

Werkstatt Freier Journalismus

Was bedeutet es, Freelancer zu sein?

Freie erledigen andere Arbeiten als Redaktoren.

- Sehr wenige Sitzungen
- Keine Redigierarbeiten
- Kein Instant-Journalismus
- Dafür kaum Einfluss auf Themensetzung.
- Unter Umständen weniger Ansehen.

Freie arbeiten unter anderen Rahmenbedingungen.

- Arbeitszeiten, Urlaub sind nicht geregelt
- Einkommen ist nicht fix. Siehe Honorare (S. 5),
- Im Team oder einzeln? Im Home Office oder in der Bürogemeinschaft?
Jede Variante hat Vor- und Nachteile, die man persönlich abwägen muss.

Zusammenarbeit mit Redaktionen

- Wie findet man Themen? (S. 2) Wie nimmt man Kontakt auf? Wie bietet man Themen an?
Exposé (Praxis 5)
- Checkliste freies Arbeiten (S. 3)

Wie finde ich Themen?

- Zeitungslektüre, elektronische Medien, Internet, Social Media – auch ausländische Titel, Seiten, Formate.
 - Zwischen den Zeilen lesen, neugierig bleiben, verborgene Schätze suchen (die Neugier steigt, wenn sie mit Gefühlen verbunden ist)
- TV auf Geschichten abklopfen, über die man mehr wissen möchte, neue Sendetitel
- Amtliche Publikationen (Amtsblatt, Lokalzeitungen, Vereins- und Jahresberichte)
- Spezialgebiete pflegen – mindestens 1 Gebiet, auf dem man sich richtig gut auskennt
- Fachpublikationen lesen – RSS-Feeds, Newsletter, SoMe, Podcasts, Youtube-Channels
- Leserbriefe und Kommentare studieren – was bewegt die Leser?
- Historischer Tag oder Jubiläum – Achtung: das Thema sollte einen selbst interessieren
- Offizielle Anlässe – nach der anderen Geschichte suchen, neben den Fakten auch das Umfeld mitrecherchieren
- Konferenzen, Kongresse, Fachtagungen, Messen besuchen – mehrere Themen recherchieren, Kontakte knüpfen
- Social-Media-Plattformen (Facebook etc.) nicht nur als Plauder- und Selbstdarstellungsräume verstehen, sondern auch als potenzielle Quelle (Ticker) für Themen
- Geschichten weiterziehen, Vorhandene Themen aus anderer Perspektive beleuchten
 - Statt auf Newswerte auf die am Vorgang beteiligten Personen achten: Gibt es jemanden, dessen Handlungen oder Erlebnisse so erzählt werden können, dass die Leser mit den Tatsachen auch die Umstände und Beweggründe verstehen können?
 - Kann ich irgendwo dabei sein, bei einem Festakt, einer Begehung, einem Treffen, einem Prozess, einer Beerdigung?
 - In Kontakt bleiben mit Quellen und Protagonisten von „alten“ Geschichten. Sie können immer wieder nützlich und hilfreich sein.
- Augen und Ohren offen halten (im Tram, unterwegs, im Gespräch mit Freunden, Kollegen...)
- Nachrichtenwerte beachten: Aktualität (Primeur?), Relevanz, Exklusivität, Nähe, Prominenz, Unterhaltungswert
- Geduld haben. Nicht jedes Thema/jede Idee kann/muss sofort irgendwo vorgeschlagen werden. Manchmal muss man auf den richtigen Moment warten, um es (wieder) zu probieren.
- **Vom Leser aus denken!** Themenidee einem Freund, einer Kollegin vortragen: in wenigen Sätzen, den Kern der Geschichte erzählen, aufs eigene Gefühl vertrauen: das, was einen selbst interessiert, interessiert oft auch andere.

