DOKUMENTATION

IQ-HERBSTFORUM

**QUALITÄT DER QUALIFIKATION:
IMPULSE ZUR JOURNALISTENAUSBILDUNG**

AM 14. OKTOBER 2013 IN BERLIN

Das siebte Herbstforum der Initiative Qualität
wurde ermöglicht mit Unterstützung von

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV)
Deutsche JournalistInnen-Union in ver.di (dju)
Deutscher Journalisten-Verband (DJV)
Deutschlandradio (DLR)
Landesanstalt für Medien NRW
Stiftung Pressehaus NRZ

Redaktion und
Kontakt zur Initiative Qualität (IQ)

Ulrike Kaiser
DJV-AG Bildung und Qualität
info@ulrike-kaiser.de

c/o DJV
Bennauerstraße 60
53115 Bonn
Tel.: 0228/2017218
Fax: 0228/2017233
hob@djv.de
www.initiative-qualitaet.de

Inhaltsverzeichnis

		Seite
Programm		**4**
Einleitung	Werner Lauff, Moderator des IQ-Herbstforums	**6**
Grußwort	Dr. Willi Steul, Intendant Deutschlandradio	**7**
Impuls	Alte Werte, neue Kompetenzen – was sich in der Journalistenausbildung ändern muss Prof. Dr. Michael Steinbrecher, TU Dortmund	**11**
Panels/Zusammenfassungen		
Panel I	Volontariat: Reformstau auf dem Königsweg	**24**
Panel II	Buntes Treiben auf dem Campus: Studium zwischen Modell und Mode	**26**
Schlusswort	Ulrike Kaiser, Initiative Qualität	**28**
Arbeitsmaterialien (Auswahl)		
Daten und Diskussionsbeiträge zur journalistischen Ausbildung		**30**
Panel I	Volontariat: Reformstau auf dem Königsweg	**52**
Panel II	Buntes Treiben auf dem Campus: Studium zwischen Modell und Mode	**64**
Literaturtipps		**76**
Tweets (Auswahl)		**77**
IQ-Presseinformationen		**79**
Medienecho (Auswahl)		**83**
Referentinnen und Referenten		**92**
Teilnehmerliste		**98**

14. Oktober 2013 im Deutschlandradio Funkhaus Berlin

Qualität der Qualifikation – Impulse zur Journalistenausbildung

Journalistinnen und Journalisten brauchen mehr denn je eine fundierte Ausbildung, um ihre Aufgaben kompetent und professionell wahrnehmen zu können. Das stellt hohe Anforderungen an die Anbieter von Aus- und Weiterbildung – an die Medienunternehmen mit ihren Volontariaten ebenso wie an Hochschulen und Akademien. Mit welchen Konzepten reagieren sie auf Veränderungen in der Medienbranche, auf Digitalisierung, Social Media und neue Strukturen des Arbeitsmarktes? (Wie) muss sich Ausbildung neuorientieren, um auf die Medienzukunft vorzubereiten?

Programm

11.00 Uhr **Grußwort**

Dr. Willi **Steul**,
Intendant Deutschlandradio, Berlin

11.15 Uhr **Impulsreferat**

Prof. Dr. Michael **Steinbrecher**,
Institut für Journalistik, Technische Universität Dortmund

12.00 Uhr **Panel I**
Volontariat: Reformstau
auf dem Königsweg

Diskussion mit
Michael **Geffken**, Leipzig School of Media
Annette **Hillebrand**, Akademie für Publizistik, Hamburg
Christian **Lindner**, Rhein-Zeitung, Koblenz
Prof. Dr. Ulrich **Pätzold**, Berlin
Maximiliane **Rüggeberg**, Nordbayerischer Kurier, Bayreuth

13.30 Uhr Imbiss

14.15 Uhr **Panel II**
Buntes Treiben auf dem Campus:
Studium zwischen Modell und Mode

Diskussion mit
Prof. Dr. Beatrice **Dernbach**, DGPuK-Fachgruppe Journalismus
Jana **Lavrov**, freie Journalistin, Berlin
Prof. Dr. Klaus **Meier**, Universität Eichstätt
Jörg **Sadrozinski**, Deutsche Journalisten Schule, München
Prof. Dr. Stephan **Weichert**, Macromedia/ Hamburg Media School

16.00 Uhr **Schlusswort und Ausblick**

Ulrike **Kaiser,** IQ-Sprecherin

Tagesmoderation

Werner **Lauff,**
Publizist und Medienberater, Düsseldorf

Tagungsadresse: Deutschlandradio, Hans-Rosenthal-Platz, 10825 Berlin
Telefon: 030 8503-6161, Fax: 030 8503-6168

Einleitung

Werner Lauff
Moderator des IQ-Herbstforums

Herzlich willkommen zur „Qualität der Qualifikation – Impulse zur Journalistenausbildung“, einer Veranstaltung der Initiative Qualität im Journalismus. Das Thema ist von großer Relevanz. Die Ausbildung von heute entscheidet über den Journalismus von morgen Wer heute in den Redaktionen oder in den schulischen und universitären Einrichtungen solides Handwerk vermittelt (Recherche, Schreibe, Digitalkompetenz) und dazu die notwendigen Werte (Sorgfalt, Verantwortung, Ethos), der erfüllt zwar keine allein hinreichende, aber doch eine notwendige Bedingung für Qualität.

Lernen ohne Nachhaltigkeit führt zu Journalismus ohne Orientierung, anders ausgedrückt: Gute Ausbildung ist für Journalismus konstitutiv.

Darüber sprechen wir heute. Über die Realität, die Praxis und über notwendige Veränderungen der Journalistenausbildung. Ich darf Sie durch diese Gespräche führen.

Ich gehörte – nebenbei gesagt – BDZV-seitig der Verhandlungsgruppe an, die den ersten Ausbildungstarifvertrag für Volontäre ausgehandelt hat, das war 1990; Ulrike Kaiser war dabei, saß mir aber gegenüber.

Wir sind Gäste im RIAS-Funkhaus sozusagen. Natürlich ist das lange nicht mehr das RIAS-Funkhaus (in diesem Saal hat an derselben Stelle Hans Rosenthal gestanden), heute ist es das Berliner Funkhaus des Deutschlandradios. Wir sind froh und dankbar, dass wir erneut bei Ihnen tagen dürfen. Und hier ist Ihr Gastgeber, bitte begrüßen Sie mit mir den Intendanten des Deutschlandradios, Dr. Willi Steul.

