

Moin, Frau Janzen,

gerade in letzter Zeit wird viel über die nachträglichen Erhebungen von Abgaben zur Künstler- und Sozialkassen spekuliert. Ja, Unternehmen müssen diese Abgaben zahlen, für die Beauftragung von Janzen & Partner müssen Sie diese Abgaben nicht zahlen – mehr dazu im Bericht! Sind Sie schon ein „twitter“? Eine andere Form der Unterhaltung für Fußballfans: Ab der nächsten Saison haben alle Mannschaften eines gemeinsam – was, das erfahren Sie hier im Newsletter.

Viel Unterhaltung und einen guten Start in den beginnenden Frühling wünscht das Team von

Janzen & Partner

UNSERE THEMEN

- ➔ Heuteschonge-twitteert?
- ➔ Neues J&P Referenzvideo online
- ➔ Internet-Tipps für Mittelständler, kurz zusammengefasst:
- ➔ Und nochmal Internet: Social Media Nutzung in Unternehmen
- ➔ Husum wird lila
- ➔ Künstler- und Sozialkassen – die wichtigsten Fragen und Antworten
- ➔ Marken machen – und für die Zukunft fit sein
- ➔ Bundesliga: Miteinander im Ball Millionen verdienen
- ➔ Heimaturlaub im Trend
- ➔ Warum unbedingt 300 dpi?

Heuteschonge-twitteert?



Einem noch jungen Form der Unterhaltung über das Netz ist das „twittern“. Unter Jugendlichen wird es immer beliebter und sicher haben Sie auch schon davon gehört. Wenn nicht: Dies ist eine einfache Definition: Twitter ist ein soziales Netzwerk und ein Mikro-Blogging-Dienst. Angemeldete Benutzer können Textnachrichten mit maximal 140 Zeichen senden und die Nachrichten anderer Benutzer empfangen. Die Nachrichten werden „Updates“ oder „Tweets“ (engl.: tweet, deutsch: zwitschern) genannt. Das soziale Netzwerk beruht darauf, dass man anderen Benutzern folgt (engl.: „following“), das heißt die Updates anderer Benutzer abonniert. Benutzer, die die eigenen Updates folgen, nennt man „Follower“. Auf der Twitter-Startseite kann man Updates eingeben und die Personen, denen man folgt, nach der Zeitsortierung entscheiden, ob die Updates allen zur Verfügung stehen oder den Zugang auf eine Freundesgruppe beschränken will. Die zentrale Frage und das Prinzip lautet: Wasmachst Du gerade? Und alle antworten... Der erfolgreichste Twitterist ist wohl Barack Obama – ihm folgen bereits 429.856 Freunde. Twitter ist eine eingetragene Marke und stammt von einer Paar junger Softwareentwickler aus Kalifornien.

- www.twitter.com
- www.mywebz.de
- www.webworkblogger.de

Auf www.janzen.de finden Sie unser Referenzvideo. Die Umsetzung kommt von unserer Schwesteragentur www.new-communication.de. Schauen Sie doch mal rein.

Möchten Sie auch "bewegte Bilder" in Ihrem Web auftritt? Rufen Sie an unter 04841-77040 oder schreiben Sie eine Mail an sj@janzen-werbung.de.

[zum Seitenanfang](#)

Internet-Tipps für Mittelständler, kurz zusammengefasst:



- Immer mehr Erstkontakte laufen über das Internet. Sie sollten sicherstellen, dass Sie eine suchmaschinenoptimierte Präsenz im Internet haben.
 - Das Internet ermöglicht eine Reichweite über den regionalen und nationalen Markt hinaus. Als Könnendurchaus auch Nischen beworben werden!
 - Behalten Sie die Risiken im Visier: Das Ausforschen von Personen und Daten nimmt weiter zu. Schaffen Sie daher für Ihr Unternehmen Regeln, die ein Mindestmaß an Privatsphäre sichern.
 - Für immer mehr Menschen ist Internet, Leben, Arbeit, Spiel normal, untrennbar und vor allem lebenswichtig. Sie sind so aufgewachsen und nehmen viele Themen im Leben spielerisch.
 - Jede Branche ist eine Hightech-Branche – selbst traditionelle Dienstleistungen können nicht mehr auf moderne Technologien verzichten.
 - Pillen neben dem Kaffee... schon jetzt hat jeder Discounter seine Online-Apotheke – gerade Produkte wie Rollstühle, Rollator etc. laufen sehr gut!
- Quellen: Trendletter – Rückblick aus dem Jahr 2023, Absatzwirtschaft 01/09

[zum Seitenanfang](#)

Und nochmal Internet: Social Media Nutzung in Unternehmen

In Social Media Diensten kommt es immer öfter vor, dass Menschen über ihren Arbeitsplatz, Arbeitskollegen oder sogar seinen Arbeitgeber sprechen. Dies kann eini- ge unangenehme Folgen mit sich ziehen.

