Verband DPV für Journalisten

Journalisten-blatt 1 2006

Der DPV informiert
Ausgabe 1|2006

Foto: F. Licht

Berlin oder Hamburg – welcher Zug ist schneller?

Im Wettbewerb

Medienachse Berlin-Hamburg – Kooperation oder Konkurrenz?

Von Ursula Pidun

Sie ringen um die erste Platzierung in der Hierarchie, wichtigste Medienstadt der Bundesrepublik zu sein: zwei Giganten in Sachen Medienökonomie, Produktion, Vermarktung, Kreativköpfe und Talentschmieden. Geprägt durch zunehmende Globalisierungseffekte und Dynamik im Zusammenwirken von Wissens-Design und Vermarktungsaktivitäten kämpfen sie um Marktanteile, Prestige und Ansehen. Und – sie bewältigen diese Herausforderungen nach mancher Talfahrt überaus erfolgreich. Jede auf ihre Weise und unter unterschiedlichen Voraussetzungen.

Nur 90 Minuten trennen Hanse- und Hauptstadtmetropole voneinander, wenn der ICE dank modernster Neigetechnik mit 230 Stundenkilometern von einer Medienstadt zur anderen flitzt. Rasend schnell – so hat sich auch die Medien-Landschaft verändert, in der sich diese Urgesteine medialer Schöpferkraft behaupten müssen – im steten Wechselspiel zwischen Kooperation und Konkurrenzverhalten.

Nach steifer Brise – Elbmetropole im Wandel

Noch lange nicht abgefahren war der Zug für Hamburg, als die Elbmetropole vor wenigen Jahren im unerbittlichen Wettbewerb mit anderen Medienstädten unter erheblichen Druck geriet. Insbesondere Berlin zeigte Hamburg konkurrenzträchtig die Zähne. Die Hauptstadtmetropole erlebte einen erheblichen Aufschwung, warb mit aggressiven Mitteln Unternehmen ab und köderte mit millionenschweren Subventionen. Hamburgs Vorzeigekonzept, der Förderkreis Multimedia e.V., wurde schamlos reproduziert. Auch ▶

Lieber Leser, verehrtes Mitglied: zwei starke Partner gehen einen gemeinsamen Weg. In Zukunft wird der größte tariffreie Journalistenverband Deutschlands seine Informationen auch regelmäßig bei Berliner Journalisten veröffentlichen.

Berliner Journalisten ist die überregionale und hochwertige Fachzeitschrift für die Branche. Und die Hauptstadt Berlin ist immer auch Medienzentrum und Ausstrahlungspunkt für das ganze Land.

Der DPV Deutscher Presse Verband vertritt und fördert die beruflichen Interessen von über 8.000 Journalisten und Pressesprechern. Wenn Sie das umfangreiche Service- und Nutzenportfolio des Verbandes noch nicht kennen, können Sie sich an die Bundesgeschäftsstelle wenden (Kontakt siehe Impressum) oder unter www.dpv.org weitere Informationen einsehen.

Aus unserer täglichen Arbeit als Berufsverband wissen wir, wie häufig Journalisten in ihrem beruflichen Alltag auf Probleme stoßen. Und nicht immer haben sie einen kompetenten Ansprechpartner an der Hand, der ihre Fragen aus dem Bereich „Praktischer Journalismus“ beantwortet. Als Kompetenzpool haben wir daher jetzt die Journalistenhotline für die Themen eingerichtet, die Medienmacher beruflich betreffen (Seite 3).
Das Journalistenblatt ist für Sie gemacht. Sagen Sie uns Ihre Meinung.

Ihre Journalistenblatt-Redaktion
DPV – Verband für Journalisten

Foto: G. Doyle

▶ im TV-Bereich verlor die Elbmetropole Marktanteile. Gleiches galt für die Musikbranche, mit weit reichenden Folgen für die gesamte nachgeordnete Wirtschaftskette. Auftragsverlagerungen und Abwanderungen vieler Kreativer waren die bittere Folge. Mediale Großveranstalter kehrten der Stadt den Rücken und auch die infrastrukturelle Situation zeigte sich nicht von der besten Seite. Ein überaus schleppendes und langwieriges Verwaltungsprozedere und mangelhafte internationale Werbung für den Standort forderten ein bitteres Tribut. Es schien, als habe man die schnelle Verbindung der Medienachse Hamburg-Berlin schlichtweg verschlafen. Doch zu Hamburgs Spezialitäten zählt es auch, mit Erfolgen nicht lautstark zu prahlen.

