig – aber das funktioniert heute leider kaum mehr. Verlässt man sich auf das Zeilengeld der Verlage, kommt selbst Schmalhans kaum mehr in die Küche.

Und die Honorare der öffentlich-rechtlichen Sender fließen auch immer schlechter (wir berichten ständig), da muss mensch schon nach Alternativen suchen. Und die finden sich gerne im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Denn auch dort wird journalistische Dienstleistung verlangt, ganz klassisch bei der Formulierung von Pressinformationen und -mappen, bei der Betreuung von firmeneigenen Internetseiten.

Heute gehen die Tätigkeiten weit über diese klassischen Felder hinaus. Die einen füllen Facebook-Seiten, die anderen twittern, organisieren das Intranet, formulieren Briefe für die Leitung, verhandeln mit Medien über Anzeigentarife. Nicht alles ist journalistisch, nicht alles das, was man PR-Journalismus nennt. Eher so eine Art Hans-Dampf-in-allen-Gassen bei den kleinen und mittelständischen Unternehmungen, die großen leisten sich eher schon eine spezialisierte Abteilung, wo man dann auch weiterhin in Worten schwelgen darf.

Aber schaut mensch sich um, ist festzustellen: Öffentlichkeitsarbeit ist vielseitig – und immer mehr Journalisten sind aktiv in diesem Metier. Alles andere ist Wunschtraum, Freie haben aber nicht so viel Zeit, solchen Träumen nachzuhängen.

Eines ist aber auch festzustellen: Der Weg in die erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit ist nicht mal eben gegangen. Die Unternehmen suchen Menschen, die nicht nur professionell arbeiten, sie sollen auch noch vertrauenswürdig sein. Und dies festzustellen, dass dauert oftmals. Entsprechend lange kann es denn auch dauern, bis die ersten Jobs akquiriert sind.

Wenn man die Chance hat, dann kann man durchaus auskömmliche Honorare erzielen. Ein Tagessatz sollte nicht unter 400 Euro liegen, professionelle PR-Berater nehmen auch locker vierstellige Summen. Was zeigt: In dem Metier ist auf allen Ebenen noch Geld zu verdienen. Auch wenn hier – aufgrund der Honorarmisere im Journalismus – die Zahl der Anbieter steigt, so bleibt derzeit immer noch genug vom Kuchen, zumindest für die, die sich auf dem Markt etablieren können.

Event-Organisation: Netzwerkünstler mit Spaß an der Organisation

Wer recherchieren kann, kann auch organisieren – na ja, vielleicht nicht immer, aber dass Journalismus durchaus etwas mit Organisation zu tun haben kann, das stimmt schon. Denn auch bei einer Event-Organisation muss man auf neue Anforderungen schnell Lösungen finden, recherchieren, wer denn bitteschön den Ochsen am Spieß grillen kann und vieles mehr.

Wär' doch gelacht, wenn nicht auch dies ein Arbeitsfeld für arbeitsfindende Journalisten und Journalistinnen wäre. Kann es auch sein, aber dazu gehört eine durchaus längere Einarbeitungszeit. Denn letztlich muss man auch zugeben, dass die Organisation von Märkten und Veranstaltungen zwar keine Hexerei ist, aber dass dazu doch ein gehöriges Maß an Kenntnissen gehört. Dazu zählt das Wissen über die gesetzlichen Vorschriften (Ab wieviel Besucher müssen wie viele Rot-Kreuz-Sanitäter dabei sein? Welche Genehmigungen braucht es denn so??). Gefragt ist oftmals die schnelle Lösung für organisatorische Fragen (wo bitteschön finden sich mal eben zehn Toilettenwagen?). Wer dann immer von vorne beginnt, handelt sich kräftige Kopfschmerzen ein. Da lohnt es sich, zunächst einmal ein enges Netzwerk zu knüpfen von Experten, die mal eben eine Beschallungsanlage aufbauen können oder sich mit Verkehrsleitung auskennen.

Kurz gesagt: Event-Organisation ist schon eine ganz eigene Tätigkeit, da kommt man mit reinem Journalismus nicht wirklich weit.

Finanziell ist dies sicherlich eine attraktive Branche – da aber gänzlich unterschiedliche Tätigkeiten abgefragt werden, fangen die Honorare für die Organisatoren vielleicht bei 500 Euro pro Tag, doch nach oben kann es ziemlich weit gehen.

