

Wie Netzwerken gelingt



Foto: Maria Goblirsch

Der Besuch von Messen, Tagungen und Branchenevents des jeweiligen Themengebiets gehört zum Pflichtprogramm – bei Lokaljournalisten

bedeutet das entsprechend, dass sie die lokalen Spitzenveranstaltungen besuchen, um mit den Ansprechpartnern bei Firmen, Vereinen oder Institutionen zwanglos ins Gespräch zu kommen. Entsprechendes gilt für Mitgliedschaften in Parteien, das Engagement in kirchlichen oder kulturellen Einrichtungen bis hin zur Freimaurerloge. Wichtig dabei: Alle diese Freien profitieren von der Mitgliedschaft sicher nur dann, wenn sie dort mit echter Überzeugung tätig sind und nicht etwa nur nach Aufträgen schielen.

Michael Hirscher

Referat freie Journalisten beim Deutschen Journalisten-Verband



Foto: Maria Goblirsch

Blogger sollten andere Blogger nicht als Konkurrenten sehen, sondern mit ihnen netzwerken. Man kann beispielsweise

Gastbeiträge schreiben und so die Blogs verlinken. Das bringt für beide Seiten etwas. Und: Durch die rasante technische Entwicklung erfährt man in Netzwerken viel schneller etwas über Neuerungen als durch eigene Recherche.

Claudia Minke

Bloggerin, PR-Beraterin



Foto: Maria Goblirsch

Netzwerken? Kann ich nicht. Ganz ehrlich, Cocktailpartys mit den richtigen, wichtigen Leuten sind mir ein Graus. Ich habe

deswegen vor Jahren angefangen, passiv zu netzwerken. Wer nicht über sich selbst sprechen will, muss andere dazu bringen, es zu tun. Mein Tipp: Mache etwas Besonderes, halte es den richtigen Leuten aggressiv vor die Nase und lass sie für dich werben. Ich habe mir Codieren beigebracht und einen Blog gestartet, auf dem ich Journalisten zeige, wie man multimedial im Netz erzählen kann.

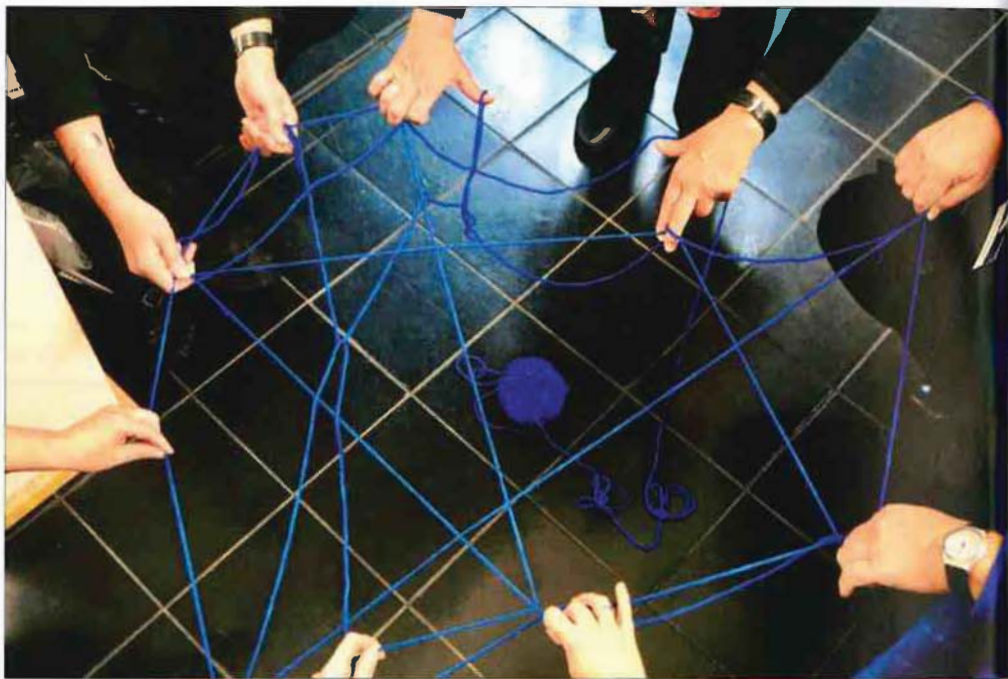
Michel Penke

Redakteur Gründerszene, freier Journalist

Wenn die Kunden (fast) von alleine kommen

Netzwerken beim FREItag in Nürnberg im Fokus

Von Michael Anger und Maria Goblirsch



„Netzwerken im Fokus: Frei heißt nicht allein“ lautete das Motto des diesjährigen FREItags. Deshalb verknüpften sich die Teilnehmer auch symbolisch.