Aktuelles Beispiel: Einige Mitarbeiter der britischen Supermarktkette Tesco hatten sich in "Facebook" besonders abfällig über Kunden geäußert. Dies führte zu Abmahnungen. Im letzten Jahr kam es sogar zu 13 Entlassungen bei einer Fluglinie, da sich Mitarbeiter beim gleichen Dienst über die Sicherheitsregelungen ausgelassen haben. (Quelle: Business thinking)

Was die beiden Beispiele aber deutlich machen ist, dass es in Unternehmen oft noch keine Regelung mit den Mitarbeitern gibt, wie sie in der Öffentlichkeit über das Unternehmen etc. gesprochen wird. Auch ein NDA (Vertraulichkeitsvereinbarung) zeigt hier anscheinend derzeit nicht genügend Wirkung.

Unternehmen müssen hier stark umdenken, denn Mitarbeiter haben. Statistiken zeigen, dass mindestens ein Account bei einem Social Media Dienst betreiben und dies nicht nur erst seit gestern. Auch mittelständische Unternehmen sollten sich daherschnell daran machen, passende Richtlinien für Mitarbeiter aufzustellen, die transparent aufzeigen, welche Äußerungen gegenüber der Arbeit gestattet sind und welche nicht. Und natürlich auch welche Konsequenzen zu erwarten sind. Deutsche Großunternehmen aus der Chemie-, Lebensmittelhandlung, Pharma- und Automobilbranche haben dies schon.

de.wikipedia.org
www.socialmediapreview.de
www.socialmedia.biz

[zum Seitenanfang](#)



Es ist mal wieder soweit. In Husum blühenderzeit indestens vier Millionen Krokusse. Am Wochenende, den 21. und 22. März, star tete ein großes Fest mit verkaufsoffenem Sonntag, historischem Handwerk und Markt im Schlosspark und vielen weiteren Attraktionen rund um die lila Pflanze. Ein schönes Beispiel, wie man in dieser Zeit viele Menschen mobilisiert und auch die regionalen Unternehmen profitieren. Buslad ungen von Menschen werden an den Schlosspark von überall her gebracht. Die kleine Hafenstadt ist voll von Besuchern, die sich an der lila Pracht erfreuen, eine Krokusblütenkönigin wird am Samstag auf der Treppe des alten Rathauses gekrönt und die Hotels sind gut gebucht. Das alles wegen der kurzen Blütenpracht einer kleinen, lila Pflanze. Schauen Sie doch mal vorbei!

[zum Seitenanfang](#)

Künstlersozialkasse – die wichtigsten Fragen und Antworten

Aktuell und wichtig für alle Unternehmen:

Wann sind Unternehmen an die Künstlersozialkasse abgabepflichtig? Gerade im letzten Jahr wurden viele Unternehmen von der Deutschen Rentenversicherung angeschrieben und aufgefordert, die Abgabe zur Künstlersozialkasse zu leisten – und das rückwirkend für die letzten 5 Jahre! Wie ist die Rechtslage? Müssen Unternehmen auch für die Beauftragung einer Werbeagentur oder nur für „freie Künstler“ bezahlen? Die Verunsicherung ist groß. Kurz: Für unsere Leistung bzw. auf unsere Rechnung zahlen Sie KEINE extra Abgaben. Lt. Gesetz sind Aufträge an juristische Personen des privaten oder öffentlichen Rechts (z. B. GmbHs, AGs, e.V., öffentliche Körperschaften oder Anstalten) und an Personengesellschaften in der Rechtsform der OHG oder KG beitragsfrei. Wir hingegen zählen die KSK für Leistungender freien Personen, die für uns beschäftigt sind, z. B. Fotografen, Texter, Designer. Außerdem beschäftigt J&Pz. B. feste Grafiker, für die wir natürlich die Sozialabgaben tragen.

Grundsätzlich Jedes Unternehmen, das künstlerische Leistungen an „freie“ in Auftrag gibt und verwertet, muss auf die gezahlten Entgelte eine Abgabe in Höhe von z. Zt. 4,4% (in 2009 – jedes Jahr unterschiedlicher Prozentsatz!) an die KSK leisten. Zu diesen Leistungen zählen z. B. selbstständige Grafiker, Designer, Webdesigner, Fotografen, Redakteure, Journalisten, Musiker, Maler oder auch Werbeagenturen, die z. B. eine Personengesellschaft sind.

