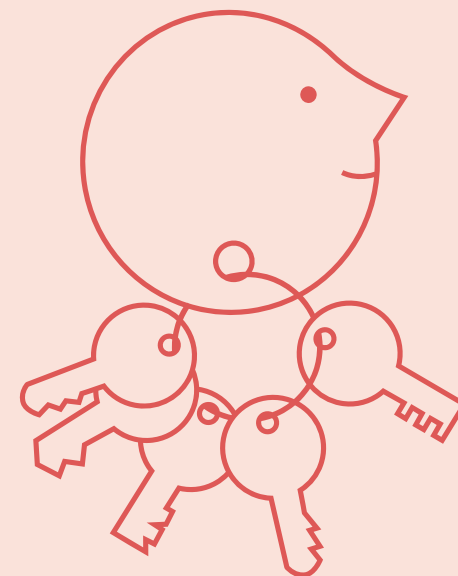


En samling gode råd

– til selvstændige
og freelancere



Dansk Journalistforbund
Medier & Kommunikation

Velkommen til

Uanset om du er helt nystartet og har din første opgave til gode, eller om du er garvet med en solid erfaring, sidder du nu med en værktøjskasse med gode råd, som kan hjælpe dig med at få din forretning godt i gang – eller gøre den endnu bedre.

Materialet er tænkt som inspiration. Hvordan du konkret vil sammensætte din virksomhed, afhænger af din konkrete situation og betingelser.

Brochuren er blevet til i tæt samarbejde med Dansk Journalistforbunds specialgrupper og deres medlemmer.

En samling **gode råd**



En samling **gode råd**

© Dansk Journalistforbund

Udgivet 2017 · opdateret 2024

Tekst: Stine Daugaard

Grafisk design: Mette Secher

Indhold

Gode råd om **virksomheden**



Hvorfor freelancer eller selvstændig? – 5
Hvordan skal du organisere dig? – 6
Læg en forretningsplan – 7

Gode råd om **priser**



Kend dit forretningsgrundlag – 9
Når du møder faste priser – 12
Mange små opgaver? Overvej klippekort – 12
Du kan kun sælge dine timer én gang – 13
Fastsæt den rette pris – 13
Seks gode råd om priser – 15

Gode råd om **netværk**



Brug dit netværk – 16
Hvor er du? Din kunde leder efter dig – 18

Gode råd om **salg**



Det gode pitch – 19
Sæt tid af til salgsarbejdet – 23
Sælg som eksperten – 24

Gode råd om **administration**



Forhandling og aftaler – 26
Få styr på betingelser og rettigheder – 27
Betalingsfrister og inkasso – 28

Det skal du også huske



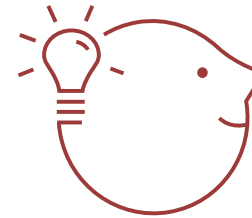
Efteruddannelse – 30
Overblik over økonomien – 30
Hav forsikringerne i orden – 31
Godt arbejdsmiljø – 32
Pas på stress – 33
Spar op til pension – 33
På barsel – 34
Du øger din chance for succes, hvis du... – 36



DJ BIZ kan gøre dig klogere på din forretning – 37

Få kontakt til andre i samme situation – 38
Linksamling – 41

Gode råd om **virksomheden**



Hvorfor freelancer eller selvstændig?

Der er mange årsager til, at cirka hvert fjerde medlem i Dansk Journalistforbund vælger at arbejde som freelancer eller selvstændig. Nogle gør det af lyst, andre fordi det rette job ikke har vist sig endnu.

Det er en rigtig god idé, at du forholder dig til, hvorfor du gerne vil være freelancer eller selvstændig, så dit arbejdsliv, din forretningsmodel og dit budget kan indrettes derefter. Drømmer du om mere tid til at arbejde med bestemte projekter? Skrive en bog? Fotografere drømmeprojektet? Optage en dokumentar? Eller har du et ønske om mere frihed og fleksibilitet i dit arbejdsliv?

Uanset hvad der ligger til grund for dit valg, vil vi i Dansk Journalistforbund kraftigt opfordre til, at du sørger for at tage dig ordentligt betalt for dit arbejde. Ellers skal du arbejde alt for mange timer for at få din forretning til at hænge sammen – og i sidste ende gør du det sværere for dig selv og andre at sikre en fornuftig betaling for freelancearbejde.

Vær forberedt på, at man som freelancer eller selvstændig ikke beskæftiger sig med sit fag i alle arbejdstimer. Der er også salgsarbejde, administration m.m., der skal håndteres. Du kommer potentielt til at bruge en væsentlig del

af din arbejdstid på at løse opgaver, der umiddelbart ligger udenfor din faglige spidskompetence. Til gengæld nyder mange freelancere og selvstændige den fleksibilitet, både fagligt og menneskeligt, som freelancetilværelsen kan give.

Hvordan skal du organisere dig?

Når du starter op, skal du beslutte dig for, om du skal være lønmodtagerfreelancer eller selvstændig – om du skal have et CVR-nummer eller ej. I nogle situationer kan du selv vælge, andre gange vil dine opgaver vælge for dig.

Der er flere omstændigheder, der afgør, om du skal have status som lønmodtager eller selvstændig. En lønmodtager er en person, der arbejder for en arbejdsgiver efter dennes instruktion/kontrol og for arbejdsgiverens regning. En lønmodtager sender en lønopgørelse til sin arbejdsgiver og betaler A-skat, som bliver fratrukket, inden lønnen udbetales. Arbejder du som lønmodtagerfreelancer, har det ikke noget at sige, om du løser momspålagte opgaver eller ej.

Du kan også være honorarmodtager. Du er honorarmodtager, når du får et honorar eller et engangsvederlag for udført arbejde, hvor der hverken er tale om et ansættelsesforhold eller erhvervsmæssig virksomhed. Som honorarmodtager sender du en honoraropgørelse og får udbetalt hele beløbet, hvorefter du selv afregner B-skat. Du opkræver ikke moms.

En selvstændig erhvervsdrivende arbejder for egen regning og risiko og med det formål at opnå økonomisk udbytte. En selvstændig sender faktura til sine kunder og betaler B-skat. Den selvstændige opkræver moms, hvis ydelsen, der leveres, er momspligtig.

Er du i tvivl om, hvorvidt dine opgaver er momspligtige eller momsfritagede, kan du finde SKATs vejledning her: info.skat.dk

Kan du ikke finde svar i forhold til dine opgaver, så kontakt SKAT for en afklaring af din konkrete situation.

Når de relevante myndigheder skal tage stilling til, om du er lønmodtagerfreelancer eller selvstændig, ser de på, hvordan du tilrettelægger dit freelancearbejde, altså fx om du arbejder for en arbejdsgiver, eller om du arbejder for egen regning og risiko.

De overordnede forskelle mellem typerne er bl.a.:

Lønmodtagerfreelancer

- Mulighed for dagpenge
- Sygedagpenge fra første dag
- Betaler A-skat og AM-bidrag
- Kan få feriepenge
- Mulighed for fradrag, dog med bundfradrag på 7.000 kr. (2024)
- Ingen moms
- Kan dækkes af Lønmodtagernes Garantifond ved konkurs
- Afleverer lønopgørelse
- Evt. honorarmodtager (B-skat)

Selvstændig

- Typisk CVR-registreret
- Firma skal lukkes for at få dagpenge
- Sygedagpenge efter 14 dage
- B-skat, du selv indbetaler
- Ingen feriepenge
- Fradrag for udgifter i virksomheden
- Momspligt på momsbelagte opgaver
- Du skal anmelde krav på linje med andre kreditorer ved konkurs
- Sender faktura
- Evt. honorarmodtager (B-skat)

Du kan blive klogere på forskellene på lønmodtagerfreelancer og selvstændig her: journalistforbundet.dk/lonmodtager-eller-selvstaendig

Læg en forretningsplan

For nogle begynder tilværelsen som freelancer eller selvstændig med at få tilbudt en opgave – måske fra en bekendt eller en tidligere praktikplads eller ditto arbejdsgiver – mens andre begynder som følge af en bevidst beslutning, eksempelvis efter en årrække med fast job. Uanset hvad din situation er, så begynd med at udarbejde en forretningsplan, som afdækker, hvad du gerne vil arbejde med, og hvem dine kunder er.