Grußwort

Dr. Willi Steul
Intendant Deutschlandradio

(Geringfügig bearbeitete Fassung des frei gesprochenen Worts)

„Qualität der Qualifikation“ – dies ist tatsächlich das wichtigste Thema, das man unter Journalisten diskutieren kann. Unser Beruf ist nicht nur ein Handwerk. Wie ich finde, ist es in erster Linie ein Handwerk. Aber zu diesem Handwerk führt uns keine Wissenschaft, und zu diesem Handwerk muss das hinzukommen, was das Wesentliche ist, und Sie haben es vorhin gerade skizziert: das Nachdenken darüber, warum machen wir etwas, wie machen wir etwas, sozusagen das große Wort „Ethik im Journalismus“.

Ich selbst habe gerade noch daran gedacht: Ich habe meine Journalistenausbildung unter anderem in dem Münchner Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses erhalten, und dort ist ein wesentlicher Teil der Ausbildung, dass man sich immer wieder darüber vergewissert und darüber diskutiert, wie machen wir was und warum. Und ich glaube, das ist auch das Wesentliche, was uns im Alltag (wo uns nicht immer die Zeit bleibt, über die großen Fragen nachzudenken) immer wieder bewusst werden, bewusst bleiben muss.

Journalistinnen und Journalisten brauchen mehr denn je eine fundierte Ausbildung. Wir alle nehmen wahr, wie sich die Medien rasant und stark verändern, Stichwort: Internet. Ich behaupte einmal, dass wir alle noch nicht wissen, wie dieses Medium am Ende die anderen Medien verändern wird. Gelegentlich glaube ich, dass wir zu viel Hype um das Internet machen. Aber es ist ganz sicher, dass wir uns mit diesem Medium verstärkt auseinandersetzen müssen, das heißt auch: Wie integrieren wir das in die Ausbildung von Journalisten?

Die Volontäre, die von uns im Deutschlandradio ausgebildet werden, und das nehmen alle von uns wahr, die wissen oft im Umgang mit diesem Medium bereits mehr als die, die sie ausbilden. Und sie wissen in jedem Fall mehr als ich, der mit seinen Entscheidungen die Entwicklung wesentlich beeinflusst. Ich kann zwar mit diesem Instrument nicht so umgehen wie die jungen Leute. Aber ich habe schon Fantasie, mir vorzustellen, wie wir dieses andere Medium in unserem klassischen Medium einbauen müssen. Unsere klassischen Medien, Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen, werden sicher noch sehr lange so grundsätzlich bleiben wie sie sind, aber sie werden sich in der Nutzung dieses neuen Mediums verändern. Dabei sind sie gar nicht mehr so neu, denn, wie gesagt: Die jungen Leute, die wir ausbilden, kommen zu uns und wissen schon oft mehr als die, von denen sie ausgebildet werden.

Die jungen Leute gehen sehr unbefangen damit um. Unseren beiden letzten Volontärsjahrgängen haben wir ermöglicht, eigene Online-Projekte auf die Beine zu stellen, und wir alle haben davon gelernt. Das waren Reportagen, die natürlich auch gesendet wurden im klassischen Medium, aber die dann umgesetzt wurden in einer anderen Form im Internet. Im Mit-

telpunkt zum Beispiel „Umsteigeland“, eine Reportagereise entlang der deutsch-polnischen Grenze, oder auch (das war ein zweites Projekt) eine Reportagereise zur Energiewende. Nebenbei bemerkt: Soziale Medien wie Facebook, Twitter, Blogs zur Bundestagswahl oder zu Europa oder zu Sonderprojekten sind bereits seit gut zwei Jahren Bestandteil unseres Internet-Engagements.

Was wir im Deutschlandradio weiterentwickeln, ist nicht nur die Ausbildung von Volontären zu Redakteuren, sondern wir versuchen auch, das, was wir dort mit den Volontären lernen, in unsere Programme (die sich verändern müssen) ständig in kleinen und größeren Schritten einzusetzen. Es muss nach innen und außen klar sein, wofür jedes der drei Programme steht, was seine Alleinstellung ausmacht, und das werden wir noch verstärken.

Ich bin ja Journalist und liebe auch die saloppe, aber dennoch präzise Ausdrucksweise: Deutschlandradio wird das öffentlich-rechtliche Hardcore-Profil seiner Programme weiter verschärfen und weiter stärken! Ich bin fest davon überzeugt, dass wir es sein müssen, die auch klassischen öffentlich-rechtlichen Genres (ganz wichtig: Hörspiel und Feature, obwohl wir gar nicht so viele Hörer dafür haben) eine eigene, eine radioeigene Kunstform bewahren, dass wir die klassischen Profile des Radios weiter stärken.

Als ich vor viereinhalb Jahren Intendant wurde, hatten wir eine tägliche Hörerschaft von ungefähr 1,8 Millionen. Die gehobenen Programme wurden täglich gehört von sechs Millionen Menschen, und wir hatten daran einen Anteil von 1,8 Millionen. Heute haben wir einen Anteil von 2,1 Millionen, das heißt ein volles Drittel der Menschen, die die gehobenen Programme präferieren, sind Hörer von Deutschlandradio. Ich würde gerne behaupten, das hätte alleine mit mir zu tun. Das wäre gelogen. Die Qualität unserer Programme war immer gut, ist bleibend gut. Ich stehe täglich voller Respekt vor den Leistungen der Kollegen. Es gibt täglich Dinge, die mir nicht gefallen, die auch kritikwürdig sind; aber insgesamt muss man Respekt haben vor dieser Leistung.

Es ist nicht allein unsere Qualität, die zu einer Steigerung geführt hat. Ich glaube, es hat auch damit zu tun, dass diese Qualitätsangebote nachlassen, selbst ein wenig nachlassen bei unseren öffentlich-rechtlichen Kollegen. Und dass deshalb Menschen, die gehobene Programme präferieren und suchen, tatsächlich zwangsläufig dann zu unseren Hörern werden. Wir geben auch nicht einem manchmal zu sehr verbreiteten Jugendlichkeitswahn nach, dass wir unbedingt unsere Programme verjüngen müssen. Ich glaube, wir haben den Auftrag, alterslose Programme zu machen, die sich an die Menschen richten, die an den Dingen in dieser Gesellschaft und an der Komplexität von Information und Kultur mehr interessiert sind als andere.

Wir gehen den Weg der Verschärfung unseres Profils zum Beispiel auch mit dieser Entscheidung: Wir senden seit April in der Nacht im Deutschlandfunk ausschließlich Wort, nicht mehr weitestgehend klassische Musik. Das gibt es nämlich im Angebot der ARD bereits.