Immer eine Handbreit Wasser unterm Kiel

Die traditionserhabene Elbstadt bewies Haltung und zeigte, dass sie immer eine Handbreit Wasser unterm Kiel hält. Mit frischem Mut zu einem schnelleren Handeln unter Einsatz professioneller Koordinationen wächst die Medien- und IT-Wirtschaft an Elbe und Alster inzwischen überdurchschnittlich. Sie hat beste Chancen, ihre gefestigte Position im dynamischen, multimedialen Wirtschaftsfeld weiter auszubauen. Mit beachtlichen 11.000 Unternehmen (Stand 2005) und über 100.000 Beschäftigten ist sie drittgrößter Arbeitgeber und beweist sich als exzellenter Standort mit einem enormen kreativen Potenzial. Wichtigste Elemente der Verlagsbranche sind beispielsweise Axel Springer, Gruner+Jahr und Heinrich Bauer. Die 20 auflagenstärksten Zeitungen, aber auch Firmen aus der Werbebranche, wie etwa FischerAppelt und Ipsos Deutschland GmbH sind hier ansässig. Gleich drei von acht Film-Produktionen beherbergt die Stadt, obwohl im Gegensatz zu Berlin hier keine EU-Fördermittel fließen. Zusätzlich leistete der Senat Hilfestellung. Mit der Schaffung einer neuen medienpolitischen Initiative ging Hamburg letztes Jahr ins Netz.

Berliner Medienluft – Pulsschlag der Politik

Berlin ist auf den Zug des Erfolgs aufgesprungen und hat sich zu einem der wichtigsten Medienstandorte Deutschlands entwickelt. In der Medien- und Kommunikationswirtschaft sind mehr als 130.000 Menschen beschäftigt. Keine andere deutsche Stadt kann mit mehr nationalen und internationalen Radio- und Fernsehsendern auftrumpfen. So gab die Medienanstalt Berlin-Brandenburg bekannt, dass via Analog-Antennen insgesamt 35 Radiosender zu empfangen sind, über Kabel Deutschland sind es 33 Betreiber. Ein wichtiger Aspekt ist auch der Umzug von Parlament und Regierung mit der daraus resultierenden Vor-Ort Berichterstattung. So unterhalten alle bedeutenden Nachrichtenagenturen Büros, die dpa sogar über mehrere Etagen. Hinzu kommt die Berliner Agentur ddp mit Sitz am Alexanderplatz.

In Berlin erscheinen die meisten Zeitungen Deutschlands. Über 1.000 Journalisten aus aller Welt befassen sich allein mit aktueller Berichterstattung. Zu den größten Abo-Zeitungen gehören die Berliner Morgenpost und die Berliner Zeitung. Der Tagesspiegel, die linke taz, die konservative Welt und Neues Deutschland erscheinen bundesweit. Boulevardzeitungen wie etwa BILD Berlin, der Berliner Kurier und Anzeigenblätter wie die Berliner Woche, das Berliner Abendblatt oder die Zweite Hand bereichern das vielfältige Angebot ebenso, wie diverse Stadtmagazine.

Spreeköpfe – kreativ und kompetent

Das Berliner Mediengeschäft gilt als besonders hart. 2004 wechselte der Nachrichtensender n-tv von Berlin nach Köln. Die Berliner Nachrichtenagentur ddp konnte im selben Jahr von der Münchner Arques AG vor der Pleite bewahrt werden. Der Berliner Radiosender Hundert,6 stellte 2005 einen Insolvenzantrag. Auch ist die Arbeitslosigkeit unter Journalisten noch immer hoch. Dennoch – der Medienökonom Jan Krone von der FU Berlin misst der Stadt an der Spree weiterhin große Bedeutung zu. „Berlin ist definitiv die Zeitungshauptstadt in Deutschland“, äußerte er in einem Gespräch mit „pressetext.deutschland“. Zu Recht, wie Fakten beweisen: Allein Springer verlegt regional und überregional jeweils drei Tagezeitungen sowie vier Sonntagstitel. An weiteren zehn Regionalzeitungen ist der Verlag beteiligt. Hinzu kommen eine Reihe weiterer Berliner Tagezeitungen und auch die Netzeitung hat sich einen festen Platz im harten Wettbewerb erstreiten können.

Globaler Anspruch: Qualität und Kooperation

Ein Anspruch, die Medienhauptstadt Deutschlands zu sein, lässt sich weder für Berlin, noch für Hamburg eindeutig formulieren. Beide Städte imponieren durch hohe Ambitionen, die sie überaus erfolgreich, innovativ und anspruchsvoll abdecken. Es gibt in Deutschland also mehrere Medienhauptstädte: Für Hamburg betrifft dies überwiegend den Bereich Zeitschrif-

ten. Mit dem Verlagshaus Gruner + Jahr, der Bauer Verlagsgruppe und dem Spiegel ist die Stadt zum Spitzenreiter in diesem Segment geworden. Indes bietet der Springer Verlag in Berlin stolze 26 Zeitschriften und den Titel Medienhauptstadt in den Bereichen Zeitungen und Hörfunk hat sich die Hauptstadt redlich verdient. Auch im TV-Bereich punktet Berlin kräftig: Alle wichtigen TV-Sender haben Berliner Dependancen. n-tv lässt über die Berliner Nachrichtenmanufaktur GmbH produzieren, die Fernsehsparten von n24 und Deutscher Welle haben ihren Sitz ebenfalls in Berlin.