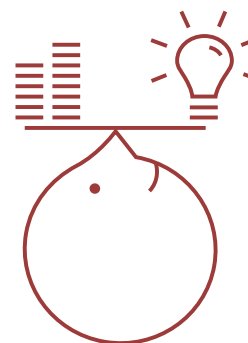
Læs mere om at beskrive din forretningside og få en skabelon til din forretningsplan her: virksomhedsguiden.dk

Når du skal udarbejde din forretningsplan, så begynd med at afklare, hvad der gør dig unik som fagperson – og fokuser på det, når du skal sælge dine ydelser. Har du en særlig streg eller specifik viden? Leverer du på ganske kort tid? Er du specialist i programmer eller formater, som kun få kan håndtere? Eller noget helt fjerde? Ved at klarlægge, hvordan du skiller dig ud fra mængden, bliver det også nemmere at afklare, hvilke kunder du skal opsøge, samt hvordan du fokuserer din markedsføring af dig selv – enten som lønmodtagerfreelancer eller som selvstændig.

Det er en god idé at kigge skabelonen igennem, selvom du er godt i gang. Især hvis du ikke hidtil har udarbejdet en forretningsplan. Der kan være spørgsmål, du ikke tidligere har overvejet, som kan give nye muligheder eller afklaringer i din forretning.

Forretningsplanen kan også være et godt redskab at vende tilbage til i perioder, hvor du måske ikke har så travlt i din forretning, som du kunne ønske dig. Måske har du oplistet kunder, du ikke har fået kontaktet, eller måske kan du finde inspiration til nye opgaver.

Gode råd om priser



Kend dit forretningsgrundlag

”Hvad skal jeg tage for mit arbejde” er et spørgsmål, freelancere og selvstændige ofte stiller. Svaret skal du finde i dit budget. Har du ikke allerede et budget for din virksomhed, så få lagt et. Brug Dansk Journalistforbunds Budgetberegner, som kan være en rigtig god hjælp til at få overblik over, hvilke udgifter du har i din virksomhed – eller hvilke du skal kalkulere med, hvis du er nystartet.

Har du husket at forholde dig til udgifter til teknisk udstyr, programmer, kontorplads, litteratur, revisor, hjemmeside, visitkort, tegneredskaber og markedsføring? Og hvad med efteruddannelse? Pension? Ferie? Barsel? Sygdom? Eller idéudvikling og administration. Prisen for det skal også dækkes ind i den samlede betaling, du får for dine opgaver.

Er du selvstændig, har du eksempelvis ikke ret til feriepenge, men skal selv spare op. De fem ugers ferie, som ferieloven giver ret til (for lønmodtagere), svarer til 12,5 procent af lønnen.

Som lønmodtagerfreelancer i et ansættelsesforhold, hvor arbejdsgiver trækker A-skat af din løn, inden du får den udbetalt, vil du oftest være berettiget til feriepenge. Får du ikke feriepenge, skal du sørge for selv at spare op og sikre dig en passende betaling, så du har råd til at holde ferie.

Når du har overblik over, hvor store udgifter du har, skal du finde ud af, hvor mange arbejdstimer du har til rådighed. Ser man på en standardarbejdsuge på 37 timer, er det langt fra alle timerne, der bliver brugt på journalistisk arbejde.

Prøv at udarbejde regnestykket for dig selv.

Vi kan sætte et regnestykke op – det er fiktivt!
Du skal selv sætte de tal ind, som er relevante for dig.



DU HAR:

Cirka 260 arbejdsdage à knap 8 timer på et år 1.924 timer

(Ud fra en 37 timers arbejdsuge.

Tilpas efter det, der er relevant for dig)

HVOR MANGE DAGE TJENER DU IKKE PENGES:

Ferie (minimum ifølge ferieloven)	25 dage	185 timer
Sygdom og evt. barn syg	5 dage	37 timer
Administration, regnskab m.m.	20 dage	148 timer
Salg, markedsføring, planlægning, idéudvikling	45 dage	333 timer
”Tomgang” –, hvor der ikke er arbejde eller noget af det ovenstående	5 dage	37 timer

I alt 740 timer

1.924 timer – 740 timer 1.184 timer

I dette tilfælde er det altså potentielt kun cirka 60% af den reelle arbejdstid, der kan faktureres.

Derefter skal du se på, hvor stor en indtjening du gerne vil have i din virksomhed, og hvor store udgifter du cirka regner med at få. Tjek dit førømtalte budget, og regn ud efter denne formel:

Ønsket indtjening + udgifter / antal timers fakturerbar arbejdstid = din optimale timepris

Der kan være forskel på, hvordan indtjeningen er på forskellige opgaver, men ved at have udregnet din timepris får du en god fornemmelse for, hvornår bundlinjen hænger sammen.

Gem tallene i et regneark, eller gør brug af Budgetberegneren på journalistforbundet.dk/budgetberegneren, så du løbende kan rette til i takt med, at din forretning udvikler sig.

Når du møder faste priser

Vær forberedt på, at mange medier opererer med faste priser for bestemte typer opgaver. Det er i hvert fald en udmelding, du særligt kan blive mødt af, hvis du arbejder for de store, etablerede mediehuse.

Vil du have en idé om, hvordan freelanceprisniveauet er på mediet, inden du kontakter den relevante redaktør og pitcher din idé, er du altid velkommen til at kontakte tillidsrepræsentanten på stedet og spørge ind til, hvordan "plejer" er på stedet.

Tillidsrepræsentanten er der også for dig, selvom du ikke er fastansat, for det er i alles interesse, at freelancere ikke arbejder til priser, der ligger langt under, hvad de tilsvarende fastansatte får.

Du kan også undersøge, om der findes en freelanceklub på mediet, hvor du kan stille spørgsmål til og udveksle erfaringer med andre, der arbejder som freelancer for samme medie. Vil du vide mere, så kontakt:

mediklubben@freelancegruppen.dk

Når du kender prisniveauet, så gør op med dig selv, om du kan løse opgaven realistisk indenfor den prisramme, eller om tiden er bedre brugt på andre opgaver. Spørg ind til, hvad der forventes indenfor den angivne prisramme – eksempelvis i form af omfang, antal kilder og cases, ekstraudstyr osv. Måske kan du skrue på antallet af kilder eller udstyr for at få arbejdsmængden til at passe bedre til betalingen.

Du kan finde et overblik over tillidsrepræsentanterne her:

journalistforbundet.dk/find-din-tillidsrepraesentant-og-overenskomst

Mange små opgaver? Overvej klippekort

Mange freelancere og selvstændige oplever kunder, der giver mange, men små opgaver. Kunder, som har behov for dine ydelser på ad hoc basis.

Og kunder, som gentagende gange trækker på din ekspertise, men i så små bidder, at du ikke vil være bekendt at kræve betaling – selvom du bliver forstyrret i det (betalte) arbejde, du var i gang med.

En løsning kan være klippekort – hvor du sælger din tid i mindre bidder: 15, 30, 60 minutter og så eksempelvis 10–15–20 klip.

Sørg for at sætte faste rammer op for klippekortet – fx hvor længe gælder det, og hvad kan det bruges til – og kan eventuelt ubrugte klip betales tilbage under nogen omstændigheder? Sælger du klippekort, så sørg for at have overblik over, hvordan klippene bliver brugt, så kunden kan følge med i forbruget.

Du kan kun sælge dine timer en gang

Du har kun 24 timer i døgnet, så overvej, om du kan have produkter på hylderne, du kan sælge flere gange, så al indkomst ikke skal genereres fra bunden. Det kan være alt fra grafiske værker over e-bøger til faste formater, som med få rettelser kan sælges til flere kunder.