Gesetzliche Neuregelung Viele Unternehmen (und auch Künstler im Sinne dieses Gesetzes) wissen gar nicht, dass Sie verpflichtet sind, die KSK-Abgabe zu zahlen. Mit dem 3. Gesetz zur Änderung des Künstlersozialversicherungs Gesetzes (3. KSVG-Novelle) ist am 22. März 2007 vom Gesetzgeber die verschärfte Prüfung der Unternehmen, die künstlerische Leistungen nutzen und verwerten, hinsichtlich ihrer Abgabepflicht beschlossen worden. Künftig wird diese Prüfung in der Regel nicht mehr von der KSK, sondern von der Deutschen Rentenversicherung (DRV) übernommen, die auch die Prüfung in Bezug auf die übrigen Sozialversicherungszweige vornimmt. Auf diese Weise wird der Kreis der geprüften Unternehmen erheblich ausgeweitet. Auch können künftig höhere Bußgelder erhoben werden, wenn ein abgabepflichtiges Unternehmen seiner Abgabepflicht nicht nachkommt. Bisher wurden Bußgelder bis zu einer Höhe von 5000 Euro erhoben. Nach der Neuregelung können sie (je nachdem, ob Meldungen nicht abgegeben, Aufzeichnungen nicht geführt oder Auskünften nicht erteilt wurden) bis auf 50.000 Euro erhöht werden. (Quelle: IHK)

In welcher Höhe entsteht die Künstlersozialabgabe? Die Künstlersozialabgabe ist auf alle Entgelte (inkl. I. Auslagen und Nebenkosten) zu zahlen, die an selbstständige Künstler und Publizisten gezahlt werden. Dabei ist es unerheblich, ob der Auftraggeber der Künstlersozialkasse (KSK) versichert ist oder ob der Künstler seine Leistung nebenberuflich bzw. nichtberufsmäßig anbietet. Nicht zu berücksichtigen sind die gesondert ausgewiesene Umsatzsteuer des „Künstlers“, Reisekosten und andere steuerfreie Aufwandsentschädigungen. Die Höhe der Künstlersozialabgabe wird jährlich vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales nach dem aufzubringenden Beitragsvolumen ermittelt und per Verordnung festgesetzt. Für das Jahr 2009 sind 4,4% festgelegt.

Markemachen – und für die Zukunft fit sein

Der Leitsatz „Wir machen Marken“ prägt seit nunmehr 19 Jahren Janzen & Partner. Wichtig ist aber nicht nur eine Marke zum achen, sondern diese auch am Leben zu erhalten und zukunftsfähig zu machen. Oftmals sind wir erschrocken, wie schnell eine Marke oder ein Unternehmen menschafft, sich selbst zu degradieren. Und: Eine Marke dieses nicht htbewegt, wirkt starr. Wichtig ist, dass bei aller Innovation der Markenke rnerhalten bleibt. Eine strategische Ausrichtung und eine ständige Anpassun gandiese Richtlinien sind wichtig. Dies soll teaucheine Sache der Gesch äftsführungsebene sein – in Zusammenarbeit. B. mit der betreuenden Agentu r, die danneine strategische Denke haben muss. Um nureinpaarstra tegische Grundregeln zu nennen:

1. Schaffen Sie ihre eigene Nische, Ihr Alleinstell ungsmerkmal. Fragen Sie externe: „Ist das USP wirklich einmalig – oder denk eich das nur?“
 2. Lassen Sie z. B. eine Benchmarkanalyse erstellen – wers sind Ihre Wettbewerber, was machen die besser, anders und wie können Sie mit Ihrer Marke punkten. Seien Sie kritisch.
 3. Welchen Charakter hat Ihre Marke? Denn nur Marke n mit Charakter werden bemerkt, sind etwas Besonderes und somit f ür den Kunden auch begehrenswert und sinnvoll.
 4. Ist die Marke konsequent in Farbe, Stil, Symboli kund Sprache? Wird Sie immer wieder erkannt oder „mal so, mal anders, mal g ar nicht“.
- Mehr strategische Hinweise geben wir Ihnen gerne!