D-Radio Wissen, das ist unser jüngstes Kind, hat bewusst ein sogenanntes Baubüro eingerichtet. Das hat vor allem mit viel Hirnschmalz zu tun und weniger mit Baulärm. Das Programm soll – ich wünsche mir das ausdrücklich – ein Experimentierfeld, ein Sandkasten wer-

den, in dem wir neue Formen der Kommunikation, neue Formen des Radiomachens ausprobieren. Es wendet sich gezielt an eine jüngere Zielgruppe. Und ich glaube, dass vor allem das Experimentieren dies auch attraktiv macht.

Wir gehören im Deutschlandradio Kultur mit rund 480.000 täglichen Hörern zu den drei stärksten Kulturprogrammen, wobei allerdings – das ist insgesamt ein Problem von Deutschlandradio – die Ausstattung mit UKW-Frequenz, wenn ich freundlich bin, sage ich „suboptimal“ ist, wenn ich offen bin, sage ich „beschissen“ ist. Das Kulturproramm kann zum Beispiel in Bayern potenziell nur von 20 Prozent der Bevölkerung gehört werden.

Für alle drei Programme gilt: Wir müssen Online und neue Entwicklungen wie zum Beispiel moderne Zusatzdienste immer im Blick halten. Digitalradio kommt gut voran, es ist die Entwicklung zum Radio der Zukunft. Ich halte diese digitale Verbreitung durch DAB+ tatsächlich für das Radio der Zukunft. Das setzt sich langsam durch – in Deutschland ein bisschen langsamer als in den europäischen Nachbarländern. Aber so ist es immer bei uns: In Deutschland wird das warme Wasser erfunden, und andere waschen sich die Hände damit. Großbritannien ist weitaus weiter, auch Dänemark, Norwegen, die Schweiz. Wir haben gerade erst angefangen im August 2011 mit dem Aufbau der Netze.

Ich glaube, dass auch nur Qualität und der Qualitätsjournalismus (und jetzt spreche ich nicht nur von dem zunehmenden Legitimationsdruck auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, das ist noch einmal etwas Besonderes), dass nur Qualitätsjournalismus auch das Überleben von Zeitungen sichert. Der Weg, den man gelegentlich geht in den Verlagen, dass man die journalistischen Bereiche ausdünnt, dass man glaubt, mit einer Reduktion der journalistischen Einzigartigkeit die Zeitungen und die Verlage zu retten, halte ich für den – Holzweg. (Ich habe gerade nach einem Begriff gesucht, der vielleicht ein bisschen weniger scharf ist als „Desaster“.)

Was die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten betrifft, so nimmt der Rechtfertigungsdruck von außen in einem geradezu erschreckenden Maße zu. Ich glaube, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auch zumindest in der Vergangenheit Fehler gemacht haben. Dass sie ihre Leistungen zu defensiv dargestellt haben. Dass sie gegenüber Kritik nicht wirklich offen waren. Und dass sie ein bisschen langsam sind in der Darstellung ihrer Existenzberechtigung und auch in der Korrektur von Fehlern.

Deutschlandradio wird für seine Leistungen eigentlich immer gelobt. Aber bei uns steigen die Kosten schneller als die Einnahmen. Wir haben sicher wie alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten einen Reformbedarf. Wir können auch, ohne dass die journalistische Leistung, ohne dass die journalistische Qualität beeinträchtigt wird, in unseren Strukturen (und dort ist es, wo wir rationalisieren müssen) kostengünstiger werden. Nicht im Journalismus. Das will ich ausdrücklich betonen.

Ich freue mich immer wieder (obwohl das Mühe macht, aber ich habe einen kurzen Namen, der schreibt sich schnell), dass der Intendant bei uns noch Auslandsreisen genehmigen muss (das will ich demnächst abschaffen, weil es eigentlich überflüssig ist). Aber ich freue mich

dennoch, weil ich immer wieder sehe, wohin die Kollegen schöne Reisen machen, was für wunderbare Ideen sie haben für Reportagen und Features. Insofern bin ich einerseits grün vor Neid, denn das machen jetzt die anderen und ich nicht mehr (früher habe ich das auch gemacht), aber ich unterschreibe das gerne, weil ich wirklich Freude daran habe zu sehen, was wir alles machen, was wir alles tun und dass das bei uns möglich ist. Das soll auch so bleiben. Irgendwann wird auch mit der Kostenreduzierung ein Ende erreicht sein, wenn es beginnt, an die journalistische Qualität zu gehen.

Wir sind in einem großen Druck von außen. Ich muss Ihnen das alles nicht auseinandersetzen mit dem Umstieg des neuen Gebührenmodells, wo auch viel Unfug geschrieben und gemacht wird. Das neue Gebührenmodell spült ARD und ZDF nicht Milliardeneinnahmen in die Kassen. Nach einer berechtigten Schätzung, die wir jetzt haben (Präzision haben wir noch nicht), werden es ungefähr 80 Millionen mehr sein, als die Öffentlich-Rechtlichen eigentlich 2009 hätten beziehen müssen. Und es wird noch Veränderungen in einer Evaluation geben. Wenn alles gut läuft, dann stabilisieren wir unsere Einnahmen von 2009.

Aber wir müssen an unserer Qualität unbedingt weiterarbeiten, und im Deutschlandradio werden wir sie auch erhalten. Ich kann mir weitere Programmentwicklungen vorstellen, aber immer nur in Kooperation mit anderen und nicht in einer Entwicklung on top. Ich wünsche mir zum Beispiel ein sommerliches, europäisches Musikfestival. Hier kann man kooperieren, ohne dass man mehr Geld in die Hand nimmt, zum Beispiel mit Frankreich. Man kann seine Ressourcen bündeln. Wir können den Franzosen das geben, was wir an unseren Festivals aufzeichnen, die Franzosen können uns das geben, was sie aufzeichnen, und wir können es zu einem gemeinsamen Festival gestalten. Und noch vieles andere mehr.

Wir sollten die Kooperationen erweitern. Nicht nur unter dem Gesichtspunkt der Kosten, des kostengünstigen Gestaltens von Programmen, sondern auch, um Menschen Neues zu geben. Aus Kooperationen entsteht nämlich auch inhaltlich etwas Neues.

Wir müssen uns ständig, wir müssen uns vermehrt die Frage stellen, was wir tun und warum wir es tun. Und was wir dieser Gesellschaft schulden. Das ist für die Öffentlich-Rechtlichen entscheidend, weil sie uns über Abgaben finanziert.

Das ist für Sie, die Sie nicht im Öffentlich-Rechtlichen weitgehend arbeiten, nicht das Zentrale. Aber das Gemeinsame von uns allen ist – die Qualität.