Overvej også, om din research kan foldes ud til flere historier til forskellige medier, eller om du kan fotografere ekstra billeder til arkivet, når du er ude på opgaver (afhængigt af opgavens karakter, naturligvis). Nogle freelancere og selvstændige har også succes med at afsætte deres historier til medier i andre lande.

Fastsæt den rette pris

Har du brug for at kunne give et hurtigt bud på en opgave, kan en løsning være at finde lønnen for en sammenlignelig fastansat og så lægge noget mere oveni, der dækker de udgifter, du har som freelancer eller selvstændig. Du kan få et overblik over, hvad medlemmerne af Dansk Journalistforbund tjener, i lønstatistikkerne, som findes her: journalistforbundet.dk/loenstatistik

Som lønmodtagerfreelancer kan du også hente inspiration i Dansk Journalistforbunds vejledende vilkår for freelancejournalistik, som du finder her:

journalistforbundet.dk/vejledende-vilkar-freelancejournalistik-lonmodtagerstatus

Du kan også se nærmere på Mediaaftalerne, som Dansk Journalistforbund har indgået med en række blade og organisationer om mindstepriser på freelancejournalistik, grafisk design og illustrationer samt freelancefoto-grafering. Se hvilke i aftalen, du kan finde her:

journalistforbundet.dk/mediaaftalerne

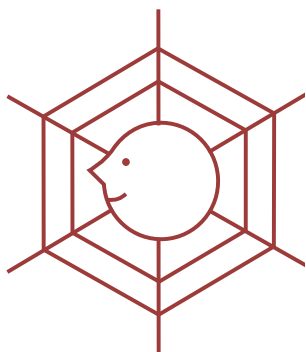
Vær opmærksom på, at priserne ikke er faste takster, men minimumspriser, der kan forhandles.



Seks gode råd om priser

- 1** Husk at justere dine priser fra år til år (fastansatte får typisk reguleret deres lønninger en gang om året).
- 2** Tid og pris skal hænge sammen. Hold øje med lønsomheden i dine opgaver. En opgave til 100.000 kroner kan være en dårligere forretning end en til 10.000 kroner, hvis din timeløn bliver for lav.
- 3** Giv dine ydelser et servicetjek – hvis der er noget, du ikke tjener penge på, hvorfor har du det så i din butik?
- 4** Pas på med at starte med for lave priser med hensigt om at hæve priserne, når der kommer gang i forretningen. De færreste kunder har forståelse for, hvorfor de pludselig skal betale væsentligt mere for samme ydelse. Alternativt så overvej at tilbyde en tydeligt afgrænset introrabat.
- 5** At have travlt er ikke nødvendigvis et succesparameter. Hellere halvt så mange timer til den rette pris end dobbelt så mange timer til det halve. Den tid, du bruger på at løse (for) billige opgaver, går fra andre ting, du potentielt kunne have tjent mere på – eller fra opgaver, du brænder mere for.
- 6** Spil med åbne kort om dine priser i din markedsføring – så spilder du ikke din tid på dem, der alligevel ikke vil betale din pris – og du risikerer ikke at skræmme andre, som måske ellers ville vurdere, at du var for dyr til dem, væk fra din butik.

Gode råd om netværk



Brug dit netværk

Som freelancer eller selvstændig kan dit netværk være en stor hjælp for dig. Begynd med at finde de medier eller kunder, du allerhelst vil arbejde for, og undersøg derefter, om du kender nogen, (der kender nogen), der arbejder der, eller som har forbindelser til din ønskede kunde. Her kan fx LinkedIn være en god hjælp.

Afhængigt af hvor godt du kender kontakten, så brug dit netværk til alt fra at få en decideret anbefaling af dig og dine evner til rette vedkommende til eventuelt bare at finde ud af, hvem du præcis skal kontakte i virksomheden for at pitche dine idéer.

Netværk er uundværligt for freelancere og selvstændige – og dit netværk er typisk langt større, end du lige går og tror, når du først kigger det grundigt efter i sømmene. Det kan kræve et par dybe vejtrækninger og et stort skridt ud af din komfortzone at gøre brug af dit netværk, men prøv at udfordre dig selv.

Find ud af, hvilke sociale medier der er relevante for dine kunder, og overvej at være aktiv der, eksempelvis på LinkedIn. Etabler kontakt på LinkedIn og andre relevante sociale netværk med dine kontakter, så du kan følge med i, hvor de arbejder, og hvem de kender. Selv en perifer forbindelse kan være nok til at give den trykthed, der skal til, for at en ny kunde tør hyre dig.

Prøv at se mulighederne i de mennesker, du møder, og hav en kort elevator-tale klar. Måske giver det ikke en opgave på stedet, men du øger muligheden for, at de tænker på dig, næste gang deres virksomhed skal have løst en opgave, der er relevant for dine kompetencer.

Vælger du at sidde i kontorfællesskab, så overvej, om det giver værdi og inspiration at sidde med andre som dig, eller om det måske giver mere mening at sidde med nogen, der arbejder med noget (helt) andet – og som derfor kan få brug for dine kompetencer, og som du kan indgå samarbejder med.

Har du svært ved at få hul på det med netværk, så findes der også en række forretningsnetværk, man kan deltage i. Sørg for at gøre dit forarbejde og sikre, at dit tidsforbrug og en eventuel betaling for at medvirke står mål med det potentielle udbytte. Dansk Journalistforbund tilbyder også en række netværk med fokus på erfaringsudveksling, videndeling, læring og sparring på personlige udfordringer.

Se mere på: journalistforbundet.dk/netvaerk

SÅDAN FÅR DU SUCCES MED DIT NETVÆRK

Vær konkret. Hvad vil du gerne opnå – en anbefaling, en kontakt, specifik viden? Jo mere konkret du kan være i din forespørgsel, jo større er din chance for at få succes med din henvendelse.

Del ud af dit eget netværk. Spørger andre om hjælp, så forsøg at hjælpe. Det kan øge din synlighed og hjælper med at opbygge tillid til dig som person. Er det svært, så start med de nære relationer, og arbejd dig ud efter.

Hvor er du? Din kunde leder efter dig

Du slipper nok ikke udenom det opsøgende arbejde, men sørg også for, at din kunde kan finde dig. Læg en plan for din markedsføring – hvor og hvordan skal du være synlig. Skal du have en hjemmeside – og hvordan skal den se ud. Hvilke sociale medier giver mening for dig i forhold til din branche.

Opret en profil på Find Freelancer – Dansk Journalistforbunds freelance-nøgle, som mange potentielle kunder gør brug af. Meld dig til på:

find-freelancer.dk

Overvej, om en blog, et nyhedsbrev eller en anden form for kanal til at dele ud af din viden og ekspertise vil give mening i din forretning.