Bundesliga: Miteinander im Ball Millionen verdienen



Ab der Spielzeit 2010/11 wird es eine einheitliche n Ball für die Fußballprofis geben. Die Lizenz Ausschreibung für die erste und zw eite Bundesliga läuft seit dieser Woche. Es wird ein Millionenerlöser war tet für die DFL. Denn natürlich muss der Lizenznehmer einen nicht unerhebl iche Summe für die Ehre zahlen. Dies er kann dann aber wieder um mit ein em guten Marketingkonzept daran verdienen, z. B. Replikades Balles. In den Stadien rollen zur Zeit Bälle von zehn unterschiedlichen He rstellern. Das Ausland hat diese Regelung vorgemacht. So zahlte u. a. Puma der ranzösischen Liga 3,5 Millionen Euro, Nike der englischen sogar 7 Million en Euro. Warten wir also

Quelle: W&V, Nr. 11

Heimurlaub im Trend

Laute in aktuellen Studien des KfA wurden auch 200 8 wieder mehr Wohnmobile zugelassen. Insgesamt 20.900 zum Vorjahr -19.700. Das Fernweh ist groß und vor allem das neue „Heimatgefü hl“. Gerade ging die große Tourismusmesse ITB zu Ende und auch dort wurd e vermehrt ein Interesse an deutschen Zielen verzeichnet. Denn ein es muss klar sein: Durch Urlaub im eigenen Land kurbeln wir unsere Kon junkturen, lernen interessante Gegenden kennen und auch vielleicht neue Bekannte, die um die Ecke wohnen. Warum nicht mal mit den Kindern in nen Urlaub mit Kultur, schönem Essen und viel Geschichte in Form von Ritte rburgenerleben? In der Pfalz gibt es viele Ideen. Spannend kann auch s ein: Watt wandern mit Rangern bei uns an der Nordsee oder eine Ostsee-Häf en-Entdeckungstour.



ErlebenSieDeutschland!

www.entdecke-eine-burg
www.burgenreich.de/
www.burg-eltz.de
www.watterleben.de
www.wattwandern.de
www.balticsailing.de
www.ostsee-schleswig-holstein.de

[zumSeitenanfang](#)

Warumunbedingt300dpi?



WirerhaltenoftKundenfotos,diefürdenDrucklei derungeeignetsind.

SindBildernämlichinzukleinerAuflöserstell twordenundmüssensie
spätergrößerausgegebenwerden,kommteszuunerwü nschten,sichtbaren
PixelbildungenimBild.MiteinpaarwenigenHandgr iffenbzw.
VoreinstellungenbeimnächstenFotografierenoderS cannenlässt sichdies
vermeiden.Zubeachtenist:

BeimFotografierenmiteinerDigitalkamerasolltem an,bevorman
„losschießt“,dieEinstellungenbezüglichderPixel größeüberprüfen
(Richtgrößensieheunten).NeueEinstellungendesD atenträgersbzw.
RechnerskönnendieGrößedesBilideswiederverände rnbzw.verkleinern.
AlsodieBildernurvonderKamerakopierenundnic htneusichern!

BeimScannensolltemandaraufachten,dasBildmin destensin
OriginalgrößeundmiteinerAuflösungvon300dpi einzuscannen.Beieinem
Passbild(odereinemähnlichkleinenBild)empfehl tessich,dasBildaufdie
doppelteGrößeinzuscannen.Vorsicht:dieAusgabe rößemussnachwie
vorbei300dpiliegen!SogroßmüssenBildersein, damitsietechnischfür
denOffsetdruckgeeignetsind:

DINA3–42x29,7cm–4960x3508Pixel
DINA4–29,7x21cm–3508x2480Pixel
DINA5–21x14,8cm–2480x1754Pixel
DINA6–14,8x10,5cm–1754x1240Pixel
DINA7–10,5x7,4cm–1240x878Pixel

[zumSeitenanfang](#)

- [➔ Newsletterabbestellen](#)
- [➔ Newsletterbezugändern](#)
- [➔ Online-Ansicht](#)

IMPRESSUM

Herausgeber:

Janzen&PartnerWerbeagenturGmbH&Co.KG

HRA1595HU
St.-Nr.1728168053

VertretendurchdieKomplementärin
NewCommunicationManagementGmbHKiel
(HRB5575KI)

Geschäftsführer:

SilviaJanzen,SörenMohr

Erscheinungsweise:quartalsweise

Janzen&PartnerWerbeagenturGmbH&Co.
KG

Norderschlag61
25813Husum/Nordsee

Fon:04841-7704-0
Fax:04841-7704-10

www.janzen.de
info@janzen.de

Verantwortlichgem.§10Abs.3MDSStV:
SilviaJanzen,SörenMohr

DerInhalt,dieDarstellungundGestaltungdieserS
öffentlichenWiedergabe,VervielfältigungundVerbr
ohnevorherigeBearbeitungderDatenerlaubt.Fürd

eitesindurheberrechtlichgeschü tzt.JedeFormder
eitungistnurmitvollständigerQuellenangabeund
ieRichtigkeitundVollständigkeitsämtlicher

Inhalte und Darstellungen in diesem Newsletter
& Co. KG keine Gewähr.

bernimmt die Janzen & Partner Werbeagentur GmbH