Jenseits regionaler Vorgaben, unterschiedlicher Mentalitäten und fachlicher Gewichtungen ist es die weltweite Vernetzung globaler Medienkonzerne, die gleichermaßen wichtige Triebkraft für Globalisierungsprozesse in Wirtschaft und Gesellschaft darstellt. Sie fungieren und kooperieren auf verschiedenen räumlichen Maßstabsebenen und werden so zukünftig zu einem System der globalen Medienstädte formiert. Das Zeitalter der Informationstechnologie lässt Standorte zu zweitrangigen Aspekten mutieren und Spitzenkräfte via Telearbeit von überall abwerben. So wird sich der weitere Erfolg in der Zukunft für jede einzelne Medienstadt möglicherweise daran orientieren, was gelegentlich ein wenig in Vergessenheit geraten ist: Qualität, Unabhängigkeit und manipulationsfreie Publizistik kompetenter Journalisten und Kreativer.

Hohe Umsätze durch Werbung sind vor allem als Folge herausragender journalistischer und kreativer Arbeit zu bewerten. Leider leidet diese bei abhängigen Beschäftigungen nicht selten durch dem Haus angepasste Meinungsäußerungen und lassen mitunter die Authentizität der Verfasser vermissen. Auch eine Würdigung guter journalistischer Arbeit durch angemessene Bezahlung hat nicht immer Priorität und der deutsch-typische, penibel gepflegte Jugendwahn verschluckt enorme Potenziale. Diese Hinweise sind wahrlich kein Selbstzweck einzelner Journalisten: in wenigen Jahren steht ein erheblicher Fachkräftemangel zur Disposition. Wer diese verkrusteten Pfade also beizeiten verlässt, investiert zusätzlich in die Zukunft und sichert sich einen Platz auf den vordersten Rängen. Zusammen mit einer perfekt genutzten Kooperation und sinnvollen Ausschöpfung aller vorhandenen spezifischen Potenziale bewegt sich der Zug mit rasender Geschwindigkeit in Richtung Erstplatzierung dieser beiden Medien-Metropolen – gemeinsam und weltweit!

Ursula Pidun ist Journalistin, Freie Publizistin und Buchautorin (Schwerpunkt Politik und Wirtschaft) und wird ab September 2006 ihren Arbeits- und Lebensraum in die Medien-Metropole Berlin verlegen. Sie ist Mitglied im DPV. www.freie-publizistin.de

---

DPV-Journalistenhotline

? Welches Honorar kann ich für meine Veröffentlichung üblicherweise verlangen? • Wie fülle ich einen Antrag der Künstlersozialkasse formgerecht aus, welche Stolpersteine sind dabei zu beachten? • Wie heißt das Journalistenvisum für die USA, wo kann ich es beantragen? • Welche Literatur empfehlen Sie, wenn ich ein Journalistenbüro eröffnen will? • Was muss ich bei einem Volontariat beachten?

Mirjam Büttner

Der DPV beantwort Ihre Fragen. Denn unsere Journalistenhotline ist Ansprechpartner und Kompetenzpool für die Themen, die Journalisten interessieren.

Aus unserer täglichen Arbeit als Berufsverband wissen wir, wie häufig Journalisten in ihrem beruflichen Alltag auf Probleme stoßen. Und nicht immer haben sie einen kompetenten Ansprechpartner an der Hand, der ihre Fragen aus dem Bereich „Praktischer Journalismus“ beantwortet. Dabei ist der Kontakt zu Fachleuten nicht nur für Berufstarter wichtig.

Der DPV hat als Service für Sie die Journalistenhotline eingerichtet. Das Team vom Medienbüro Hamburg steht Ihnen für Ihre Fragen jeden Donnerstag telefonisch zur Verfügung. Ansprechpartner für Sie ist Mirjam Büttner, eine engagierte Expertin und Mitarbeiterin des Medienbüros. Das seit 1990 bestehende Medienbüro Hamburg ist eine zertifizierte Aus- und Weiterbildungseinrichtung für den Bereich Journalismus. Die Mitarbeiter sind ständig mit Fragen aus dem journalistischen Alltag befasst und helfen Ihnen gerne weiter.

Die Journalistenhotline ist exklusiv für DPV-Journalisten bestimmt und kostenfrei im Rahmen der Mitgliedschaft enthalten. Sie bietet eine erste Beratung und gibt Orientierungshilfen bei Fragen aus den Bereichen Journalismus & Medien.

Weitere Informationen zu der DPV-Journalistenhotline erhalten Sie bei der Bundesgeschäftstelle oder unter www.dpv.org → Infopool → Beratung.

Foto: E. Audras

Erfolgreich als Journalist

Seminar vom 22.–23. September 2006 in Hamburg

Journalisten haben es schwer. Die potentiellen Auftraggeber in Redaktionen, Behörden und Unternehmen sparen, wo es geht. Aufträge bleiben aus, Honorare werden heruntergehandelt.