Gode råd om salg



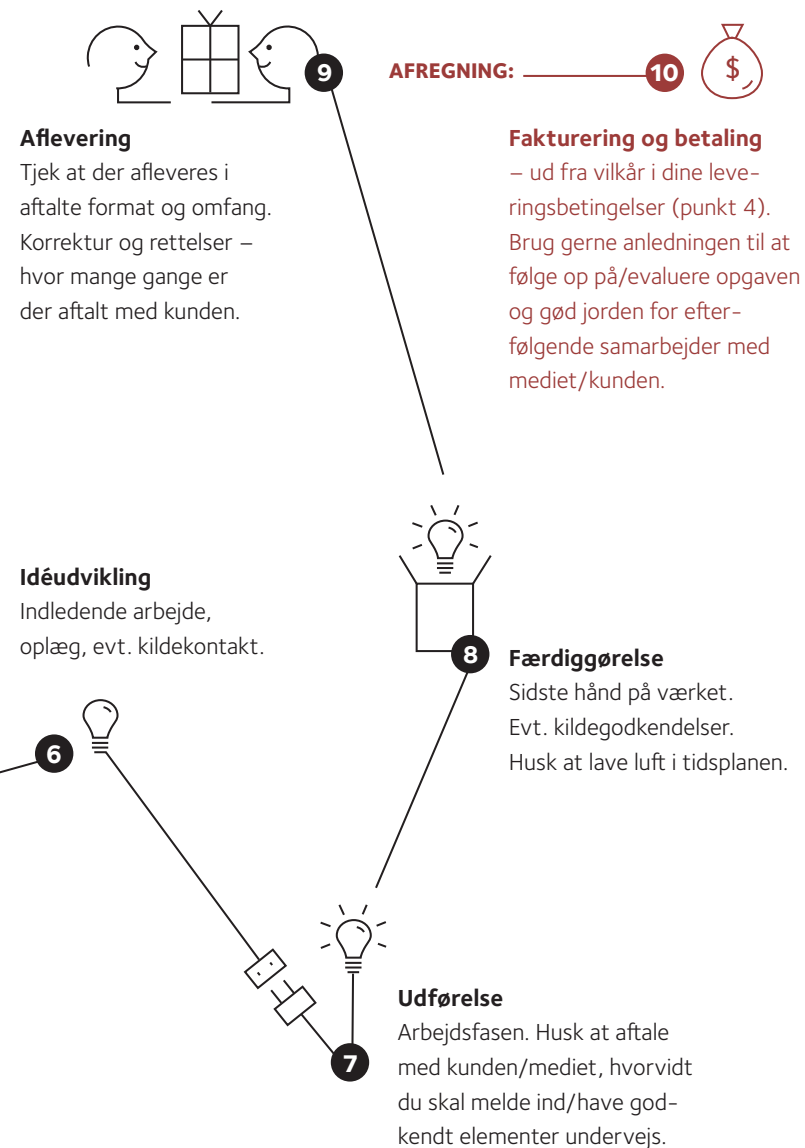
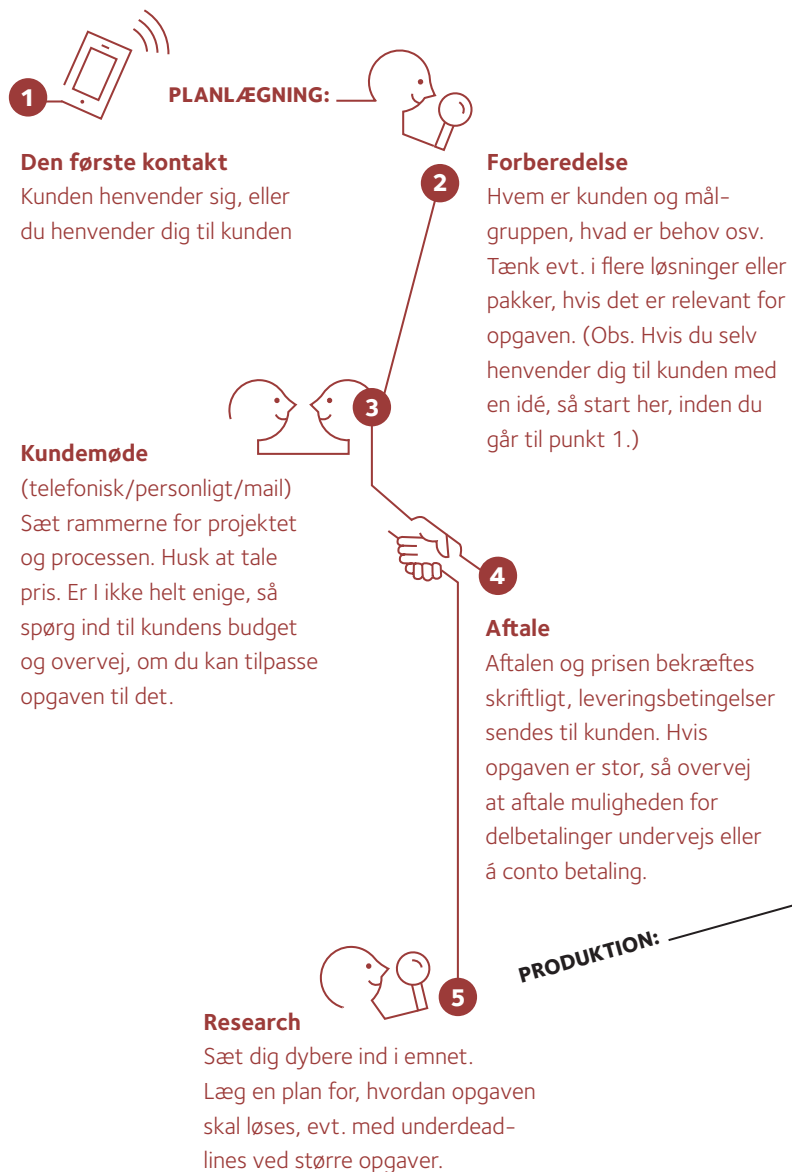
Det gode pitch

Når du skal sælge dine historier, produkter og ydelser, starter langt de fleste salg med et pitch (en ultrakort præsentation med det formål at sælge en idé, et projekt eller lignende) til den potentielle kunde, uanset om det er en avis, et magasin, et produktionsselskab eller en virksomhed. Det er vigtigt, at dit pitch er meget specifikt og kort og klart fortæller, hvilken historie du vil fortælle og hvordan, eller hvilke behov du kan løse, og hvilken værdi det kan tilføre kunden – afhængigt af opgavens karakter.

HUSK MARKEDSFØRINGSLOVEN

Er du selvstændig, skal du overholde markedsføringsloven. Så enkelt kan det siges. Og hvad betyder det så for dig? Først og fremmest betyder det, at du ikke uopfordret må kontakte potentielle kunder på e-mail, uden at de på forhånd har accepteret det. Du må altså ikke bare søge på nettet efter potentielle kunder, finde deres e-mailadresser og sende tilbud af sted. Første gang du kontakter potentielle kunder på mail, skal du have tilladelse til det. Du skal altså kontakte dem telefonisk (eller med et fysisk brev) først. Dette gælder dog ikke for de medier, der på deres websites åbner op for at blive kontaktet med forslag til historier.

VEJEN FRA PITCH TIL AFREGNING



Du behøver ikke opfinde den dybe tallerken – du skal bare forklare, hvorfor din version er meget bedre end den, kunden måske allerede har. Det kan godt være, at en historie har været fortalt før, men forhåbentlig kan din version tilføje nye vinkler og indsigter, der ikke tidligere har været fremme. Dit pitch skal signalere, at du har researchet og forstået kunden. Undersøg derfor, hvad det er for et medie eller en virksomhed, du henvender dig til, og vis, at du har forstået kundens stil og målgruppe.

Har du relevante kundereferencer, kan du tage dem med, men sørg for at holde fokus på det konkrete, du tilbyder kunden.

SÅDAN FÅR DU SUCCES MED DIT PITCH

Forvent ikke (altid) svar på et pitch. Det er frustrerende, men sandt. Nogle kundetyper har her-og-nu-behov, andre arbejder tre-fire måneder ud i fremtiden eller måske længere. Følg op på dit pitch med et passende interval. Husk, at det ofte er travle mennesker, du kontakter, og når de ikke svarer, kan det skyldes: Travlhed. At du ikke ramte helt plet. At timingen bare var forkert. Eller noget helt fjerde. Tavshed er ikke nødvendigvis et NEJ. Så følg op på dit pitch med passende intervaller.

Vær vedholdende. Det tager ofte ikke mange minutter at følge op, og de kan være godt givet ud.

Får du et nej, så er det ikke et aldrig. Prøv igen med en ny idé/ et pitch, som du tilpasser den viden, du løbende tilegner dig om kunden og dennes behov.

Det er vigtigt at sætte god tid af til at researche og pitche hver eneste uge – også når du har travlt. For når den ene opgave er færdig, skal der gerne være nye opgaver at gå i gang med. Det er en klassisk freelancefejl, især i travle perioder, at man glemmer at gøde jorden til kommende projekter, og pludselig er ordrebogen tom.

Undgå en lang tekst om dig selv i pitchet. Dit fokus skal være på din ydelse og den værdi, den skaber for kunden. Væk kundens nysgerrighed – du skal udnytte den korte tid, du har til at sælge din idé. Så kan de altid nærstudere dit CV og din hjemmeside efterfølgende.