Filme für Firmen: Bewegte Bilder immer öfter auch fürs Internet

Hier tut sich wohl ein wachsender Markt auf. Denn bewegte Bilder sind Zukunft, im Internet erst recht – Youtube beweist dies. Immer mehr Unternehmen präsentieren kleine oder größere Imagefilme im Netz, Handbücher werden durch filmische Sequenzen angereichert, selbst das Messe-TV füllt die Bildschirmformate der Computer-Sichtschneiben.

Und nah am Journalismus und der klassischen Medientätigkeit ist dies allemal, es braucht nur einen guten Kameramann (oder -frau), da sich die meisten Firmen nicht mit Wackeldrehs abspeisen lassen. Der Anspruch an die professionelle Bearbeitung ist mittlerweile höher als bei größeren Teilen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Gerne sind hier auch noch Aufnahmeteams gesehen, allerdings mit den kleineren Digitalkameras. Gefragt ist auch neben der professionellen redaktionellen und filmischen Arbeit auch die effiziente und schnelle Filmbearbeitung.

Die Tagessätze sind durchaus aukömmlichen – zumindest die Zahlen, die größere Produktionsfirmen den Unternehmen mitteilen. Danach wird die Recherche in der Regel mit

Tagessätzen verrechnet und ist sehr davon abhängig, wie viele Informationen bereits vorliegen (Tagessätze ca. 300 bis 500 Euro).

Die Kosten für die Idee und die Drehbuchentwicklung sind ein sehr variabler Faktor. Der Tagessatz eines Autors liegt in der Regel zwischen 400 und 1.000 Euro pro Tag, damit ist allerdings nur der Arbeitsaufwand für die Konzeption abgegolten. Da es sich bei der Entwicklung eines Filmkonzeptes aber natürlich vor allem um eine kreative Leistung handelt, kommt in der Regel noch ein „BuyOut“ für die Rechte an der Idee dazu. Insgesamt liegen die Kosten für die Konzeption eines Unternehmensfilms irgendwo zwischen 500 Euro bei einem einfachen Produktfilm bis hin zu 10.000 Euro bei einem aufwändigen Imagefilm. Und dann geht es weiter mit der Erstellung des Drehplans, die Organisation, die Kosten für die Dreharbeiten – die Tagessätze beginnen günstigstenfalls bei 250 Euro und steigen beispielsweise bei der Erstellung des Drehplans auf 1.000 Euro, die Drehteams kosten je Tag bis zu 1.500 Euro (dann aber mit allem technischen PiPaPo) ...

Marktlücken: Es gibt noch mehr für findige Lebenskünstler

Freie Journalisten waren schon immer Nischenhüpfer. In ihrer Marktnische haben sie sich etabliert, da haben sie den Markt erobert und ihr hoffentlich vernünftiges Einkommen verdient. Geübte Nischenhüpfer finden auch in anderen Tätigkeitsfeldern ihre Nischen – und meist ist die Nische nur darum gut, weil sie nicht von vielen ausgefüllt werden kann.

Darum – genau darum – gibt es noch zahllose weitere Tätigkeitsfelder für die, die sie suchen. Ganz profan als Verleger vielleicht, als Anzeigen- und Werbetexter, als Berater, Coach und so weiter und so fort. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist nur, dass diese Kreativität frei wird, dass Freiberufler sich umtun. Denn wie hat es ein Kollege, eine Kollegin kürzlich formuliert: „Man hat den Eindruck, als wollten uns die Verlage und Sender klein kriegen.“ Man mag beklagen, dass dies durchaus kurz gedacht ist von den Medienschaffenden der Republik, doch davon kommt das nächste Brötchen nicht auf den Tisch. Letztlich sind Freiberufler die modernen Tagelöhner, und für die gibt es kaum Sicherheit. Und weil Kreativität so spannend ist, ist auch die Suche nach neuen Tätigkeitsfeldern aufregend und hoffentlich gewinnbringend.

Das wünscht Peter Schmidt, der nebenbei eine Landwirtschaft betreibt, zum Ausgleich und weil es auch mal satt machen kann. psch

Neues vom Finanzamt

Neues Formular – damit sich die Verwirrung lohnt

Jetzt hat man sich so schön an die Einnahme-Überschuss-Rechnungs-Formulare des Finanzamtes gewöhnt. Das war schon damals nicht unbedingt ein Beitrag zur Transparenz – aber diese Klage ist nicht wirklich neu.