Ich wäre gerne bei Ihrer Tagung dabei. Leider habe ich eine Planstelle zu verwalten, die noch mit anderen Aufgaben verbunden ist, viel zu wenig mit den eigentlichen Kernjournalistischen. Aber, wie Sie vielleicht auch meinem kleinen Grußwort entnehmen: Ich glaube, dass die Struktur, dass der strukturelle Umbau unserer öffentlich-rechtlichen Institutionen die Hauptaufgabe im Moment ist. Deutschlandradio ist das Programm, und das läuft völlig ohne mich. Und das ist vielleicht auch gut so.

Impulsreferat

Alte Werte, neue Kompetenzen – was sich in der Journalistenausbildung ändern muss

Prof. Dr. Michael Steinbrecher
Institut für Journalistik, TU Dortmund

Vielen Dank für die Gelegenheit, heute in diesem Kreis ein Impulsreferat zu sprechen. Wenn ich sehe, wer hier heute alles zu Gast ist, dann hätte es auch noch andere Kandidatinnen und Kandidaten gegeben. Viele arbeiten schon seit Jahren, manche schon seit Jahrzehnten in der Journalistik, haben eigene Studiengänge aufgebaut und dem Fach bereits viele Impulse verliehen.

Aber auch wenn es erfahrenere Kolleginnen und Kollegen gibt, habe ich die Aufgabe angenommen. Das liegt daran, dass ich derzeit Geschäftsführender Direktor des Instituts für Journalistik bin. Dazu gehört auch, öffentlich Position für das Institut zu beziehen. Ich werde heute aus wissenschaftlicher Perspektive, aber auch vor dem Hintergrund von 25 Jahren Praxiserfahrung als Journalist über das Thema Journalistenausbildung sprechen.

Heute geht es hier in Berlin beim IQ-Herbstforum, so hoffe ich, vor allem auch um den Dialog von Wissenschaft und Praxis. Denn der ist wichtiger denn je. Mein Eindruck ist (und ich bin gespannt, ob das die Kolleginnen und Kollegen aus der Praxis bestätigen werden), dass die Selbstgewissheit bei den Medienmachern, schon zu wissen, wo der Weg lang geht, einer Unsicherheit gewichen ist – oder, positiver formuliert: auch einer Neugier.

Es gehört heute zum professionellen Medienmacher dazu, dass er sich anhört, was die Wissenschaft an Erkenntnissen zutage fördert, und umgekehrt sollte die Wissenschaft die Praxis nicht mit spitzen Fingern anfassen. Denn sie sollte erkennen, dass anwendungsorientierte Forschung gerade in diesen Zeiten des Wandels Sinn macht und gesellschaftlich notwendig ist.

Auf unser Thema bezogen, heißt das: Die Journalistenausbildung muss das Ziel haben, zeitgemäß auf den Beruf des Journalisten vorzubereiten. Das klingt banal, hat aber Konsequenzen. Denn wer ausbildet, muss einerseits den Anspruch haben, möglichst genau zu wissen, was in den Rundfunkhäusern und in den Verlagen passiert und welche Kompetenzen aktuell gebraucht werden, und andererseits selbstbewusst genug sein, im öffentlichen Diskurs auf Fehlentwicklungen im Journalismus hinzuweisen.

Wir bilden, das wissen wir alle, für einen Arbeitsmarkt aus, der unübersichtlicher geworden ist und der Negativschlagzeilen gemacht hat. Die gipfelten in der sehr grundsätzlichen Fragestellung: Werden Journalisten überhaupt noch gebraucht? Diese Frage hat es in den letzten

Jahren oft gegeben, sie hatte Konjunktur. „Wozu noch Journalismus?“ ist der Titel einer Publikation, herausgegeben unter anderem von Stephan Weichert, den wir heute noch im zweiten Panel erleben werden.

Aber selbst, wenn wir den Berufsstand nicht gleich zur Disposition stellen – Warnsignale gibt es genug. Von Deprofessionalisierung des Journalismus ist seit Jahren die Rede, denken wir an die Studie von Weischenberg, Malik und Scholl, die zusätzlich einen Trend zur Entgrenzung und Boulevardisierung festgestellt haben.

Und es gibt derzeit einen Clash of Journalism Civilisations, und dabei meine ich nicht die durchaus fruchtbare Dualität zwischen professionellem Journalismus und Bürgerpartizipation. Ich meine etwas anderes: Wer traditionelle Zeitungsverleger beispielsweise in der Diskussion erlebt mit Vertretern von Google, wie zum Beispiel in diesem Jahr bei einem Symposium der Freunde des Grimme-Instituts, der stellt fest, dass völlig unterschiedliche Kulturen aufeinanderprallen, die sich in den Denkprämissen, aber auch in der Terminologie immer weiter voneinander entfernen. Deshalb ist meine Überzeugung, wenn wir zum Beispiel über die Krise der Tageszeitungen reden, versuchen, mit neuen Finanzierungsmodellen entgegenzusteuern, dann beschäftigen wir uns mit den Symptomen der Krise, mit den Rettungsankern, die ausgeworfen werden. Aber nicht mit den Ursachen, warum das Schiff auf Krisenkurs fährt.

Die Ursachen stecken tiefer. Die Kommunikation hat sich weltweit nicht nur in der jungen Generation radikal verändert, das wissen wir alle. Google beschäftigt nach eigener Auskunft 18.000 Entwickler, die an neuen technischen Anwendungen arbeiten. Und während wir in Verlagen noch über die Digitalisierung von Arbeitsprozessen reden, arbeitet Google an Google Glass. Und während wir (und da beziehe ich die Rundfunkanstalten und Fernsehstationen durchaus mit ein), noch über den Second Screen reden, wird dort schon über den Seventh Screen nachgedacht. Ich will das gar nicht bewerten. Ich denke nur, auf dieses Spektrum muss hingewiesen werden.

Diese Zeit des Wandels ist eine Herausforderung für uns alle – für die Praxis genauso wie für die Journalistik. Wir Wissenschaftler können uns in dieser Zeit nicht beklagen. Es gibt genug spannende Forschungsansätze: Digitalisierung, Konvergenz, Crossmedia, digitales Storytelling, Bürgerpartizipation, Crowdsourcing, Social Media, Big Data – das sind nur einige der zentralen Begriffe in den Debatten der letzten Jahre. Und natürlich ist es unsere Aufgabe, das, was sich verändert, zu erfassen, zu systematisieren und einzuschätzen.

Aber es geht uns ja nicht vor allem um die eigene Berufszufriedenheit, sondern um die Perspektiven der Journalistinnen und Journalisten von morgen. Deshalb beschäftige ich mich heute zentral mit der Fragestellung, welche Kompetenzen brauchen Journalisten heutzutage, und welche Konsequenzen hat das für die Ausbildung. Vor allem an Hochschulen, denn das ist meine primäre Perspektive. Exemplarisch werde ich das immer wieder mit den Veränderungsprozessen am Institut für Journalistik der TU Dortmund illustrieren.