Sælger du en historie, så præsenter en kort skitsering af vinkel og dit forslag til, hvordan historien skal foldes ud, uanset om det er i form af tekst, billeder, lyd eller andet.

Pitcher du til en virksomhed, så hav fokus på, hvordan du kan fungere som problemløser for kunden. Du vil ikke bare sælge et produkt, du vil etablere et godt, solidt samarbejde, hvor du kan være til nytte for kundens virksomhed. Du giver dem noget, de mangler (som de måske ikke er klar over, at de mangler).

Brug meget gerne dit netværk i din research – dels kan det være guld værd at vide, præcis hvem du skal pitche til, og hvad de måtte mangle, ligesom det også kan være en stor hjælp at få en anbefaling med på vejen. Langt de fleste redaktører, direktører og andre føler en stor trykthed i, at andre kan sige god for dine evner.

Sæt tid af til salgsarbejdet

Lad være med at tage for let på salgsarbejdet – det er grundlaget for hele din virksomhed. Gør dit forarbejde grundigt, og få afdækket din kunde og dennes potentielle behov – ikke mindst dem, kunden ikke selv har erkendt endnu. Den grundige forberedelse giver også en bedre trykthed og selvtillid, når du ringer op til kunden, fordi du er klædt godt på.

Oplever du, at du er dårlig til at sælge – eller vil du bare gerne blive bedre? Dansk Journalistforbund afholder fra tid til anden kurser med fokus på salgsarbejdet. Se mere i kalenderen: journalistforbundet.dk/events

Salgsarbejdet er en disciplin, som skal trænes og udvikles – ligesom alle andre kompetencer.

Sælg som eksperten

Anne Rohde er direktør i Rohde-cc Academy og ekspert i salg og forretningsudvikling. Vi har fået hende til at dele ud af sine bedste tips og tricks til det gode salg.

STIL HV-SPØRGSMÅL

Vi glemmer ofte de helt almindelige hv-spørgsmål, men de er virkelig gode til at afdække kundens behov og økonomiske formåen. Nøgleordet må være forventningsafstemning. For mange freelancere er det at forhandle pris, specielt ansigt til ansigt med kunderne, meget grænseoverskridende. Men hold fast i den gode kvalitet, og husk, at du jo med dine ydelser hjælper din kunde med noget, vedkommende ikke allerede har, selv kan eller har ressourcer til.

GIV ET KONKRET OG DETALJERET TILBUD

Ved at være meget konkret i din præsentation bliver det meget nemmere at få en rimelig og realistisk pris forhandlet igennem.

Min allerbedste anbefaling er at være så konkret som muligt og udarbejde specifikke og forståelige tilbud til kunden. Hvor mange kilder, faktabokse, korrekturgange – hvad der nu er relevant for din opgave.

Mange spørger mig, om man skal give rabat. Det er der nogle kunder, der godt kan lide (nogle kunder er krejlere og ser det som en sport at få rabat), men rabatten bliver hurtigt glemt. Overvej i stedet at give noget ekstra med i den afsluttende forhandling, så kunden føler, at vedkommende virkelig har gjort en god handel.

Ved større rammeaftaler og årsaftaler kan det dog være god stil og god forretning at give en eller anden form for rabat, set i lyset af at du sparer en masse tid på opsøgende salg.

”DER ER IKKE FLERE PENGE PÅ BUDGETTET”

Den udtalelse kan bunde i flere ting. Måske er der reelt ikke flere penge på budgettet, men måske er kunden blevet presset af sin ledelse eller andre til at presse prisen. Det er vigtigt at vide, hvor meget der er tilbage på budgettet, så du som freelancer kan matche dit tilbud til kundens økonomi. Nogle kunder vægrer sig ved at oplyse budget og prisramme. Det oplever jeg også ofte selv. Men vær ikke bange for at spørge ind til det således: ”Er det under eller over fx 20.000?” Hvis svaret er under, kan man spørge: ”Er det i nærheden af 15.000”, og således får du et bedre udgangspunkt. Du skal tro på dig selv, og du skal holde fast.

Prøv desuden at indgå langsigtede aftaler med dine kunder, og vær proaktiv, så du ikke kommer for sent, og alle pengene er brugt på andre ydelser eller services. Men kend din kunde. Nogle offentlige kunder skal bruge hele budgettet inden et regnskabsårs udgang, og derfor kan oktober-november-december være gode tidspunkter at lægge møder.

BRUG DIT AFSLAG KONSTRUKTIVT

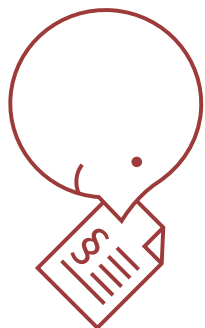
Får du ikke opgaven, så husk at kontakte kunden og spørge ind til, hvad det skyldes. Spørg ikke ”hvorfor”, så føler kunden sig måske anklaget og går i forsvarsposition. Spørg i stedet: ”Hvad skulle der til for, at jeg havde fået opgaven?” Det virker rigtig mange gange – kunden åbner op, og du får værdifuld viden, du kan bruge næste gang.

HUSK PRISSTIGNINGER

Som forbrugere oplever vi årlige prisstigninger på forsikringer, fødevarer, husleje m.m., så det er fair, at man også cirka en gang årligt forhandler nye priser og betingelser med sine kunder. Det gør jeg i hvert tilfælde selv i min forretning.

Er det svært, så overvej, om du kan tilbyde kunden noget ekstra, som ikke kræver en stor indsats af dig, men som giver kunden en oplevelse af øget værdi, du kan bruge som afsæt til at hæve priserne. Det gælder om at tænke kreativt.

Gode råd om administration



Forhandling og aftaler

Når du sælger en opgave, er det vigtigt at få aftalt de konkrete rammer, herunder omfang og pris. Det skal helst ske, inden du begynder på opgaven, og vi anbefaler, at du bruger lidt tid på at få udarbejdet et godt brief, der beskriver opgaven.

Inden du for alvor begynder på forhandlingerne, skal du kende tre tal:

1) Din drømmebetaling. 2) Det, du vil være tilfreds med. 3) Din smertegrænse, hvor du siger nej tak på en pæn måde (men samtidig åbner dialogen omkring, hvad du faktisk vil kunne levere til kunden indenfor det budget).

Hvis det er relevant for opgaven, så overvej at tilbyde flere forskellige pakketilbud, hvor kunden kan vælge det, der passer til behov og budget, og tydeligt se, hvad der kan vælges til og fra. Du skal kunne sadle hurtigt om, hvis den løsning, du pitcher, er skudt helt over (eller under) kundens budget.

Lyt til kundens ønsker – hvad bliver der egentlig sagt – hvad har vedkommende behov for? Stil åbne spørgsmål, vis interesse for kundens behov,

DET GODE BRIEF

Det gode brief (kortfattet beskrivelse af opgaven) er gennemarbejdet, præcist og motiverende. Spørg ind til opgaven, for spørgsmål gør både kunden og dig klogere. Hvem er kunden/mediet/læseren? Hvor mange korrekturgange? Deadlines? Rettigheder? Gør briefet så konkret og målrettet som muligt, og undgå at fortolke. Spørg kunden, hvor det ømme punkt er, så I sammen kan løse opgaven. Sørg for, at alle parter forstår og er enige om opgaven. Et godt brief gør arbejdet lettere for alle parter og mindsker risikoen for dyre fejl.

og vær villig til at finde den bedste løsning – indenfor det aftalte budget. Når du er lydhør og lyttende, opbygger du loyalitet og et tættere forhold til kunden – og så er der større sandsynlighed for, at kunden ringer igen. Og igen.

Lyt også til kundens "sprog" – forstår I hinanden? Er kunden med på dine fagtermer? Omvendt kan kundens faglighed også være på et højere niveau end din – og så er der ingen skam i at stille spørgsmål. Det er bedre at spørge ind end at lave fejl, der kan blive tidskrævende og måske dyre at rette.