Aufgrund der großen Nachfrage veranstaltet der DPV vom 22.–23. September erneut ein Seminar für alle Medienschaffenden, die mehr Erfolg im Beruf haben wollen.

Gemeinsam Lösungen entwickeln

Das Seminar wird von dem renommierten Dipl.-Psychologen und Personalcoach Alexander Lutzius moderiert und hat u. a. folgende Themenschwerpunkte:

- Status Quo freier Journalisten
- Veränderungen als Chance
- Ideenfindungstechniken für das Erkennen von Marktnischen
- Wirksame Selbstvermarktung
- Klarheit über eigene Werte und Ziele
- Kreativtechniken für den Berufsalltag
- Unterstützung durch den Berufsverband

Ziel des Seminars ist es, den Teilnehmern Methodenkompetenz zu vermitteln und Hilfe zur Selbsthilfe zu geben, damit dieser Kreislauf zu einem kreativen Prozess werden kann.

Mehr über Alexander Lutzius und sein Team erfahren Sie auf der Seite von personality TRAINING (www.personalitytraining.de).

Mit dem eigenen Profil einen persönlichen Platz am Markt finden

Wie können etablierte Journalisten ihren Platz am Markt trotz wachsender Konkurrenz halten? Wie kann es Berufsanfängern und Quereinsteigern gelingen, sich als freie Journalisten unter schwierigen Voraussetzungen **am Markt durchzusetzen**?

Obwohl die Anliegen unterschiedlich sind, führen sie die Betroffenen in einen Kreislauf mit denselben, immer wiederkehrenden Handlungsschritten und Fragestellungen, welche auf dem Seminar behandelt werden.

Plus 3 Fachdozenten

Der zweite Seminartag wird durch drei zusätzliche Dozenten ergänzt, welche Ihnen in persönlichen Gesprächen zu Verfügung stehen:

- Fragen rund um den **praktischen Journalismus** beantwortet Ihnen Mirjam Büttner von der DPV-Journalistenhotline
- Bei Dagmar Rissler geht es um die **Existenzgründungsfragen**, die Um- und Einsteiger beschäftigen
- Der DPV-Hausjustizar Olaf Kretzschmar steht für Fragen aus dem Bereich **Recht** zur Verfügung. Olaf Kretzschmar ist selber Journalist

Unterstützt durch den Verband für Journalisten

Das Seminar wird vom DPV gefördert. Der Kostenbeitrag beträgt für Mitglieder deshalb nur EUR 78,– (Nichtmitglieder EUR 98,–).

Es können bis zu 20 Journalisten teilnehmen.

Das Seminar findet am 22. und am 23. September 2006 je von 9 Uhr bis 18 Uhr statt (an beiden Tagen: 10–10.30 Uhr Pause für ein Relaxingbreak mit Getränken und Snacks, 13–14 Uhr Mittagslunch). Relaxingbreak und Mittagessen sind im Teilnahmebeitrag enthalten.

Übrigens: am Vorabend, den 21. September, ist die Bundesgeschäftsstelle in unmittelbarer Nachbarschaft zum Veranstaltungsort für Sie bis 21 Uhr geöffnet. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Das Seminar ist auch online buchbar. Gehen Sie dazu und für weitere Informationen auf www.dpv.org, dann Service, dann Seminare & Workshops.

Nach Anmeldung erhalten Sie eine schriftliche Bestätigung, Hotelliste, Anfahrtsplan sowie einen Vorab-Fragebogen zu Wünschen und Vorstellungen zum Seminar.
Anmeldeschluss ist der 12.09.06.

Raum für Kreative

Als Tagungsort haben wir das 25hours Hotel gewählt, welches zentral in Hamburg-Bahrenfeld liegt.
„...eine wahrlich außergewöhnliche Location...“ (Die Welt)
Modernste Ausstattung und stilvolles Ambiente bieten Raum für kreative Ideen und Konzepte.

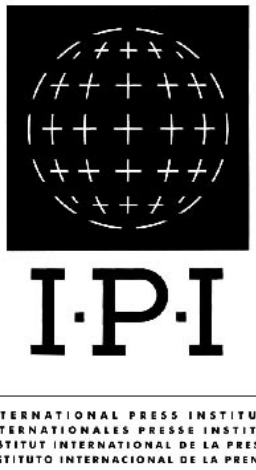
Informationen und Anmeldung

Das Seminar richtet sich an Journalisten aller Medien. Alle Teilnehmer erhalten ein **Teilnahmezertifikat**.