Foto: Maria Goblirsch

Der erste Wurf ging fast daneben. Schließlich hielt aber jeder Teilnehmer des Workshops „sein Stück“ Wollknäuel fest und die Idee der Macher des BJV-FREItags in Nürnberg war aufgegangen: Alle sind miteinander verbunden und jeder kennt einige Ideen, Wünsche, Fähigkeiten der anderen.

Schon 2001 hat Christiane Wolff das Motto der Veranstaltung der Fachgruppe Freie Journalistinnen und Journalisten beherzigt „Frei heißt nicht allein“ und *Netzwerk* (www.nett-werk.com), ein Netzwerk für Frauen in der Medien- und Kommunikationsbranche, gegründet. Heute gehören ihm rund 800 Mitglieder in Berlin, Frankfurt und München an. Arbeitseffizienz schreibt Wolff groß: „Überlegt Euch genau, was Ihr vom Netzwerk wollt. Dann sucht Euch ein bis drei aus, an denen Ihr teilnehmt, das genügt.“

Die Teilnahme bedeute aber zunächst viel investieren, also Ideen eingeben, von eigenen

Aktivitäten berichten, sich intensiv austauschen. Der Lohn? Irgendwann kämen Experten und potenzielle Auftraggeber auf einen zu, weil sie aus dem Netzwerk erfahren, dass man sich mit ihrem speziellen Thema befasst.

Ein Muss: die ansprechende Startseite

Wer per Blog sein eigenes Netzwerk gründen möchte, dem empfehlen Karin Hertzner und Claudia Minke als Software Wordpress, weil es leicht zu installieren sei und über genügend Layoutmöglichkeiten verfüge. Man sollte auch die 50 Dollar in mehrere Lizenzen investieren. Besonders wichtig seien ansprechendes Design im Geschmack der Zielgruppe, eine Meldungsspalte und responsives Design, das sich dem Endgerät anpasst. Eine ansprechende Startseite sei ein Muss, die Unterseiten aber wichtiger. Nicht zuletzt an Impressum und Veröffentlichungsrechte denken. Die Schreibe sollte knapp in der Sprache

sein, stark gegliedert und zielführend nach dem Motto: Dies ist das Problem, ich habe die Lösung.

Ans Geldverdienen könne man nach ein, zwei Jahren denken, meinte Claudia Minke. Sie erhalte für Werbung direkt auf dem Blog etwa 300 Euro im Monat. Größer seien die Chancen, mit dem Blog indirekt Geld zu verdienen. Deshalb müsse man ihn nutzen, sich als Marke aufzubauen, seine besonderen Fähigkeiten und Themen anzubieten. Nächster Termin, sich weitere Ratschläge zu holen, ist der 26. November beim Blogger-Stammtisch München, den Claudia Minke und Karin Hertzler leiten (www.profi-blogger.de).

„Traut euch, bei eurem Traummedium anzufragen“, beantwortete Marion Trutter eine ihr oft gestellte Frage klipp und klar. Genauso deutlich erläuterte die Zeitschriftenredakteurin aber auch, was beim telefonischen Erstkontakt unerlässlich sei, vom gesunden Selbstbewusstsein („Ihr seid Geschäftspartner, keine Bittsteller.“) über den vorher zu ermittelnden direkt zuständigen Ansprechpartner bis zum tauglichen Exposé. Spätestens dort muss trotz knapper Formulierung klar werden, dass man sich mit dem Medium eingehend befasst hat und genau das für den Kunden unerlässliche Thema anbietet. Business-Coach Trutter erinnert auch unermüdlich an Selbstverständlichkeiten, an die aber viele Freie nicht denken. Dabei geht es um die Vorstellung des Autors in wenigen Worten, um Nennung der Kontaktdaten auf dem Exposé, die Anforderung einer Auftragsbestätigung nach Absprache von Terminen und vor allem des Honorars (www.marion-trutter.de).

Keine Angst vor Technik

Jede Menge Apps und Tools hat Michel Penke den Journalisten zu bieten – kostenlos und geprüft. Jeden Freitag stellen er und Daniela Späth auf www.bleiwuesten.de Programme vor, die für die Kollegen von Vorteil sein können, vom Grafiktool über das Basteln interaktiver Landkarten bis zur Produktion eigener Webvideos. Die begeisterten FREITags-Teilnehmer konnten in wenigen Minuten mit *Fyuse* selbst 360-Grad-Bilder erstellen.