Når du er i gang med opgaven – særligt hvis det er et større projekt – kan det være en rigtig god idé at kommunikere med kunden undervejs, så I får forventningsafstemt. Vær klar til at rette eller ændre, så opgaven kan løses efter kundens ønsker og behov, men naturligvis indenfor de tidsrammer, I oprindeligt har aftalt, så økonomien hænger sammen.

OBS: Husk på, at arbejdet ikke er slut, når kunden og opgaven er i hus. Den måde, du løser opgaven på, og din dialog med kunden undervejs er en god måde at skaffe fremtidige opgaver for dig hos kunden.

Få styr på betingelser og rettigheder

Som freelancer eller selvstændig er det vigtigt at have styr på dine forretningsbetingelser. Det er de vilkår, som du ønsker skal gælde for samarbejdet mellem dine kunder og dig helt generelt. Det kan eksempelvis være omkring

betalingsbetingelser, brugs- og ophavsret, korrekturgange og filformater. Leverer du til produktionsselskaber eller TV-stationer, bør du overveje et Copydan-forbehold, så du er sikret adgang til at søge rettighedsmidler efterfølgende.

Læs mere om overdragelse af rettigheder her: journalistforbundet.dk/freelanceres-overdragelse-af-ophavsrettigheder og find konkrete eksempler på kontrakter her: journalistforbundet.dk/tekstforslag-til-overdragelse-af-ophavsrettigheder

Det er også i dine forretningsbetingelser, at du kan specificere:

- om og i så fald hvornår du kræver tillæg (for skæve arbejdstider, akutte opgaver, aflysning af opgaver etc.)
- præcis hvilke rettigheder du overdrager til kunden, og hvilke du eventuelt selv beholder
- hvordan kunden kan bruge materialet
- dine regler for kreditering
- om du tilbyder faste rabatter – og i hvilke tilfælde.

Se dine forretningsbetingelser som en hjælp til at forventningsafstemme med din kunde, inden samarbejdet for alvor går i gang. Dermed kan du også bedre sikre dig mod at bruge tid, du ender med ikke at kunne opkræve betaling for.

Du kan finde inspiration til aftalebekræftelser på: journalistforbundet.dk/aftaler-freelancere

Betalingsfrister og inkasso

Er du lønmodtagerfreelancer, vil din betaling typisk blive udbetalt månedsvis. Men der kan være stor forskel fra firma til firma på, hvilken dato i måneden de skal modtage din lønopgørelse, så husk at undersøge det, så din løn ikke kommer væsentligt senere, end du havde kalkuleret med, fordi din indberetning kom efter lønkørslen for den måned.

Som selvstændig aftaler du selv dine betalingsfrister. Nogle bruger otte dage netto kontant, andre 14 dage, 30 dage eller noget helt fjerde. Hvis du ikke sætter en betalingsfrist, kan du tidligst kræve morarenter (kompensation for forsinket betaling), når der er gået 30 dage efter fakturadatoen.

Bliver du nødt til at rykke for betaling, kan du tidligst sende en rykker dagen efter, betalingsfristen er udløbet. Der er intet loft over, hvor mange ryk- kere du må sende, men du kan højst opkræve rykkergebyr tre gange og maksimalt 100 kroner per gang. Der skal desuden gå mindst 10 dage mellem rykkerskrivelserne. Betaler din kunde ikke trods rykkere, kan Dansk Journalistforbunds inkassoafdeling sandsynligvis hjælpe dig. Kontakt da Dansk Journalistforbund på: nysag@journalistforbundet.dk

PAS PÅ, HVAD DU SIGER JA TIL

I Dansk Journalistforbund oplever vi i tiltagende grad, at medievirk- somheder præsenterer freelancere og selvstændige for et sæt leverings- betingelser, der er en forudsætning for at kunne levere til mediet. Oplever du det, så sørg for at læse dem grundigt igennem, så du forstår, hvad du accepterer, og søg gerne hjælp hos Juridisk Rådgivning i Dansk Journalistforbund.

Det er rigtig ærgerligt eksempelvis at afgive alle dine rettigheder til materialet, fordi du ikke fik læst leveringsbetingelserne grundigt nok. Vær også opmærksom på, at du ikke nødvendigvis formelt skal acceptere betingelserne. Får du dem tilsendt fra kunden og går videre med sam- arbejdet uden at gøre indsigelse, vil det opfattes, som om du accepterer betingelserne.

Nogle virksomheder præsenterer deres freelancere for betingelser, hvor du skal afgive rigtig mange rettigheder for at få lov at levere. Vær opmærksom på, at det kan betyde, at du ikke har styring med, hvor dine historier havner. Vælger du at acceptere betingelserne, så sørg for, at dine kilder er indforståede med, at historien også kan blive bragt andre steder end i det medie, du indledningsvis har solgt den til.

Det skal du også huske

⇒ Efteruddannelse

At være til stede i og bidrage til mediebilledet kræver hele tiden nye kompetencer, nye metoder, kendskab til nye programmer og -versioner og ny inspiration. Sørg for at få de nødvendige vitaminer til hovedet ved at afsætte tid og økonomi til efteruddannelse i dit budget. Dansk Journalistforbund og specialgrupperne har en lang række gratis/billige arrangementer, som kan være med til at holde dig ajour. Tjek også Mediernes Efteruddannelse (som freelancer og selvstændig har du mulighed for at få støtte gennem Dansk Journalistforbund), DMJX og andre udbydere i dit netværk.

Vær forberedt på at prioritere uddannelse ekstra højt som freelancer, da du ofte ikke har den kollegiale sparring og vidensdeling, du har på en arbejdsplads. Efteruddannelse er ikke alene kurser, men også seminarer, konferencer, netværksdeltagelse m.m. Så sørg for at indregne et fast beløb til efteruddannelse i dit budget – både hvad angår betaling for selve uddannelsen, men også så der er til løn i de dage, du bruger på det.

Overvej også, hvordan du kan tænke faglig inspiration ind i din arbejdsdag. Måske skal du begynde hver dag med at læse en artikel fra en af dine foretrukne skribenter, høre inspirerende podcasts om emner, der er særligt relevante for dig, eller researche på det nyeste udstyr og dets muligheder.

⇒ Overblik over økonomien

Bliver du selvstændig med egen virksomhed, så overvej at få en revisor, og vælg gerne en med forstand på dit hjørne af mediebranchen og ikke mindst momsreglerne, der kan være lidt mere udfordrende, afhængigt af hvilke typer

opgaver du løser. Undersøg markedet, og find en, du har en god fornemmelse af. Spørg i dit netværk efter anbefalinger (se bare, du gør det også selv).

Udgiften til en revisor kan være en stor post i budgettet, men til gengæld kan du spare tid på ikke selv at skulle gennemskue reglerne for skattefradrag, forskuds- og årsopgørelser, evt. momsafregning m.m. Vurder derfor, om du selv har styr på tingene, eller om du foretrækker at betale dig fra opgaven.

Overvej at oprette en separat konto til din virksomhed, så du holder dens økonomi adskilt fra din privatøkonomi. Hvis du bliver CVR-registreret, er der krav om, at din virksomhed skal have en NemKonto. Det kan dog godt være den samme som din personlige NemKonto.

Vil du blive klogere på reglerne i forhold til SKAT, kan du melde dig til gratis informationsmøder eller webinarer for nystartede enkeltmandsvirksomheder, ligesom du har mulighed for at bestille et personligt vejledningsmøde. Du kan finde mere information her: skat.dk/erhverv/guides-og-webinarer-til-start-ups/start-up-med-skat/for-virksomheder

Desuden har SKAT udarbejdet en guide til bogføring, hvor du kan få enkel og konkret vejledning i, hvordan du bogfører dine bilag korrekt: bogforingsguide.skat.dk

Ud over hos SKAT har du også mulighed for at få gratis rådgivning hos de seks regionale erhvervshuse.

⇒ Hav forsikringerne i orden

Vær opmærksom på, at du som freelancer eller selvstændig ikke er dækket af dine private forsikringer i arbejdstiden. Derfor skal du sørge for at forsikre dig på de relevante områder. Tag en dialog med forsikringsselskaberne, undersøg markedet, og sammenlign priser og dækninger.