Weitere Informationen erhalten Sie im Internet (www.dpv.org → Service → Seminare & Workshops) oder in der Bundesgeschäftsstelle.
Das Seminar ist auch **online buchbar.**

Einsatz für die Pressefreiheit

Die Meinungsfreiheit ist ein wichtiges Grundrecht; ohne sie gibt es keine Demokratie. Um sie weltweit zu entwickeln, wurde 1950 das Internationale Presse Institut (IPI) von Chefredakteuren aus fünfzehn Nationen gegründet. Heute ist IPI in 120 Ländern vertreten – ein globales Netzwerk von Chefredakteuren führenden Journalisten Herausgebern und Medien-Managern aus Zeitungen, Magazinen, Rundfunk-Organisationen und Nachrichten-Agenturen sowie Professoren der Kommunikationswissenschaften.



Die Verteidigung und Förderung der Pressefreiheit, die Verbesserung von journalistischen Standards und der ungehinderte Austausch von Nachrichten – das waren und sind auch jetzt noch die Grundprinzipien von IPI.

Das Institut organisiert Öffentlichkeitskampagnen, um Verletzungen dieses Grundrechts, im Sinne des Artikels 19 der UN Menschenrechtskonvention – wo immer sie auftreten – zu unterbinden. Es protestiert bei Regierungen und ermahnt nationale sowie internationale Institutionen zur Entwicklung und Einhaltung der Grundsätze der Pressefreiheit. Seine moralische Autorität als weltweite Organisation erzeugt ein Klima, in dem Regierungen nun immer öfters zögern, gegen Medien und Journalisten vorzugehen.

IPI hat deshalb auf seinem 55sten Weltkongress verschiedene Resolutionen zur Sicherheit von Journalisten weltweit verabschiedet. Bei der Generalhauptversammlung in Edinburgh/Schottland, an der auch Vertreter des DPV teilnahmen, ging es unter anderem um die Verabschiedung von Beschlüssen zur Verbesserung der Pressefreiheit in China, Osttimor sowie Afrika mit Kenia im Speziellen. Bei der Verabschiedung der „dänischen" Cartoon-Kontroverse kam eine heftige Diskussion auf, in deren Anschluss eine durchgreifende Resolution verabschiedet wurde. IPI rief außerdem alle Medienanstalten dazu auf, das International News Safety Institute (INSI) in Brüssel zu unterstützen. Der Deutsche Presse Verband fördert INSI und ist Mitglied dieser Institution.

Den genauen Wortlaut der Resolutionen finden Sie auf den internationalen IPI-Webseiten www.freemedia.at oder beim DPV unter www.dpv.org, → Service → Pressefreiheit.

Der mühevolle und kostspielige Einsatz von IPI wird aber noch lange nicht beendet sein. Die folgenden Fakten sprechen eine eigene Sprache: ca. 2,3 Milliarden Menschen in 45 autoritären Staaten können sich keine freie Meinungsäußerung erlauben, ca. 1,2 Mrd. in 58 Ländern partizipieren nur teilweise an diesem Grundrecht und nur ca. 3 Mrd. Menschen in 89 Ländern genießen verfassungsmäßig geschützte Meinungs- und Pressefreiheit. In den vergangenen zehn Jahren wurden über 1.400 Journalisten wegen kritischer Berichterstattung eingesperrt, misshandelt, teilweise auch gefoltert, und schließlich sogar über 460 Journalisten brutal ermordet.

In totalitären Ländern finden Journalisten, die von Regierungsmitgliedern vor Gericht gebracht werden, meist nicht einmal einen Anwalt der bereit wäre, ihre Verteidigung zu übernehmen. Oft werden sie eingesperrt, weil sie die Kaution nicht aufbringen können, und es gibt monatelang keinen Verhandlungstermin.

Unzählige Beispiele über brutale An- und Übergriffe finden Sie in der jährlichen Publikation „World Press Freedom Review" auf der internationalen IPI-Webseite www.freemedia.at.

Wer sich für die Arbeit von IPI interessiert, kann sich beim International Press Institute,
Jörg Riebartsch,
Holzhofallee 25–31,
c/o ECHO-Zeitungen,
D-64295 Darmstadt,
Tel. 06151/387-373,
Fax 06151/387-900,
E-Mail: info@freemedia.de,
www.freemedia.de
informieren.

Neu erschienen: Schrift zur Künstlersozialkasse

Innerhalb der DPV-Schriftenreihe ist eine neue Publikation zum Thema Künstlersozialkasse erschienen. Die Schrift enthält Quellen und Informationen zu dieser bei Publizisten sehr beliebten Form der Kranken- und Pflegeversicherung.

Grundvoraussetzung für die Aufnahme in die Künstlersozialkasse ist, dass der Antragsteller als selbstständiger Journalist, Publizist oder Künstler eine publizistische bzw. künstlerische Tätigkeit erwerbsmäßig ausübt. Aus der Schrift „Die Künstlersozialkasse" erhalten Medienmacher weitere Hinweise zu dieser Versicherungsform.

Informationen zur DPV-Schriftenreihe erhalten Sie bei der Bundesgeschäftsstelle. Im Internet (www.dpv.org → Infopool → Schriftenreihe) können Sie die Publikation auch kostenfrei downloaden.