Checkliste Freies Arbeiten – der Freelancer als Dienstleister

Fragen zur Abklärung des Auftrags – Bedürfnisse abklären

- Was erfordert das Medium und das mit ihm verbundene Publikum?
 - o Bsp. Thema Alkoholismus; Wie muss es aufbereitet werden in einem Medium für Hausärzte, für Fussballfans, für werdende Eltern, Jugendliche, Mitarbeiterzeitung einer grossen Firma ...
- Was erfordert das Thema?
 - o Welches Ressort, welcher Umfang (Relevanz entscheidend), evtl. Illustration, Grafik, Audio-File, Video? Wer macht was?
 - o **Was ist die Kernaussage des Textes, des Audio-Beitrags, des Videos?**
 - o Wo könnten Sie recherchieren – es lohnt sich, darüber mit dem zuständigen Redaktor zu sprechen und nach Tipps zu fragen. Evtl. bekommt man SMD- und Archivzugang.
- Was erfordert die beabsichtigte Darstellungsform?
 - o Eher berichtend oder narrativ – mit Redaktion besprechen, sonst gibt's Enttäuschungen, evtl. sogar über Einstieg sprechen
- Ist der Autor in der Lage, diese Erfordernisse umzusetzen?
 - o Selbsteinschätzung wichtig: was liegt einem, was eher nicht. Ehrlich sein – zu sich selbst sowie auch zum Auftraggeber.
- Wann ist der Abgabetermin
 - o Genug Zeit einplanen, evtl. besprechen, ob man Recherche-Ergebnisse vor dem Schreiben noch mal diskutiert
- Wie hoch ist das Honorar?
 - o Darf man über Geld sprechen? Man muss! Nicht darüber zu sprechen, ist unprofessionell.

Während der Recherche, dem Schreiben, Filmen, Fotografieren – sorgfältig arbeiten

- Namen von Personen, Orten, Zahlen, Datumsangaben checken, Zitate evtl. absichern (v.a. bei brisanten Zusammenhängen; Tonbandaufnahmen werden vor Gericht als Beweis nicht zugelassen, weil sie leicht zu fälschen sind) – Redaktionen verlangen gelegentlich Liste aller Quellen mit Kontaktadressen (Problem von Fakes, Kummer, Relotius); Tatsachenbehauptungen müssen stimmen, sonst drohen Gegendarstellungen
- Sind die Fakten vollständig, sind die Fakten in einen logischen und korrekten Zusammenhang gesetzt

Vor der Abgabe – zuverlässig arbeiten

- Ist die Kernaussage klar, steht sie am richtigen Ort? Der Leser will nicht suchen müssen
- Welche Absicht steckt hinter dem Beitrag? Das hat Einfluss darauf, wo und wie er präsentiert wird
- Ist die Aktualität deutlich, die Relevanz klar? Der Leser will wissen, inwiefern ihn ein Thema betrifft
- Ist die Darstellungsform getroffen, stimmt der Ton des Beitrags? Bei Feature, Reportage, Porträt: hat es narrative Elemente, Szenen und Anekdoten. Enthält der Text Kontraste und stehen sie am richtigen Ort (möglichst in den ersten 2 Absätzen), sind die Protagonisten eingeführt
- Sitzt die Dramaturgie, hat die Geschichte einen roten Faden – ein rein chronologischer Aufbau wird oft als langweilig empfunden.
- Stimmen Stil (passend zum Thema) und Sprache (Verben, Nominalstil, Adjektive, Passiv, Fremdwörter, Anglizismen...)?
- Termin für Abgabe unbedingt einhalten!

Nach der Abgabe – kritikfähig sein, Kontakt halten

- Nachfragen, ob der Beitrag angekommen und i.O. ist, falls von der Redaktion nichts kommt
- Wie reagieren auf Redigaturen (Stil gehört zum Urheberrecht; Ausnahme: nachrichtliche Texte) und starke Kürzungen
- Evtl. Treffen mit Redaktor vereinbaren, um weitere Zusammenarbeit zu besprechen, Chance auf Feedback

Profil finden und schärfen / Positionierung

- Die eigenen Stärken kennen

.....

.....

- Themengebiete, in denen Sie sich gut auskennen

.....

.....

- Themengebiete, in die Sie sich gut einarbeiten können

.....

.....

- Darstellungsformen, die Sie besonders gut beherrschen

.....

.....

- Medien/Modi, die Sie bedienen können (Text, Audio, Video, Bild, Grafik, Animation)

.....

.....

Fragen, die Sie auf eigene Ideen bringen sollten.