Die meisten hier sind natürlich im Stoff, und trotzdem kann es ja zu Beginn eines solchen

Tages nicht schaden, sich manches noch mal in Erinnerung zu rufen. Einige waren ja sogar beteiligt an den Prozessen. Denken wir zunächst einmal zurück an die Ursprünge der akademischen Journalistenausbildung in Deutschland. 1970 legte Günter Kieslich dem Deutschen Presserat ein Arbeitspapier vor, der Titel: „Probleme der journalistischen Aus- und Fortbildung“. Das war der Startschuss für eine intensive Diskussion. 1971 folgte das bekannte „Memorandum der Journalistenausbildung“. Das wurde noch einmal überarbeitet und 1973 als gemeinsame Empfehlung von Verleger- und Journalistenverbänden verabschiedet. Praxisorientierte, wissenschaftliche Studiengänge sollten helfen, die Journalistenausbildung in Deutschland zu verbessern.

Wir vergessen nicht Leipzig und die DDR, aber bleiben wir bei den Anfängen in der Bundesrepublik: In den frühen 1970ern sind in Stuttgart, Dortmund, Mainz, München und Eichstätt an den Universitäten unterschiedliche Wege eingeschlagen worden. Manche etablierten die Journalistik als Nebenfach, andere als Aufbaustudiengang oder als Hauptfach. Unterschiedlich war von Anfang an auch die Strategie, die Praxiselemente ins Studium zu integrieren.

Aber es gab auch gemeinsame Überzeugungen, die muss man sich nur noch mal bewusst machen: Journalismus ist kein Begabungsberuf. Es gibt, daraus folgend, eine gesellschaftliche Notwendigkeit einer akademischen Journalistenausbildung. Die Studiengänge sollten anwendungsorientiert sein, und sie sollten Praxisphasen und zusätzlich fachwissenschaftliche Kenntnisse integrieren.

Das Institut für Journalistik hat daraus das sogenannte Dortmunder Modell entwickelt. Ein Modell, dem wir uns bis heute verpflichtet fühlen. Für die, die dieses Modell nicht kennen: Es steht, kurz gesagt, für die Integration von Theorie und Praxis. Als wir am letzten Montag die Erstsemester empfangen haben und ich in die Runde gefragt habe, wofür das Dortmunder Modell denn für sie stehe, da kam als Stichwort sofort die „Integration von Theorie und Praxis“. Also offensichtlich ist dieses Stichwort zumindest angekommen. Aber es muss natürlich immer neu mit Leben erfüllt werden.

Die Praxisnähe wird in Dortmund unter anderem eingelöst durch ein in das Studium integriertes Volontariat. Der Vorteil: Über den Austausch mit den Kooperationspartnern, mit dem WDR, mit Verlagen, mit anderen Rundfunkanstalten, entsteht ein ständiger Praxistest. Ist die Ausbildung, wie wir sie anbieten, noch zeitgemäß? Diese Rückmeldung bekommen wir dann sofort von den Praktikern. Lehren wir das, was am Markt gefragt ist und gebraucht wird? Das betrifft nicht nur die redaktionellen Fähigkeiten, sondern auch das journalistische Sach- und Fachwissen. Nach dem Volontariat kommen die Studierenden dann noch mal zurück und reflektieren ihre Erfahrungen.

Die Theorie lehren wir in vielen Pflichtseminaren, aber vertiefen sie auch in Lehr-Forschungsprojekten. Wissenschaftliches Arbeiten und analytisches Denken sind uns ebenso wichtig wie die redaktionelle Praxis. Nur so kann sie ja auch funktionieren, die Integration von Theorie und Praxis.

In Dortmund erleben wir bis heute viele Erfolgsgeschichten von Studierenden, die über die-

ses Modell ihren Weg in den Beruf finden. Aber natürlich erleben wir auch Verunsicherung. Zum Beispiel, wenn die „Westfälische Rundschau“ dichtmacht, die bisher Arbeitgeber war. Wenn trotz guter Qualifikation der Weg in den Beruf nicht so glatt läuft, die Festanstellung nicht so schnell kommt, wie sich viele Studierende das gewünscht haben. Und immer wieder hören wir auch die Frage: Wie muss ich mich heute aufstellen? Soll ich das erste Angebot einer Festanstellung annehmen, auf Sicherheit gehen, auch wenn mich das voraussichtlich journalistisch gar nicht weiterbringt? Soll ich eine eigene Firma gründen? Brauche ich ein eigenes Image, muss ich auf dem heutigen Markt als Journalist selbst zur Marke werden?

Nicht nur junge Journalisten sind verunsichert. Simon Feldmer hat Ende letzten Jahres im *journalist* wichtige, noch ungelöste Fragen gestellt: „Will der Leser oder Zuschauer wirklich alles haben, was technisch möglich ist? Was ist Spielerei, was nervt, vielleicht sogar kolossal? Was funktioniert, was nicht?“ Und das Entscheidende für uns heute: „Wie bereitet man eigentlich den journalistischen Nachwuchs auf all das vor? Auf diese letzte Frage gibt es ungefähr so viele Antworten wie Journalistenausbilder“, so Simon Feldmer.

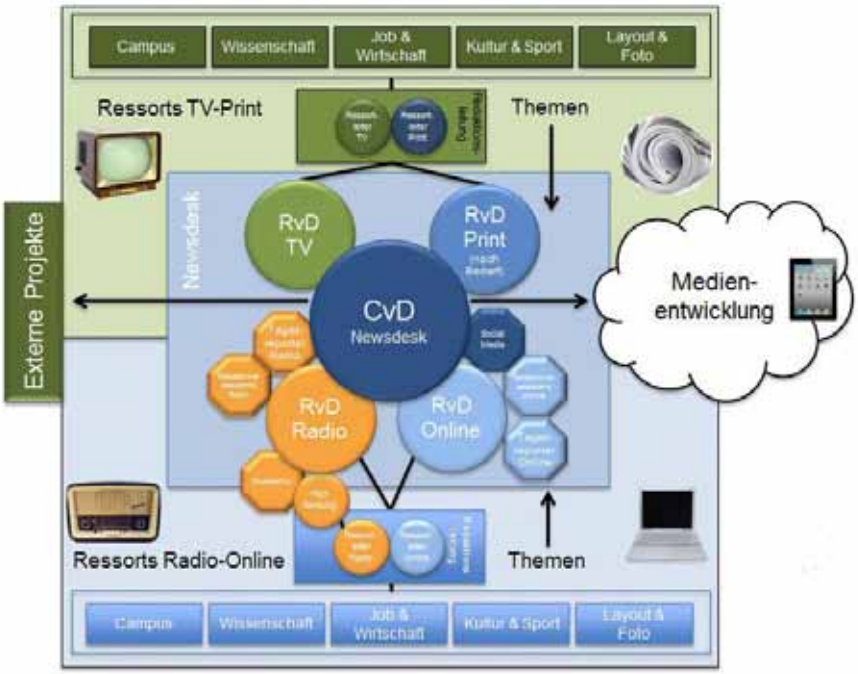
Ich widerspreche ihm da zumindest zum Teil. Ich sehe bei aller Unterschiedlichkeit im Detail im Allgemeinen gemeinsame Tendenzen. Denn jeder, der zeitgemäß journalistisch ausbilden will, musste die Ausbildung in den letzten Jahren deutlich verändern. Das Institut für Journalistik beispielsweise hat sich in der praktischen Ausbildung in den letzten Jahren völlig neu positioniert. Das Institut hat begonnen mit einer rein printorientierten Ausbildung, die auf den Lokaljournalismus zielte. Durch Ulrich Pätzold und Kollegen wie Günther Rager hat sich das enorm weiterentwickelt.