Reporter ohne Grenzen präsentiert „Quer“ auf der photokina 2006

Foto: Martha Rosler

„Lounging Woman“ aus der Serie „Bringing the War Home: House Beautiful, New Series“

Querdenker sind unbequem. So wie die Journalisten, die in Bild, Wort und Ton über Menschenrechtsverletzungen, Machtmissbrauch und Korruption berichten und dafür oft hohe Risiken eingehen. Reporter ohne Grenzen zeigt auf der photokina 2006 Bilder aus dem aktuellen Band „Quer. Fotos für die Pressefreiheit 2006“. Vom 26. September bis 1. Oktober sind dort rund 30 Werke von Fotografen zu sehen, die auch oft quer liegen. Ihre Bilder fordern dazu heraus, die Sicht der Dinge zu hinterfragen und damit auch unser Bild von der Welt.

So attackiert Zwelethu Mthethwa spielerisch das Rollenbild der schwarzen Frau im heutigen Südafrika. Martha Rosler richtet ihr Augenmerk auf die Rolle der Massenmedien am Beispiel des Irakkrieges inmitten heiler Wohnzimmerwelten. Felicia Webb thematisiert das (Selbst-)Verständnis von krank oder gesund. Antonin Kratochvil zeigt die Auswirkungen des Ölgeschäfts zwischen Nigeria und China für das Niger-Delta. Kadir van Lohuizen konfrontiert uns mit dem Todestrakt in Huntsville. Alec Soth entfaltet ein Bild von Menschen und ihrem scheinbar unkonventionellen Leben am Mississippi. Destiny Deacon setzt sich mit Identitätsfragen australischer Ureinwohner auseinander. Melanie Wiora eröffnet uns die Möglichkeit eines »Anders-Sehens«.

Die Erlöse der jährlich erscheinenden Bildbände setzt Reporter ohne Grenzen für die Menschenrechtsarbeit zugunsten verfolgter Medien und Journalisten ein.

Der DPV unterstützt die Ausstellung und bittet alle Journalisten, welche die diesjährige photokina besuchen, um besondere Beachtung dieser engagierten Präsentation.

Wer mehr über die Arbeit der Menschenrechtsorganisation wissen will, wendet sich an Reporter ohne Grenzen e. V.
Skalitzer Straße 101
D-10997 Berlin
Tel. 030/615 85 85
Fax 030/614 56 49
kontakt@reporter-ohne-grenzen.de
www.reporter-ohne-grenzen.de

§ Ihre Fragen rund ums Recht...

...beantwortet der Rechtsanwalt Olaf Kretzschmar innerhalb der kostenfreien DPV-Rechtsberatung. Denn der Beruf des Journalisten bringt Berührungspunkte zu den verschiedensten Themen, Menschen und Situationen. Recherche und Termindruck bestimmen den Alltag. Da bleibt für die Recherche zur rechtlichen Seite meist wenig Zeit. Doch was dürfen Journalisten, wie weit gehen ihre Rechte?

Aufgrund der erheblichen Nachfrage steht der DPV seinen Mitgliedern seit einigen Jahren mit einem eigenen Justitiar beratend zur Seite.

Der Rechtsanwalt Olaf Kretzschmar steht unseren Mitgliedern innerhalb der kostenfreien Rechtsberatung für Fragen zur Verfügung. Olaf Kretzschmar ist Spezialist im Bereich Medien- und Presserecht und Hausjustiziar des DPV. Er führt eine eigene Kanzlei (www.kiel-recht.de) und verfasst regelmäßig Fachartikel, welche Sie online im „Brennpunkt Recht“ (www.dpv.org → Justizia → Rechtsberatung) nachlesen können.

Impressum

Herausgeber:
DPV Deutscher Presse Verband – Verband für Journalisten e.V.
Stresemannstraße 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
Fax 040/8 99 77 79
redaktion@journalistenblatt.de
www.dpv.org
V.i.S.d.P.: Andreas Christensen
Grafik: Oliver-S. Reblin

DPV Deutscher Presse Verband e.V.

Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
www.dpv.org

Antrag auf Mitgliedschaft und Ausstellung eines Presseausweises des DPV Deutscher Presse Verband e.V. (bitte deutlich lesbar ausfüllen)

Name: .....

Vorname: .....

Straße: .....

Wohnort mit PLZ: .....

Geburtsdatum: .....

Staatsangehörigkeit: .....

Telefon: ..... **Mobil:** .....

Telefax: ..... **e-mail:** .....

Raum für INTERNE VERMERKE

BITTE FREILASSEN

NW gepr. ☐ _____

AUS vorl. ☐ _____

Doku. ☐ _____

648/67 ☐☐☐☐☐

SON _____

Freiberuflich tätige Foto-/Journalisten und Medienschaffende haben den **Nachweis** der hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit in geeigneter Form wie z.B. Kopien von veröffentlichten Artikeln oder Bildern, Bescheinigungen von Verlagen, Impressum o.ä. (s. Information „Beispielhafte Auflistung von Nachweisen") zu erbringen. Mit nachfolgender Unterschrift wird ausdrücklich versichert, dass eine hauptberufliche journalistische Tätigkeit ausgeübt wird.