Her er en række forsikringer, du bør overveje (afhængig af din situation):

- Erhvervsforsikring af udstyr m.m.
- Ulykkesforsikring
- Ansvarsforsikringer (fx erhvervsansvar, produktansvar, rådgiveransvar)
- Arbejdsskadeforsikring (lovpligtig, hvis du har medarbejdere)
- Arbejdsmarkedets Erhvervssygdomsforsikring (AES) (lovpligtig, hvis du har medarbejdere)
- Erhvervsrejseforsikring
- Sygedagpengeforsikring. (Som selvstændig har du først mulighed for at få sygedagpenge efter to uger, forudsat at du i øvrigt opfylder kravene. Men du kan tegne en forsikring, der giver ret fra første eller tredje sygedag.) Samme forsikring dækker desuden barselsdagpenge. Se mere på: indberet.virk.dk/sygedagpengeforsikring/sygedagpengeforsikring
- Gennem Dansk Journalistforbunds samarbejde med PFA Pension kan du tegne en gruppelevsforsikring, der har dækning ved dødsfald, tab af erhvervsevne og ved kritisk sygdom. Se mere på: mediernespension.dk

⇒ Godt arbejdsmiljø

Som freelancer eller selvstændig skal du være ekstra opmærksom på at passe godt på dig selv. For du har ikke en arbejdsplads med en chef, kollega, tillidsrepræsentant eller arbejdsmiljørepræsentant til at gøre det for dig. Derfor er det særlig vigtigt at være ekstra opmærksom på, hvordan du har det – både fagligt og personligt – og sætte ind, inden det går galt.

Husk det fysiske arbejdsmiljø. Mange freelancere og selvstændige arbejder hjemmefra, og så foregår en del af arbejdstiden måske ved køkkenbordet eller i sofaen med benene oppe og med en bærbar computer på skødet. Eller på opgave i timevis med mange kilo tungt udstyr fordelt på kroppen.

Sørg for, at du har ordentlige arbejdsstillinger, passer på kroppen, holder pauser og passer på din arbejdstid. Du kan læse mere om at indrette din arbejdsplads bedst muligt her: arbejdsmiljoweb.dk/ledelse-og-organisering/hjemmearbejdspladsen

⇒ Pas på stress

Freelancere og selvstændige kan også blive ramt af stress, fx fordi der er for mange opgaver – eller for få. Husk at få slappet af i hovedet og brugt kroppen, når du har fri. At være online på sociale medier i fritiden kan være lige så belastende som at være på arbejde – du kommunikerer, præsterer og slider på samme dele af hjernen, som når du arbejder.

Det er ikke en skam at få stress – men det er en skam ikke at gøre noget ved det. Dansk Journalistforbund har gode konsulenter, som gerne og gratis hjælper dig videre. Stressrådgiverne har tavshedspligt, forstår din branche og har redskaberne til at hjælpe dig, så du kommer godt gennem forløbet og de udfordringer, du kan stå overfor undervejs. Læs mere, og find gode råd til at håndtere stress i dagligdagen på: journalistforbundet.dk/stress

⇒ Spar op til pension

Det kan være oplagt som nystartet freelancer eller selvstændig at tænke, at den der pension må vente, til der bliver råd til det i forretningen. Det er et forståeligt argument, men pas på med at udsætte opsparingen for længe. Jo tidligere du kommer i gang, jo mindre skal du spare op måned for måned for at sikre en tilsvarende levestandard i din pensionsalder. Kom i gang med din pensionsopsparing ved at fastlægge nogle mål og søge individuel rådgivning, så den passer til dine eksisterende forhold og umiddelbare fremtidige behov. Husk at læse det med småt, så du ikke tror, du er dækket uden at være det.

Du kan oprette en pensionsordning, som består både af en pensionsdel og en forsikringsdel, som kan komme dig til gode, hvis din arbejdsevne svækkes, og du skal finde en ny karriere. Med en pensionsforsikring mod tab af erhvervsevne kan du understøtte dig selv økonomisk, mens du fx videreuddanner dig. Eller du kan sikre dig en kontant udbetaling, hvis du bliver ramt af kritisk sygdom. Det vil altså sige, at din pensionsordning ikke nødvendigvis udelukkende forholder sig til, hvad der sker, når du bliver folkepensionist.

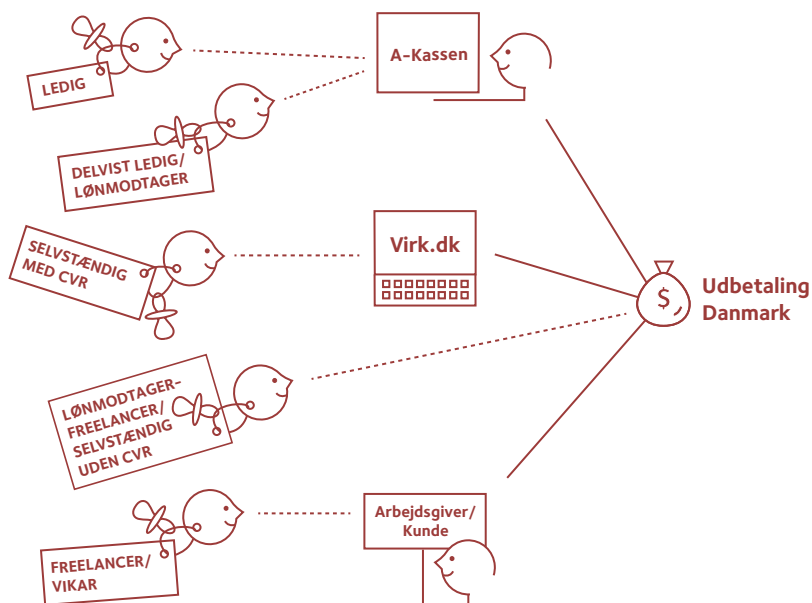
Dansk Journalistforbund samarbejder med PFA Pension og Danica Pension i Mediernes Pension, hvor du også har mulighed for at tage del i en gruppe-livsforsikringsordning. Se mere på: mediernespension.dk

Du kan se, hvordan ordningen dækker, her:

pfa.dk/companies/mediernes-pension/gruppeforsikring/daekning

⇒ På barsel

Hvis du arbejder helt eller delvist som freelancer eller selvstændig, kan du have ret til barselsdagpenge. Din vej til barselsdagpenge afhænger af, hvordan du arbejder. Det er Udbetaling Danmark, der administrerer barselsdagpengene, og din indgang til dem kan groft sagt opstilles sådan her:



Du kan læse mere om regler og krav her:

journalistforbundet.dk/barsel-freelancere-og-selvstaendige

Vær særligt opmærksom på reglerne omkring din beskæftigelse umiddelbart op til din barsel.

Som lønmodtagerfreelancer skal du have været tilknyttet arbejdsmarkedet uafbrudt, de sidste 13 uger før din barsel begynder, og du skal have haft mindst 120 arbejdstimer i perioden for at være berettiget til barselsdagpenge. Du må gerne arbejde for flere forskellige arbejdsgivere i perioden, men der må ikke være tidspunkter, hvor du ikke er ansat. Sørg for at kunne dokumentere din arbejdstid med lønsedler, arbejdsplaner el.lign.

Som selvstændig skal du have drevet selvstændig virksomhed i mindst seks af de foregående 12 måneder og have arbejdet mindst halvdelen af den normale overenskomstmæssige arbejdstid. Desuden skal du have arbejdet den seneste måned forud for din barsel. Du har mulighed for at genoptage arbejdet delvist under din barsel, hvis du måtte ønske det. Du er dog lovmæssigt forpligtet til at holde helt fri i de første to uger efter fødslen.

Er du gravid, eller planlægger du at blive det (eller skal du være far/med-mor), er du velkommen til at kontakte Juridisk Rådgivning på:

jura@journalistforbundet.dk og få rådgivning om din konkrete situation.