Ich verzichte jetzt auf die ganzen Entwicklungsschritte und komme zum Status quo. Es gibt heute bei uns vier Lehrredaktionen: Online, Print, Hörfunk und TV. Die Studierenden werden bei uns bereits vor dem Volontariat bimedial ausgebildet. Bei uns gilt außerdem der Grundsatz „Online für alle“, allerdings in unterschiedlichen Ausprägungen. Die Studierenden, die TV oder Hörfunk als Hauptredaktion gewählt haben, bekommen eine schreibintensive Online-Ausbildung; diejenigen, die im Print tätig sind, bekommen eine elektronische Online-Ausbildung in Ergänzung. Dazu gibt es crossmediale Projekte, in denen die Studierenden lernen, ein Thema in mehreren Medien zu denken und zu publizieren.

Ich bin mir sicher, jeder Ausbilder hier, egal von welcher Institution, hat sein Modell gefunden, und ich bin ebenso sicher, in den nächsten Jahren wird dieses Modell wieder verändert werden und sich der aktuellen Situation angleichen müssen.

Am Beispiel unseres Newsdesk-Modells *(Schaubild 1, Seite 15)* sieht man, dass es neue Wege gibt, Redaktionen zu binden, die Arbeit in den unterschiedlichen Medien zu verknüpfen und redaktionell zu organisieren. Gleichzeitig will ich aber auch sagen: Der Alleskönner, der alle vier Medien gleich beherrschen soll (was noch vor einigen Jahren propagiert wurde), ist weder in der Praxis noch in der Ausbildung das Ziel. Wir stehen für eine bimediale Ausbildung vor dem Volontariat und danach für die Wahlfreiheit, sich zu spezialisieren oder ein drittes oder viertes Medium kennenzulernen, wobei Letzteres bei uns im Institut eher die Ausnahme ist.

(Schaubild 1: Newsdesk-Modell, Journalistik TU Dortmund)



Dazu kommt für die Studierenden nach dem Volontariat zum Beispiel die Arbeit für den TV-Lernsender NRWision, das ist ein Partizipationsmodell in Nordrhein-Westfalen, ein TV-Lernsender mit landesweiter Ausstrahlung. Da können unsere Studierenden als Redakteure Verantwortung übernehmen, das Programmschema aufbauen und in Kontakt mit Bürgern, aber auch mit angehenden Profis lernen, professionelles Feedback zu geben, auch die Grenzen und Möglichkeiten von Bürgerpartizipation wahrzunehmen.

Fest steht, das, was wir in der Wirtschaft als Change Management beschreiben, das wird uns alle noch Jahre begleiten. Die Verlage, die Rundfunkhäuser genau wie die Journalistenausbilder – auch wir müssen uns immer wieder neu orientieren.

Dieser erste Überblick über Veränderungen in der Journalistenausbildung kann nicht mehr als ein Schlaglicht sein. Versuchen wir die Frage, welche Kompetenzen Journalisten heute brauchen, weiter zu systematisieren. Denn diese Frage hat die Journalistik von Beginn an beschäftigt. Der Kollege Weischenberg zum Beispiel hat 1990 die journalistischen Kompetenzen folgendermaßen systematisiert (*Schaubild 2, Seite 16*):

Er spricht von Fachkompetenz und unterscheidet dort zwei Bereiche: zum einen das Handwerk, also Recherchieren, Redigieren etc. und zum anderen das journalistische Fachwissen, also Medienökonomie, Medienpolitik, Medienrecht, Mediengeschichte, allgemeine medienwissenschaftliche Kenntnisse. Das zusammen macht die Fachkompetenz aus.

Weischenberg spricht außerdem von Vermittlungskompetenz. Das bedeutet, ich muss mich als Journalist artikulieren können und die Darstellungsformen beherrschen, die aktuell sind.

(*Schaubild 2: Journalistische Kompetenz nach Weischenberg, 1990)*

Und die dritte Kompetenz ist die Sachkompetenz; damit meint er zum einen Ressort- und Spezialwissen, aber gleichzeitig auch das Orientierungswissen, dazu gehören Kenntnisse in gesellschaftswissenschaftlichen Grundlagenfächern (Soziologie, Politik, Ökonomie), Quellenkenntnisse, Kenntnisse von Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens, Kenntnis sozialwissenschaftlicher Methoden. Und dazu kommt die soziale Orientierung (Funktionsbewusstsein, Reflexionsfähigkeit, Autonomiebewusstsein).

Das waren vor 23 Jahren Weischenbergs Hauptkriterien. Wo standen wir 1990, im Jahr der Wiedervereinigung? Von Crossmedia war auf jeden Fall noch nicht die Rede. Im Gegenteil. Alles war noch sauber getrennt in den Rundfunkhäusern und Verlagen: Print, Hörfunk und Fernsehen wie in den Jahrzehnten vorher auch.

Die entscheidende Frage ist jetzt: Halten die Kriterien von 1990 den Entwicklungen der letzten Jahren noch Stand? Ja und Nein. Ja, weil sie alle nach wie vor wichtig sind. Ich brauche auch heute noch Fachkompetenz. Medienrecht, Medienökonomie, Mediengeschichte genauso wie das Handwerk, das Weischenberg 1990 beschrieben hat. All das ist nach wie vor wichtig, um den Beruf des Journalisten kompetent auszufüllen, um ihm wirklich gewachsen zu sein.