.....
Unterschrift des Antragstellers

Festangestellte Redakteure, Foto-/Journalisten und Medienschaffende haben den **Nachweis** der hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit durch eine Bescheinigung des Arbeitgebers (s. Information „Beispielhafte Auflistung von Nachweisen") zu erbringen.

Ich bin journalistisch tätig für (ggf. Stempel): .....

.....
Unterschrift des Antragstellers

Der Presseausweis ist Eigentum des DPV und ist nach Beendigung der journalistischen Tätigkeit unaufgefordert zurück zu senden. Der Missbrauch des Presseausweises hat dessen sofortige Einziehung zur Folge. Die Benutzung erfolgt auf eigene Gefahr. Der Presseausweis wird jährlich verlängert.

Dem Antrag ist **ein Paßbild** (rückseitig unterschrieben) sowie eine **Kopie von Personalausweis, Reisepass, Führerschein** o.ä. beizufügen**.**

O Ich beantrage zusätzlich ein kostenfreies **PKW-Presseschild** (bitte ankreuzen). Das PKW-Presseschild ist nicht kennzeichengebunden und kann daher in jedem Kfz. verwendet werden.

Die Mitgliedsbedingungen und -beiträge sowie Zahlungsarten sind dem Merkblatt über die Mitgliedschaft und Ausstellung eines Presseausweises zu entnehmen. Der DPV erklärt sich bereit, auch an zusätzlich anderweitig organisierte Journalisten Presseausweise auszustellen.

Stand 10/05

....., den .....
Ort **Datum**

.....
Unterschrift des Antragstellers

Verband DPV für Journalisten

DPV-Merkblatt für Mitgliedschaft und Ausstellung eines Presseausweises

Erläuterungen

Der DPV Deutscher Presse Verband e.V. versteht sich als überregional arbeitender Interessenverband, welcher die gemeinsamen Interessen von Redakteuren, Foto-/Journalisten, PR-Verantwortlichen und Schriftstellern sowie Verlags- und Kommunikationsarbeitern aller Art fördert und schützt. Dieses gilt für freiberufliche und festangestellte Medienschaffende. Die Antragsteller sind für Medien aller Art, den Pressedienst, Presse- und Nachrichtenagenturen sowie für die innerbetriebliche Informations- und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen tätig. Fotojournalisten sind diesbezüglich den Wortjournalisten gleichgestellt. Volontäre sowie Journalisten in Studium oder Ausbildung können ausnahmsweise einen Presseausweis erteilt bekommen, insbesondere dann, wenn nach Maßgabe des Verlages bzw. der jeweiligen Redaktion eine Ausstellung zur Ausübung der zugewiesenen Tätigkeit erforderlich ist. Das Mindestalter für die Ausstellung beträgt 18 Jahre, in begründeten Fällen kann eine Ausnahme gewährt werden. Der Nachweis der hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit ist in geeigneter Form wie z.B. durch Vorlage von aktuellen Artikeln, veröffentlichten Bildern, Bescheinigungen von Arbeitgebern wie Verlagen und Bildagenturen, Vorlage des Impressums u.ä. zu erbringen. Eine ausführliche, beispielhafte Auflistung von Nachweisen kann angefordert oder unter *www.dpv.org* eingesehen werden. Der DPV erklärt sich bereit, auch an zusätzlich anderweitig organisierte Journalisten Presseausweise zu erteilen. Der Presseausweis darf ausschließlich im Rahmen der journalistischen Tätigkeit genutzt werden.

Der DPV ist berechtigt, die Anträge und Angaben zu überprüfen und ohne Angabe von Gründen die Mitgliedschaft bzw. die Ausstellung eines Presseausweises abzulehnen.

Anschrift

Den Antrag auf Mitgliedschaft und Ausstellung eines Presseausweises des DPV erhalten Sie im Internet unter *www.dpv.org* oder bei der Bundesgeschäftsstelle

DPV Deutscher Presse Verband e.V.
Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg • Tel. 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
e-mail: briefe@dpv.org • Internet: www.dpv.org

Sie können den Ausstellungsantrag per Post einsenden. Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mitgliedschaft

Mitglied im DPV können festangestellte und freiberufliche Foto-/Journalisten, Redakteure, Pressesprecher sowie andere journalistisch tätige Medienschaffende unter Nachweis der hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit werden. Der Beitrag für die Mitgliedschaft beträgt jährlich EUR 88,--. Mitglieder können die Leistungen des DPV nutzen und bei Nachweis der hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit (s. Information „Beispielhafte Auflistung von Nachweisen") einen Presseausweis beantragen. Sie sind berechtigt, die Bezeichnung „Mitglied im DPV Deutscher Presse Verband e.V." zu führen. Die Kündigung der Mitgliedschaft kann jederzeit zum Ende des laufenden Jahres erfolgen.