Neu ist, dass jetzt irgendjemand gemeint hat, wieder das Rad neu zu erfinden. Das Formular EÜR gibt es noch, doch es ist für die Steuererklärung 2010 drastisch geändert worden. Mensch kann sich fragen: Musste das sein? Doch es hilft alles nichts, da müssen die Freien durch. Wer es sich etwas einfacher machen will, der klickt auf www.mediafon.net.

Dort wird das Thema unter News ausführlich behandelt – mit einer umfassenden Auflistung, welche Zeile denn nun welchen Zweck erfüllt. Jetzt genügt der Verweis auf die kollegiale Internetseite – und wir haben Platz für andere News. Für den Freibrief ein Glück, noch 2005 haben wir das Formular selbst umfassend erläutert.

Also: unbedingt reinschauen unter www.mediafon.net

Neu erschienen

Der Ratgeber Selbstständige – abgespeckt und übersichtlich

Der Ratgeber Selbstständige hieß früher Ratgeber Freie, hatte zuletzt an die 480 Druckseiten vollgestopft mit Infos für Freie aller künstlerischen Gattungen. Sauber recherchiert war er jahrelang das Standardwerk. Heute geschrieben wäre er noch dicker geworden.

Darum hat sich Autor Goetz Buchholz entschieden, eine abgespeckte Version zusammenzustellen. Die ist immer noch rund 220 Seiten stark und beantwortet die grundlegenden Fragen zum selbstständigen Dasein in der Kreativ-Branche. Vom Start in die Tätigkeit über urheberrechtliche Fragen bis hin zu Steuer- und Versicherungsthemen ist all das dabei, was nicht wirklich Spaß macht, aber notwendig ist.

Der Ratgeber ist so aufgebaut, dass es künftig für die Käufer des Buches ergänzende und aktualisierte Informationen immer wieder

online geben wird (allerdings nur für die, die eine Ausgabe des Buches vor sich liegen haben und so die Zugangsfrage beantworten können). Insofern ist dieser Ratgeber weiterhin ein unerschöpflicher Wissensquell für all die, die professionell arbeiten und davon leben wollen.

Kosten (jeweils plus Versand):
für Nichtmitglieder: 20 Euro
für verdi-Mitglieder: 5 Euro

Bestellung besonders einfach per Internet: www.mediafon.net (Rubrik „Der Ratgeber“)

Hilfen zur (Um-)Orientierung

Öffentliche Hilfe für Suchende, Wissensdurstige etc.

Für Freiberuflerinnen und -berufler kostet Bildung gleich doppelt – denn während der Zeit kann auch kein Einkommen herbeigeschafft werden. Wir haben die Förderprogramme durchgeforstet und nachgeschaut, wo Freie denn auch berücksichtigt werden.

Hier ein Überblick über die wichtigsten Förderungen – ein wenig sortiert für eilige LeserInnen:

Schwerpunkt Bildung:

● Prämiengutschein

Zielgruppe: Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit kleineren Einkommen – auch Selbstständige, BerufsrückkehrerInnen und Menschen in Elternzeit wie auch mitarbeitende Familienangehörige

Inhalt: Förderung einer Qualifizierung – z.B. Computerkurse, Sprachkenntnisse. Die Antragsteller erhalten einen Prämiengutschein. Förderquote: 50 Prozent, maximal 500 Euro Fördervoraussetzung: zu versteuerndes Einkommen bis 25.600 Euro (Alleinstehende) bzw. 51.200 Euro (gemeinsam veranlagte Paare), vorherige kostenlose Beratung, Anmeldung erst nach Ausgabe des Gutscheins www.bildungspraemie.info

Schwerpunkt Gründung:

● Gründer-Coaching

Zielgruppe: junge Unternehmen
Inhalt: Coaching der jungen Unternehmen durch einen persönlichen Berater
Förderquote: bis zu 90 Prozent des Beratungshonorars (Tagessatz max. 800 Euro)
Fördervoraussetzung: Berater muss von der Kreditanstalt für Wiederaufbau anerkannt sein, Unternehmen nicht älter als 5 Jahre
Besonderheit: Gründung aus der Arbeits-

losigkeit – 90 Prozent Förderung, sonstige Gründung – 50 Prozent Förderung www.kfw.de

● Beratungsprogramm Wirtschaft

Zielgruppe: Existenzgründer VOR der Gründung
Inhalt: Vorfeld-Beratung, Unterstützung bei der Erstellung eines Businessplans oder Informationen zu Fördermitteln und -krediten
Förderquote: 50 Prozent der Beratungskosten, max. 400 Euro / Tag
Fördervoraussetzung: Beratungsgespräch
Besonderheiten: einige Sonderfälle, die zur Erhöhung der Förderquote führen können www.nrwbank.de (Portal für Mittelstand und Existenzgründer)