Auch die Sachkompetenz gehört nach wie vor dazu. Nur wenn ich mich im Gesellschaftssystem verorten kann, kann ich als Journalist kompetent gewichten und einordnen. Wissenschaftliche Recherche, Kenntnisse der neuesten Ergebnisse zum Beispiel in der Rezeptionsforschung, auch die Bewertung einschlägiger wissenschaftlicher Ergebnisse sind nach wie vor wichtig. Fachwissen und Sachwissen sind für mich sogar die Basis für alle weitergehenden journalistischen Kompetenzen.

Vermittlungskompetenz gehört auch nach wie vor dazu. Ich muss die zeitgemäßen Darstellungsformen beherrschen, ich muss mich artikulieren können. Soziale Orientierung ist auch nach wie vor wichtig, manche nennen das Ethikkompetenz in anderer Form. Ich möchte lieber den Begriff „Persönlichkeitskompetenz“ verwenden, und damit sind wir bei den Unterschieden.

(Schaubild 3: Journalistische Kompetenzen nach Steinbrecher, 2013)

Wer heute erfolgreich als Journalist arbeiten will, muss sich zu einer journalistischen Persönlichkeit entwickeln. Damit will ich ausdrücklich nicht die alte Leier vom Begabungsberuf, von der „geborenen journalistischen Persönlichkeit“ wieder aufwärmen. Im Gegenteil. Zur journalistischen Persönlichkeit muss man reifen, muss man auch ausgebildet werden. Dazu gehört, wie früher schon, die Reflexionsfähigkeit, also auch analytische Kompetenz, ganz praktisch zum Beispiel die Fähigkeit zuzuhören, gleichzeitig das Gehörte auf journalistische Relevanz zu prüfen, zu filtern, dann Entscheidungen zu treffen je nach Darstellungsform, durch Fragen und Schwerpunkte das journalistische Spannende herauszuarbeiten und dabei auch noch das Gespür für die zur Verfügung stehende Zeit (nehmen wir das Interview) zu entwickeln – eine Fähigkeit, die man lernen kann und trainieren muss.

Zur Persönlichkeitskompetenz gehört auch nach wie vor das Bewusstsein für die Unabhängigkeit dazu, genauso wie die ethische Festigkeit, von der heute auch schon die Rede war.

Relevanter als früher ist das Zeitmanagement, der bewusste Umgang mit der eigenen Belastbarkeit und der Schnelligkeit, die heute erwartet wird. Teamfähigkeit, Führungskompetenz ist in der Breite ebenfalls wichtiger geworden, weil viele nicht mehr als Angestellte arbeiten, sondern sich frei auf dem Markt positionieren müssen.

Und das führt mich zu einer weiteren neuen Kompetenz gegenüber 1990: der Unternehmerkompetenz. Die wirtschaftliche Entwicklung zeigt, eine Festanstellung ist alles andere als selbstverständlich geworden. Das kann man beklagen, und ich weiß, dass sich viele junge Journalistinnen und Journalisten nach wie vor eine Festanstellung wünschen. Aber sie müssen sich einer Arbeitswelt stellen, in der sie auch die Kompetenz brauchen, sich als Unternehmer aufzustellen. Die Unternehmerkompetenz beinhaltet das Wissen, wie ich ein Unternehmen gründe, wie ich mich als Freier im Markt positioniere. Das muss nicht immer verbunden sein mit einer eigenen Firma, aber ich muss auf jeden Fall wissen, was ich zu bedenken habe, wenn ich einen Arbeitsvertrag schließe.

Vor 23 Jahren tauchte zudem das Wort „Technik“ nur ergänzend auf. Der Journalismus ist heute aber ein technikgetriebener Beruf geworden. Technik-Kompetenz ist heute nicht nur Teil der Vermittlungskompetenz, sondern geht darüber hinaus. Ein Journalist muss sich heute technisch fortbilden, auf dem neuesten Stand sein, auch wissen, wie Nutzer heute kommunizieren und mit den entsprechenden Endgeräten umgehen. Auch eine Publikumskompetenz – wenn ich das ausführlicher darstellen könnte, würde ich das noch darunter staffeln – gehört dazu. Als TV-Journalist sollte man heute eine Kamera bedienen können, aber nicht nur das. Man muss wissen, wie ein Schnittsystem funktioniert, die Redaktionssysteme beherrschen. Die technischen Entwicklungen sind der Motor der Veränderung. Und wer das Tempo des Motors nicht mitgeht und nicht beherrschen kann, der ist bald nicht mehr fahrtüchtig.

Zusammengefasst heißt das: Die Sachkompetenz und die Fachkompetenz sind die Basis, aber die vier anderen Kompetenzen (Vermittlungskompetenz, Persönlichkeitskompetenz, Unternehmerkompetenz und Technikkompetenz) sind ebenfalls notwendig und sollten – und jetzt kommen wir zu den Schwierigkeiten – auch in der Ausbildung berücksichtigt werden.

Das ist aber einfacher gesagt als getan. Ich will das an einem Beispiel deutlich machen. Klaus Meier und ich haben 2009 versucht, die vier Lehrredaktionen am Institut für Journalistik crossmedial umzugestalten. Wir hatten vier Lehrredaktionsleiterinnen und Lehrredaktionsleiter, die jeweils für ihr Medium zuständig waren und die es gewohnt waren, allein in ihrem Medium zu hundert Prozent die Studierenden zu Verfügung zu haben. Es hat viel Arbeit gekostet, ihnen klarzumachen, dass aus den hundert Prozent in einer crossmedialen Redaktion nur noch 70 Prozent werden, weil die Studierenden Kompetenz auch in einem anderen Medium sammeln müssen. Aber wie vermittelt man jetzt die notwendigen Qualifikationen in kürzerer Zeit, ohne an Qualität zu verlieren? Das ist eine Grundaufgabe, der wir uns stellen müssen. Und zwar im Kleinen wie auch im Großen.

Wir brauchen mehr Zeit für die Technikkompetenz. Selbst wenn Studierende technisch vorgebildet zu uns kommen: Schnittsysteme, Redaktionssysteme und vieles mehr kennenzulernen braucht Zeit. Wir brauchen mehr Zeit für die wirtschaftliche Vorbereitung unserer Studierenden, also für die Unternehmerkompetenz. Und wir brauchen mehr Zeit für die Schulung der journalistischen Persönlichkeit, also Führungskräfteseminare, Zeitmanagement und vieles mehr. Jeder ist dazu aufgerufen, für sich Methoden zu finden, wie man komprimiert, wann man was komprimiert.