Ausstellung des Presseausweises

Der bundeseinheitliche Presseausweis kann nur im Rahmen einer Mitgliedschaft kostenfrei beantragt werden. Nutzen Sie dazu bitte das entsprechende Antragsformular. Die jährliche Verlängerung ist im Rahmen der Mitgliedschaft ebenfalls kostenfrei enthalten. Der Mitgliedsbeitrag kann als Werbungskosten geltend gemacht werden, eine Quittung wird auf Wunsch ausgestellt.

PKW-Presseschild

Ein PKW-Presseschild kann auf Wunsch zusätzlich zum Presseausweis ausgestellt werden (bitte auf Antrag ankreuzen). Das PKW-Presseschild ist nicht kennzeichengebunden und kann daher in jedem Kraftfahrzeug verwendet werden. Die Ausstellung ist kostenfrei im Mitgliedsbeitrag enthalten. Die jeweilige Verlängerung erfolgt jährlich zusammen mit dem Presseausweis und ist ebenfalls kostenfrei im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Verlust des Presseausweises

Bei Verlust oder Diebstahl bitten wir um schriftliche Zusendung einer polizeilichen Diebstahlmeldung oder einer Verlusterklärung (kann unter *www.dpv.org* oder beim DPV abgerufen werden). Es kann dann ein neuer Presseausweis ausgestellt werden. Bei Wiederauffinden des verlustigen Presseausweises ist dieser unverzüglich an den DPV zurück zu senden.

Gültigkeit und Verlängerung des Presseausweises

Der bundeseinheitliche Presseausweis wird für das Jahr der Beantragung ausgestellt. Bei Antragstellung nach dem 01.10. eines Jahres wird das betreffende Jahr nicht berechnet, Mitgliedschaft und Presseausweis sind entsprechend bis Ende des darauffolgenden Jahres gültig. Die Geltungsdauer verlängert sich -sofern die journalistische Tätigkeit weiterbesteht und wir keine anderweitige Nachricht erhalten- automatisch um jeweils ein Jahr. Die Verlängerung ist kostenfrei im Rahmen der Mitgliedschaft enthalten. PKW-Presseschilder werden ebenfalls kostenfrei mit verlängert. Die Verlängerung erfolgt i.d.R. ab September/Oktober des Ablaufjahres.

Sonstiges

Der Presseausweis bleibt Eigentum des DPV. Bei Missbrauch behalten wir uns vor, diesen einzuziehen bzw. nicht zu verlängern. Änderungen des Namens, der Adresse oder der Bankverbindung sind unverzüglich anzuzeigen. Namensänderungen, Künstlernamen bzw. Pseudonyme können (zusätzlich) eingetragen werden, wenn diese durch Eintrag in Personalausweis/Künstlerrolle belegt werden. Grundlage für jeglichen Zahlungsverkehr ist die Beitragsordnung. Mitgliedschaft und Presseausweis sind immer personenbezogen und nicht verlagsgebunden. Der Presseausweis behält seine Gültigkeit auch bei Verlagswechsel, wir bitten dann jedoch um kurze Mitteilung. Eine jederzeitige Prüfung der journalistischen Tätigkeit bleibt vorbehalten. Der Antragsteller muss die erforderlichen Nachweise selbst erbringen, der DPV kann deren Beibringung nicht erledigen. Wenn Sie einen neuen Presseausweis mit einem aktualisierten Passbild wünschen, müssen Sie den alten Presseausweis mit einem neuen Passbild (es empfiehlt sich ein heller Hintergrund) und einer kurzen Mitteilung einsenden. Eingereichte Unterlagen werden Eigentum des DPV und können i.d.R. nicht zurückgesandt werden. Aus verwaltungstechnischen Gründen erfolgt die Ausstellung/ Verlängerung der Presseausweise gesammelt etwa alle 6-12 Arbeitstage. Eine entsprechende Bearbeitungszeit nach Eingang Ihres Antrages ist daher zu berücksichtigen. Die Anträge sind zur besseren Lesbarkeit bitte in Block- oder Schreibmaschinenschrift auszufüllen. Wenn Sie die Verlängerung Ihres Presseausweises für das Folgejahr bis zum 15.12. des laufenden Jahres noch nicht erhalten haben, wenden Sie sich bitte an die Bundesgeschäftsstelle (die Unterlagen sind dann offensichtlich auf dem Postweg verloren gegangen oder es besteht ein Zustellungsproblem). Nach Beendigung der journalistischen Tätigkeit bzw. der Mitgliedschaft ist der Presseausweis unaufgefordert zurück zu senden. Die Ausstellung einer Quittung ist mit Antrag bzw. Bestellung anzufordern. Eine abweichende Versandadresse ist bitte auf einen Zusatzblatt anzugeben. Es gelten diese Ausstellungsbedingungen sowie die Beitragsordnung, abweichende Vereinbarungen sind nicht möglich. Stand 10/05