Der freie Journalist und Blogger Penke meinte, sein Blog solle vor allem denjenigen

helfen, die aus Angst vor Technik beim Mobile Reporting immer noch Bleiwüsten produziert. Sie könnten besser und schneller arbeiten. *Bleiwüsten* sei immer noch ein absolutes Nischenprojekt. Viele Organisationen und Portale erteilten ihm Aufträge, die gutes Geld brächten. Allerdings eben auch, weil er sich seit zehn Jahren intensiv mit der Materie befasse.

Empfehlung: einfach loslegen

„Einfach loslegen“, empfahl Diplomjournalist Marius Stolz in Sachen *YouTube*, dessen Kanal „Die Filmfabrik“ er betreut. Dass das für Berufskollegen nicht einfach ist, räumte er mit dem Hinweis ein, auf dem Portal sei „echter Journalismus“ eine absolute Nische. Zudem erwarteten *YouTube*-Nutzer technische Qualität und Regelmäßigkeit. An die

1000 Euro sollte man zum Einstieg schon investieren.

YouTube habe von allen Social-Media-Angeboten das jüngste Publikum, hob Stolz hervor und deshalb sei der Inhalt das Wichtigste. Der große Vorteil der *YouTube*-Nutzer: Laut Statistik redet die Hälfte mit Bekannten über die Videos, das sei kostenlose Distribution, und diese User reagierten mit Kommentaren sofort. Nachteil aus Sicht der Journalisten: Unterhaltung ist alles.

Schlau rechnen und sparen – wenn's nur so leicht wäre. Mit einer Fülle Tipps und brandneuen Urteilen der Finanzgerichte machte Michael Hirschler, DJV-Referent für Freie, die Workshop-Teilnehmer für den Steueralltag fit. Welchen Status etwa haben Freie steuerlich? „Der Status gewerblicher Unternehmer muss kein Problem sein.“ Wann können Anschaffungen als Betriebsausgaben abgesetzt, mit welchem privaten Anteil muss die private Nutzung angesetzt werden? „Ein Prozent.“ Darf ein Fahrtenbuch über Excel geführt oder diktiert werden? „Nein.“ Wie sieht es steuerlich bei einer kombinierten Recherche-/Urlaubsreise aus? „Interessante Idee.“

Für alle, die noch nicht genug vom Steuerrecht für Freie bekommen haben: Die DJV-Steuertipps für Journalisten wurden gerade neu aufgelegt – eine Pflichtlektüre. Und im DJV-Shop gibt es ein Webinar-Video zum Thema Steuern. www.djv.de/shop.



Foto: Heike Rost

Es gibt diese berühmte 70-20-10-Formel von Mike Sansone: „Nutz 70 % der Netzwerk-Zeit, um anderen zu helfen, 20 % um dich zu präsentieren, 10 %, um andere um Hilfe zu bitten.“ Das zeigt, was Netzwerken wirklich ausmacht: Sich gegenseitig zu befeuern und zu stützen. Ich erhalte in den sozialen Netzwerken jede Woche eine Menge Kontaktanfragen von Leuten, die ich nicht kenne, nie getroffen habe. Kommentarlos wollen sie mit mir verlinkt und befreundet sein. Andere rufen regelmäßig an – immer, wenn sie etwas brauchen... Echtes Netzwerken ist von Nachhaltigkeit und Win-Win geprägt! Pflegen Sie lieber ein kleines, aber feines, durch persönliche Beziehungen geprägtes Netzwerk!

Barbara Weidmann

freie Multimedia-Journalistin und Dozentin



Foto: Maria Goblirsch

Beides ist wichtig: Netzwerken innerhalb der „Peergroup“ (also Menschen mit gleichem Status und Anliegen, in unserem Falle JournalistInnen) und mit Menschen außerhalb der Peergroup, zum Beispiel Experten, Verbände oder PR-Leute. Und: Frag nicht zuerst, was Dein Netzwerk für Dich tun kann, sondern frag, was Du für Dein Netzwerk tun kannst.

Marion Trutter

freie Journalistin, Coach



Foto: Marc Müller

Mein Mantra für ein erfolgreiches Netzwerken ist „Geben statt nehmen“. Bevor ich auf andere zugehen kann und Unterstützung bekomme, sollte ich erst einmal geben. Das heißt für mich: berufliche Tipps weitergeben, Weiterempfehlungen machen, Kontakte vernetzen, Einladungen aussprechen oder sich selbst mit seiner Expertise einbringen und beispielsweise einen Vortrag halten oder einen Artikel schreiben. Und: Netzwerken braucht ein Ziel. Bevor ich mich ins Netzwerken stürze, sollte ich einen klaren Plan haben: Was möchte ich erreichen? Wie viel Zeit kann und möchte ich fürs Netzwerken investieren und welche Netzwerke oder Menschen können mich dabei unterstützen?

Christiane Wolff

Begründerin des Frauennetzwerks