

Mitarbeiter 1. Klasse:
**Festangestellte und freie
Mitarbeiter in
Onlineredaktionen – Gehälter,
Honorare, Tarife, Absicherung,
Strategien**

Michael Hirschler, DJV



**Onlinejournalisten:
Tätigkeitsfelder**

- Angestellte befristet / unbefristet
- Feste freie Mitarbeiter (Schichtdienst)
- Feste freie Mitarbeiter (Autoren)
- Gelegentliche freie Mitarbeit
- Unternehmensführer/in



Angestellte Onliner

- Inhouse-Online-Redaktionen (als Teil der regulären Redaktion)
- getrennte Online-Redaktion (eigenständige Abteilung, Firma, Tochterfirma)
- als Teil der Presse-/Öffentlichkeitsarbeit einer Firma, eines Verbandes, Einrichtung
- Angestellte einer selbständigen Online-Publikation



Inhouse-Onlineredaktion

- Zuständigkeitsfragen (nur technische Zuständigkeiten; Agentur-Umschreiben; eigene journalistische Recherchen?)
- Personalausstattung
- Alter/Karrierperspektive/Rolle in der Redaktion
- Wahrnehmung durch die Geschäftsführung



Inhouse-Onlineredaktion

- Befristete oder unbefristete Verträge
- halbe oder ganze Stellen
- Zur Verfügung gestellte Honoraretats
- Verfügbare IT-Ausstattung/Redaktionssysteme
- Auswahl von Material (Agenturen, FM)
- Geltung von Tarifverträgen für das Haus



Inhouse-Onlineredaktionen

- In tarifgebundenen Häusern Anwendung von Tarifverträgen Pflicht, dh im Bereich Tageszeitungen, Zeitschriften, RTL, Rundfunkanstalten, Verwaltungen (BAT)
- An Tz, Zs, RTL, Rf-Anstalten: Eingruppierung wie andere Redakteure (Berufsjahrstaffel)



Fallbeispiele

- 37jährige Redakteurin einer Zeitschrift, Online-Abteilung, 8. Berufsjahr: 3.619 Euro/monatlich
- 42jähriger Redakteur einer Tageszeitung, Online-Abteilung, 14. Berufsjahr: 4.126 Euro



Tarifverträge

- Tageszeitungen: Manteltarifvertrag, Gehaltstarifvertrag, Altersvorsorge-TV, VL-Tarifvertrag
- Zeitschriften: Manteltarifvertrag, Gehaltstarifvertrag, Altersvorsorge-TV,
- Privater Rdfk: MTV Privater Rdfk, TV TPR



Allgemeine Gehaltsverläufe

- Festangestellte Onlineredakteure im tariflichen Bereich verdienen zwischen 3.000 bis 4.500 Euro brutto monatlich
- Amtlich vorläufig festgestellter Durchschnittswert aller Arbeitnehmer in Deutschland:
29.428 Euro West (2.452 Euro mtl.),
25.199 Euro Ost (2.099,92 Euro mtl.)



Außertarifliche Inhouse- Onliner

- Gehaltsstrukturen orientieren sich am Grundtarif der tarifgebundenen Arbeitgeber
- häufig ohne besondere Urlaubs-/Weihnachtsgeldregelungen, ohne Presseversorgung



Inhouse-Online-Pressestellen

- in Verwaltungen Anwendungen von BAT
- zwischen „V b und I b“
- BAT: Grundtabelle und „Ortszuschlag“
- ab 1.10.2005: Tarifvertrag Öffentlicher Dienst
- Fallbeispiele
- DJV-Empfehlungen



Outgesourctes Online

- Frage der Funktion des Onlineauftritts (PR für Print/Sender? Blockade anderer lokaler oder thematischer Onlinekonkurrenz? Eigenständiger Werbeträger bzw. Abonnentenzirkel? Kostenstelle oder Gewinnbringer?)
- Tarife meist nicht angewendet; bewusste Unterschreitung (bis zu 50% des Tarifs)
- Gesetzliche Mindestforderungen erfüllt



Outgesourcetes Online

- Frage der Kapitalausstattung
- Frage der Perspektive (Gewinnschwelle)
- Frage der bleibenden Einbindung bzw. möglichen Unabhängigkeit
- Frage der Betriebsrats-Gründung
- Frage der Tarif-Anwendung



Onliner als Teil der PR-Abteilung (Unternehmenskommunikation)

- Onlinejournalisten betreuen das digitale Fenster von Firmen, Verbänden, Verwaltungen
- die Tätigkeit wird als leitende Position wahrgenommen
- entsprechend werden geltende tarifliche, übertarifliche bzw. überdurchschnittliche außertarifliche Gehälter geboten



Angestellte in selbständigen Onlinebetrieben

- die existierenden Klein- und Mittelportale sind strukturell nicht in der Lage, die tariflichen Strukturen der traditionellen Verlagswirtschaft nachzuvollziehen
- die Bezahlung orientiert sich eher am (unteren) Durchschnitt aller Unternehmen
- Gesetzliche Mindestbedingungen (Urlaub, Krankheits-Lohnfortzahlung) werden idR eingehalten