Du øger din chance for succes, hvis du...

1

Hjælper din kunde med at finde de løsninger, kunden burde have, men ikke selv er opmærksom på – og skaber dermed værdi i kundens forretning

2

Overholder aftaler og deadlines

3

Kommer til tiden til møder

4

Svarer hurtigt på mail/telefon, så kunden føler sig tryk

5

Bruger autosvar, hvis mailen ikke bliver tjekket i perioder (over en halv til en hel dag, afhængigt af din sædvanlige svartid)

6

Leverer i det aftalte format

7

Bruger professionelle løsninger i markedsføringsmateriale/billeder/website m.m. (Lign en virksomhed, du selv gerne vil handle med)

8

Er ærlig, troværdig og nærværende

9

Gerne stiller spørgsmål – i stedet for at risikere fejl

10

Kender dit værd – og står ved det!



DJ BIZ

– kan gøre dig klogere på din forretning

En gang om året har du mulighed for at få en BIZ Sparring, som er en times rådgivning dedikeret til dig og din forretning. Du kan vælge mellem en Opstartssamtale (hvis du er ny freelancer eller selvstændig) og en Forretningsudviklingssamtale (hvis du er i gang, og trænger til at give din freelanceforretning et serviceeftersyn).

Se mere om BIZ-Sparring på:

journalistforbundet.dk/biz-sparring-freelancere-og-selvstaendige

Dansk Journalistforbund tilbyder desuden en række kurser, der kan være relevante for dig som freelancer eller selvstændig.

BIZ Intro er for dig, der gerne vil have grundprincipperne omkring opstart på plads, mens BIZ Kickstart er fire dages intensivt forretningsudviklingskursus for både nystartede og etablerede.

Find alle BIZ-kurserne i arrangementskalenderen på:

journalistforbundet.dk/events

Få kontakt til andre i samme situation

Som freelancer og selvstændig kan man nemt komme til at føle sig alene. Derfor kan det være rart at være i forbindelse med andre, der er i en tilsvarende situation. Dem kan du bl.a. komme i forbindelse med gennem Dansk Journalistforbund. Specialgrupperne har mailinglister og/eller Facebookgrupper, hvor du som medlem kan søge råd og vejledning blandt andre medlemmer.

Journalistforbundet rummer følgende specialgrupper:

Forbundet for Influenter & Bloggere – for DJ-medlemmer, der blogger eller er influencer.

journalistforbundet.dk/forbundet-influenter-bloggere

Forum for Billedmedieoversættere – for oversættere, tekster, versionister, dubbere, synstolke og andre medieoversættere.

fbo-dj.dk

DJ:Fotograferne – For fotografer, der arbejder som ansatte eller freelancer inde for alle fotografiets discipliner.

djfotograferne.dk

FreelanceGruppen – for medierbejdere, der som hovederhverv arbejder freelance med tekst, foto, radio/tv, kommunikation, illustration/grafik og web.

freelancegruppen.dk

DJ Kommunikation – for kommunikatører, der arbejder med trykt og elektronisk kommunikation samt kommunikationsrådgivning.

djkommunikation.dk

Organisationsgruppen – for medierbejdere, der arbejder for blade udgivet på tryk eller internet af arbejdsmarkeds- og interesseorganisationer.

organisationsgruppen.dk

FILM & TVGRUPPEN – for medierbejdere, der hovedsagligt beskæftiger sig med produktion af levende billeder, herunder tv-produktion.

tvgruppen.dk

Visuelt Forum – for medierbejdere, der beskæftiger sig med visuel formidling – fx layout, grafisk design, illustration, webdesign, interaktivt design eller nyhedsgrafik.

visueltforum.dk

Danske Mediestuderende – for studerende, der læser inden for det medie- og kommunikationsfaglige område.

journalistforbundet.dk/danske-mediestuderende

Derudover har Dansk Journalistforbund tre specialforeninger, som dækker medlemmernes professionelle arbejdsområder:

Pressefotografforbundet – for professionelle fotografer, der primært har fotojournalistik som deres arbejdsområde.

pressefotografforbundet.dk

Danske Bladtegnere – for medierbejdere, der på beskrivende eller kommenterende vis tegner til digitale og trykte medier.

danskebladtegnere.com

Journalisterne i DJ – for medierbejdere, der arbejder med journalistik.

journalistforbundet.dk/journalisterne-i-dj

Du skal være organisatorisk medlem (O-medlem) af én specialgruppe eller kreds, og derudover kan du være interessenmedlem (I-medlem) af en eller flere specialgrupper, hvis din interesse og nysgerrighed rækker ud over dit O-medlemskab.

Hvis du er i tvivl om, hvor du er organiseret, eller du gerne vil skifte gruppe, så kontakt medlemsafdelingen i Dansk Journalistforbund på:

medlem@journalistforbundet.dk

Linksamling

Find alle links fra pjecen her:

OBS:

Alle links i denne brochure var korrekte og aktuelle ved opdatering 14.10.2024.

Er der links, som ikke virker, kontakt std@journalistforbundet.dk

Hvordan skal du organisere dig?

<https://info.skat.dk/data.aspx?oid=1947097>

<https://journalistforbundet.dk/lonmodtager-eller-selvstaendig>

<https://journalistforbundet.dk/kurser-freelancere-og-selvstaendige>

<https://journalistforbundet.dk/biz-sparring-freelancere-og-selvstaendige>

Læg en forretningsplan

<https://virksomhedsguiden.dk/erhvervsfremme/content/ydelser/beskriv-og-test-din-forretningside/c1cdc809-27f8-4ae7-90a4-7943da445513/>

Når du møder faste priser

<https://journalistforbundet.dk/find-din-tillidsrepraesentant-og-overenskomst>

Fastsæt den rette pris

<https://journalistforbundet.dk/loenstatistik>

<https://journalistforbundet.dk/vejledende-vilkar-freelancejournalistik-lonmodtagerstatus>

<https://journalistforbundet.dk/mediaaftalerne>

Brug dit netværk

<https://journalistforbundet.dk/netvaerk>

Hvor er du? Din kunde leder efter dig

<https://find-freelancer.dk>

Sæt tid af til salgsarbejdet

<https://journalistforbundet.dk/events>

Få styr på betingelser og rettigheder

<https://journalistforbundet.dk/freelancers-overdragelse-af-ophavsrettigheder>
<https://journalistforbundet.dk/tekstforslag-til-overdragelse-af-ophavsrettigheder>
<https://journalistforbundet.dk/aftaler-freelancere>

Overblik over økonomien

<https://skat.dk/erhverv/guides-og-webinarer-til-start-ups/start-up-med-skat/for-virksomheder>
<https://bogføringsguide.skat.dk>

Hav forsikringerne i orden

<https://indberet.virk.dk/sygedagpengeforsikring/sygedagpengeforsikring>
<https://mediernespension.dk>

Godt arbejdsmiljø

<https://arbejdsmiljoweb.dk/ledelse-og-organisering/hjemmearbejdspladsen>

Pas på stress

<https://journalistforbundet.dk/stress>

Spar op til pension

<https://mediernespension.dk>
<https://pfa.dk/companies/mediernes-pension/gruppeforsikring/daekning>

På barsel

<https://journalistforbundet.dk/barsel-freelancere-og-selvstaendige>

DJ BIZ kan gøre dig klogere på din forretning

<https://journalistforbundet.dk/biz-sparring-freelancere-og-selvstaendige>
<https://journalistforbundet.dk/events>

Kontakt til andre i samme situation

<https://journalistforbundet.dk/forbundet-influenter-bloggere>
<https://fbo-dj.dk>
<https://djfotograferne.dk>
<https://freelancegruppen.dk>
<https://djkommunikation.dk>
<https://organisationsgruppen.dk>
<https://tvgruppen.dk>
<https://visueltforum.dk>
<https://journalistforbundet.dk/danske-mediastuderende>
<https://pressefotografforbundet.dk>
<https://danskebladtegnere.com/>
<https://journalistforbundet.dk/journalisterne-i-dj>