- Welche Medien konsumiere ich selbst gern?
- Welche Themen interessieren mich?
- Bin ich ein begabter Schreiber, eine begabte Schreiberin? Filmer? Fotograf? Und auf welchem Gebiet? Kann ich witzig schreiben, analytisch, kommentierend, kritisierend...?
- Produziere ich gerne Service-oder Ratgeber-Beiträge?
- Kenne ich mich in einer bestimmten Branche/ einem Umfeld besonders gut aus?
- Bin ich besonders zuverlässig und akribisch?
- Was kann ich besser als andere?
- Verfüge ich über ein Netzwerk, das mir bei der Arbeit hilft?
- Kenne ich Meinungsbildner, zu denen andere nur schwer Zugang finden?
- Bin ich ein Multitalent, das sich in vielen Bereichen gut auskennt?
- Spreche ich mehrere Sprachen? Eine Sprache vielleicht, die nur wenige andere in der Schweiz sprechen?
- Besitze ich besondere Kenntnisse?
- Gibt es persönliche Hintergründe, die ich anzapfen könnte: Krankheit, Unfall, Flucht, schulisches, persönliches Scheitern, Sport etc.

Honorare für freie Journalisten in der Schweiz

Der Verein Junge Journalisten Schweiz hat 2019 eine informative Übersicht veröffentlicht über Honorare, die freie Journalisten in den letzten Jahren bei Schweizer Medien verdienten. Die Übersicht ist hier einsehbar und wird – soweit ersichtlich – laufend ergänzt:

<https://www.jungejournalisten.ch/blog/2019/02/22/jjs-publiziert-honorare-und-konditionen-von-freien-journalistinnen>

Gewerkschaften empfehlen Mindest-Honoraransätze von rund 500 Fr./Tag, rund 250 Fr./Halbtag und rund 60 Fr./Stunde, je nach Region. Da in der Deutschschweiz kein rechtskräftiger GAV vorhanden ist, lassen sich diese Ansätze jedoch nicht konsequent durchsetzen.

Zweitverwertung: im Idealfall 50% des Ersthonorars. (Immer schwieriger, da Titel vielfältiger verflochten)

Crowdfunding Bsp:

<https://www.republik.ch/> (spezielle Ausgangslage)

www.onedayportray.com

Links, Infos und Literatur

Gewerkschaften, Verbände

- www.syndicom.ch (Gewerkschaft Medien und Kommunikation)
- www.impressum.ch (Verband Schweizer Journalist/innen)
- www.presseverein.ch (Zürcher Presseverein)
- www.renteria.ch (Medienfachverlag mit Infos zu allen Schweizer Medien)
- www.journalists.ch (Freie Berufsjournalist/innen in Zürich) – Infos zu Medienpreisen
- www.science-journalism.ch (Schweizer Klub für Wissenschaftsjournalismus - gute Archivlinks unter "Ressourcen" dann "Links")
- <http://www.sfj-ajs.ch/de/home/> (Verband Schweizer Fachjournalisten)
- www.eusja.org (Europäischer Journalistenverband)
- www.quajou.ch/ (Verein Qualität im Journalismus)
- www.prolitteris.ch (Schweizerische Urheberrechtsgesellschaft)
- <http://www.jungejournalisten.ch/> (Verband junger Medienmacher Schweiz)

Brancheninfos

- www.persoendlich.com/
- www.kleinreport.ch/
- www.medienwoche.ch
- www.edito-online.ch
- www.schweizer-journalist.ch (kein Online-Angebot)
- www.medienjobs.ch (Teils auch zeitlich begrenzte Projekte ausgeschrieben)
- <https://www.srf.ch/sendungen/medientalk> (Medienpodcast von SRF 4 News)
- <https://www.srf.ch/play/tv/sendung/mediensclub?id=c6d39e43-98a0-0001-ec1a-10601a00a130> (Medienclub von SRF)
- <https://www.nzz.ch/feuilleton/medien/>

Blogs

<http://uebermedien.de/>

<https://www.matthiaszehnder.ch/>

Podcast: <https://journalismus-y.ch/> Podcast der Medienwoche (wurde eingestellt, Episoden aber noch verfügbar).

Social Media

http://ranking.influencer.world/de/set/journalistinnen-und-journalisten?field_countries=CH – Unseriöses Twitter-Ranking von Journalisten und Medienleuten. Kann aber genutzt werden, um die wichtigen Leute zu finden.