Strategien im Bereich der angestellten Onliner

- Beteiligung am bzw. Gründung eines Betriebsrats im Unternehmen ab Betriebsgröße 5 Arbeitnehmer (mind. 3 wahlberechtigte notwendig)
- Feststellung der Gehaltsstrukturen (für Betriebsräte gesetzliches Einsichtsrecht)
- Untersuchung tariflicher und gesetzlicher Ansprüche
- Einbindung in Tarifkommissionen



Strategien im Bereich der angestellten Onliner

- Bildung von Arbeitskreisen, Aufstellung abstrakt-konkreter Kriterien für die Vergütung
- Gesprächs- und Verhandlungsrunden
- Arbeitskampfmaßnahmen
- ...oder individuelle Flucht (Abstimmung mit den Füßen)



Feste freie Mitarbeiter (Schichten)

- Generell weit verbreitetes Tätigkeitsfelder
- In der Regel verkappte Angestellte
- Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Sozialversicherung durch Sender (oft), Lohnsteuer
- Im öR Rundfunk Anwendung von Tarifverträgen für Arbeitnehmerähnliche
- Schichthonorare von 100 – 400 Euro denkbar



Feste freie Mitarbeiter (Autoren)

- Feste Autoren arbeiten auf Basis von Pauschalen oder auch Stückhonorierung intensiv mit Redaktionen von zuhause zusammen
- Manche öf Anstalten erheben Sozialbeiträge, Lohnsteuer
- Aber Mitgliedschaft KSK eigentlich möglich
- Geltung von Tarifverträgen der Anstalten



Gelegentliche freie Mitarbeit

- Mitgliedschaft in der Künstlersozialkasse
- Einkommensteuerliche Selbständigkeit
- Honorare nach freier Vereinbarung



Honorarstrukturen im Detail

- Beispiel Honorarrahmen Deutsche Welle
- Beispiel Honorarrahmen WDR
- Beispiel: Honorarumfragen
- Beispiel: Einzelfall-Untersuchungen
- Beispiel DJV-Empfehlungen für Internet



Überblick Honorarsituation

- Der Durchschnitt der freien Journalisten erlöst 1.800 Euro (vor Steuern)
- Durchschnitt Erwerbsbevölkerung: Amtlich vorläufig festgestellter Durchschnittswert aller Arbeitnehmer in Deutschland:
29.428 Euro West (2.452 Euro mtl.),
25.199 Euro Ost (2.099,92 Euro mtl.)



Onliner als Unternehmensführer

- Gründung eines eigenen Auftritts
- Frage der Marktstellung
- Einführungsphase/Gewinnschwelle meist 3 Jahre
- Marktplätze, eigene Fachberichterstattung, Werbefinanzierung/Sponsoring
- oder als Teil einer eigenen Werbeagentur
- Bezahlung allein erfolgsabhängig (variabel)



Strategien für Onliner (Festangestellte)

- Stellung in den eigenen Häusern erarbeiten
- tarifliche/lohnmäßige, andersartige Strukturen feststellen (Diskriminierung)
- Einsatz für Etatverteilung
- Geschäftsmodelle mitdiskutieren
- Mitwirkung an Arbeit von Betriebsrat/Personalrat
- Einbindung in Tarifarbeit



Strategien für Onliner (Freie)

- Grundlagen der eigenen Arbeit prüfen:
 - Grundsätzliche Ausrichtung „Kerngeschäft“: Journalistische Ausrichtung, Spezialgebiete
 - Akquisetechniken
 - Weiterbildung
 - Projekt-Rundum-Betreuung
 - Arbeit mit anderen



Strategien für freie Onliner

- Überprüfung der eigenen Honorarstrukturen
- Durchsicht der sozialen Absicherung
- Prüfung der steuerlichen Situation: konsequente Geltendmachung von Betriebsausgaben
- Prüfen Arbeit-/Auftraggeber aus Rundfunkanstalten, PR, Industrie, Verwaltung



Strategien für freie Onliner

- konsequenter Umgang mit Recht: Verträge, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Auftragsbestätigungen
- konsequente Rechnungs- und Mahnläufe
- Aufträge nach Bedeutung staffeln



Strategien für Onliner

- Vermarktungsplattformen (DJV-Datenbank Freie, Datenbank Bild) nutzen
- die eigene Website als Marketingmittel ausbauen
- konsequent Chancen der netzgebundenen Arbeit ausbauen



Perspektiven des Berufsfelds Online-Journalismus (I)

- Nicht auf Internet-Journalismus reduzieren, generell digitale Mehrwertdienste sehen
- Erlös-Problematik bzw. PR-Rolle von Online-Journalismus
- Effizienz von Online-Werbung
- Geschäftsmodelle Online-Abo
- Frage des verwertbaren Contents



Perspektiven des Berufsfelds Online-Journalismus (II)

- Digitale Dienste werden auf unterschiedlichsten Plattformen angeboten
- Journalistische Produkte werden hier eine Schlüsselfunktion einnehmen
- Der Bedarf am Kernprodukt Journalismus bleibt hoch
- Setzt den Fokus auf eigene journalistische Kompetenz und Formate voraus