Für alle Unternehmen

● zinsgünstige Kredite

Zielgruppe: Unternehmen, Gründungen, Freie Berufe
Inhalt: zinsgünstige Kredite der NRW.Bank, der Kreditanstalt für Wiederaufbau oder auch kofinanziert über die Europäische Union
Fördervoraussetzung: individuell – Beratung bitte in Anspruch nehmen

● ZIM – Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand

Zielgruppe: kleine und mittlere Unternehmen, Handwerk, Freie Berufe
Inhalt: Stärkung der Innovationskraft und

Wettbewerbsfähigkeit, Wachstumsförderung
Förderquote: üblicherweise ab 50 Prozent
Fördervoraussetzung: differenziert – s. Besonderheiten

Besonderheiten: Das ZIM als Basisprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie für die marktorientierte Technologieförderung der innovativen mittelständischen Wirtschaft in Deutschland fördert einzelne Unternehmen, Verbände und Netzwerke in vielseitiger Form – bitte Beratung in Anspruch nehmen.
www.zim-bmwi.de

Beratungen gibt es meist bei der örtlichen, kreisangehörigen oder städtischen Wirtschaftsförderung.

Freienberatung

Fragen zu Urheberrecht, Honoraren, Einstiegs- und Versicherungsfragen - und all das, was sich an Problematiken rund um den Freien Journalismus rankt? Egal, ob Hörfunk, TV, Print, Internet oder PR - alle Fragen sind erlaubt. **ver.di** bietet seinen Mitgliedern eine persönliche Beratung an. Kontaktaufnahme bitte über den Landesfachbereich Medien unter T: (02 11) 6 18 24-332.

Die **Technik-Beratung** wird ebenfalls vom Landesfachbereich Medien organisiert. Anmeldung auch unter (02 11) 6 18 24-332 – hier werden die Termine individuell mit den Beratern abgestimmt.

Eine weitere Anlaufstelle für Freiberufler ist das Beratungsnetzwerk mediafon:

www.mediafon.net/index.php3

Neben persönlicher Beratung, die nur **für Mitglieder der Gewerkschaft ver.di kostenlos** ist, sind auf der Internetseite viele Informationen zu finden. Auf der Website ist auch eine Übersicht über alle Änderungen, die sich gegenüber im **Ratgeber Freie** der letzten Druckauflage (Stand: 1.4.2002) ergeben haben

Alle NRW-ver.di-Mitglieder, die – teilweise oder komplett – als SchauspielerInnen, SängerInnen, MusikerInnen, TänzerInnen, AutorInnen, BildhauerInnen, MalerInnen Fragen zu ihrem künstlerischen Bereich (und nur zu dem!) und zu aller damit zusammenhängenden Bürokratie, erhalten bei Stefan Kunz eine Gratis-Beratung. Bitte statt auf einen Rückruf zu warten, lieber nach Anrufbeantworterkontakt noch einmal selbst anrufen! Mitgliedsnummer bereithalten. Telefon: (0 22 02) 70 88 70

Impressum:

Der „Freibrief“ ist eine Zeitschrift für freiberufliche Mitglieder der ver.di, Fachgruppe Medien – in NRW. Er ist online verfügbar unter www.freienseiten.de sowie über die Internet-Präsenz der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di unter www.dju-nrw.verdi.de/freelancer. Außerdem steht eine Druckauflage für den Postversand (Preis: 1,50 Euro/Stück) zur Verfügung. Abo-Anfragen bitte an Jutta Klebon (v.i.S.d.P.), c/o ver.di Landesbezirk NRW, Fachbereich Medien, Kunst und Industrie, Karlstr. 123-127, 40210 Düsseldorf, T: (02 11) 6 18 24-332, F: (02 11) 6 18 24-468, E-Mail: jutta.klebon@verdi.de

Satz: CE Grafik Design, Carsten Engels, Gummersbach, Telefon: (0 22 61) 2 99 66

Redaktion: Journalistenbüro profil, Peter Schmidt, Bismarckstr. 1, 51643 Gummersbach, T: (0 22 61) 92 62 10, E-Mail: psch-profil@t-online.de

Wir freuen uns immer neu über Anregungen, Beiträge und Terminhinweise. Schließlich ist der Freibrief von Freien für Freie gemacht.