Denn die Frage, die uns alle beschäftigt, ist: Wo sparen wir die Zeit ein? Und natürlich stellt man sich auch die Frage, wo wird denn in der Praxis am ehesten eingespart in der journalistischen Ausbildung? Ich befürchte, eingespart wird bei dem, was ein bisschen sperrig und auch aufwendig ist – nämlich bei der Sach- und Fachkompetenz. Das aber ist ein großes Problem, denn ohne Sachkompetenz, ohne Fachkompetenz, ohne wissenschaftliche Qualifikation fehlen entscheidende Qualitäten.

Nehmen wir die Qualitätsdimensionen nach Günther Rager aus dem Jahr 2000 (*Schaubild 4*):

„Aktualität“ haben sie drauf, wenn man sie technisch und in der Vermittlung schult, und sie können sicherlich auch einen Inhalt vermitteln. Aber können sie einen Gegenstand so tief durchdringen, dass auch die Qualitätsdimension „Richtigkeit“ gewahrt bleibt? Dass sie die Relevanz eines Themas richtig einschätzen? Sind sie ohne detaillierte Sach- und Fachkompetenz so gut vorbereitet auf den Journalismus, dass sie ethisch angemessen reagieren können? Deswegen ist es auch gefährlich, wenn in Volontariaten genau dieser Teil der Ausbildung gestrichen wird.

Ich will meine Bedenken folgendermaßen zusammenfassen: Wir dürfen nicht nur technisch versierte Vermittlungsprofis ausbilden, wir brauchen nach wie vor Journalisten.

Lassen Sie uns die benötigten Kompetenzen im Hinterkopf behalten, und versetzen wir uns in Schüler, die ein Kürze eine Ausbildung oder ihr Studium beginnen wollen; denn um sie geht es ja, wenn wir heute über die Journalistinnen und Journalisten von morgen reden. Der Journalismus ist nach wie vor ein Traumberuf. Das vertrete ich auch nach 25 Jahren Praxis mit Überzeugung. Es wird oft abschätzend über die Schülerinnen und Schüler geredet, die – wenn sie nach ihrem Berufswunsch gefragt werden – „irgendwas mit Medien“ antworten. Aber kann uns das wirklich wundern?
Wir haben eine Traumkultur, in der auch in Casting-Shows der kurze Weg zum Ruhm versprochen wird, und selbst wenn’s klappt, ist das ja oft der kurze Weg zum kurzen Ruhm. All das ist vielleicht auch beteiligt daran, dass manche Journalistinnen und Journalisten in einer Ausbildung den kurzen Weg zu einer Fernsehkarriere sehen. Dagegen ist erst mal nichts ein-

zuwenden. Man kann ja Journalismus studieren und durchaus diesen Weg einschlagen. Aber Journalismus bedeutet eben mehr als Präsentation. Journalismus ist, wie die Kompetenzen gezeigt haben, mit Verantwortung, mit sehr viel mühsamer und wenig spektakulärer Arbeit verbunden. Deshalb ist es für Studierende wichtig, vor dem Studium Klarheit zu schaffen: Was will ich denn wirklich? Und was erwarte ich von meinem Studium? Und wie genau bin ich über meinen Studiengang informiert?

Wir gehen jetzt im Folgenden von denen aus, die wirklich Journalisten werden wollen und das Berufsbild erfasst haben. Da hat es in den letzten 20 Jahren auch an mich immer wieder die Frage gegeben: Wenn ich Journalist werden will, was soll ich denn dann studieren? Und dabei zeigt sich schnell, dass es ein altes und ein neues Problem gibt.

Zunächst das alte: Es gibt nach wie vor eine große Unkenntnis darüber, was sich hinter den Fachbereichen Publizistik und Kommunikationswissenschaft verbirgt. Wenn junge Studierende nach dem Abi mit dem Publizistikstudium anfangen und vermuten, dass sie da vor allem praxisorientiert ausgebildet werden, dann hilft das keinem. Eine Online-Plattform zu schaffen, wer auch immer sie einrichtet, auf die wir alle verlinken mit klaren Informationen über die Studiengänge, eine Checkliste anzubieten mit Erwartungen und Angeboten, und das beides gegenüberzustellen, das kann nur von Vorteil sein. Es gibt ja schon Ansätze, die in die richtige Richtung gehen, nehmen wir das Modell des MedienCampus‘ Bayern. Aber auch national muss gelten: Wir brauchen keinen unüberschaubaren Ausbildungsdschungel, sondern Orientierung vor allem im Sinne der Studierenden.

Selbst wenn angehende Studierende den Unterschied zum Beispiel zwischen Publizistik und Journalistik für sich herausgearbeitet haben, stehen sie mittlerweile vor einer beinahe unübersehbar großen Zahl von Studiengängen, auf denen Journalistik oder Journalismus draufsteht. Aber die Frage ist nicht nur, was draufsteht, sondern: Was ist drin in diesen Studiengängen?

Ich kann mich sehr gut an die DGPuK-Tagung in Dortmund vor gut zwei Jahren erinnern. Da haben wir auch über die Zukunft der Journalistenausbildung geredet, und es wurde sehr emotional, als wir über die Studiengänge Journalismus und PR diskutiert haben. Plötzlich brach ein Streit aus zwischen der Journalistik an Universitäten und der Journalistik an Fachhochschulen und privaten Hochschulen – ein Streit, den manche Teilnehmerinnen und Teilnehmer persönlich genommen haben, das war zumindest mein Eindruck.

Eines mal vorab: Es ist doch völlig unstrittig, dass sowohl an privaten Hochschulen als auch an Fachhochschulen als auch an Universitäten Lehrende arbeiten, die einen sehr guten Job machen, die alles tun, um in Lehre und Forschung Profil zu entwickeln und ihre Studiengänge zu optimieren. Das muss die Basis sein. Und alle eint auch die Überzeugung, dass die immer noch vereinzelt vertretene Position, der Journalismus sei ein Begabungsberuf, für den man keine Ausbildung benötige, von gestern ist – ich würde sogar sagen: von vorgestern.

Ich glaube auch, wir sind uns einig, dass Journalismus und PR nicht zwei Seiten einer Medaille sind. Es ist ein großer Unterschied, ob ich im Auftrag eines Unternehmens Pressearbeit mache und der Loyalität zu diesem Unternehmen verpflichtet bin, oder ob ich als unabhängiger Journalist über das Unternehmen berichte. Wichtig ist, dass beide ihre Rollen verstehen und wissen, dass sie unterschiedliche Aufgaben haben. Wir in Dortmund haben uns deshalb dafür entschieden, keine Missverständnisse aufkommen zu lassen. Wir stehen für Journalistik im Titel unseres Studiengangs und eben nicht für PR.

Das heißt aber nicht, dass alle, die ihren Studiengang Journalismus und PR nennen, notwendigerweise beides vermischen müssen. Das heißt auch nicht, dass wir die Augen davor verschließen, dass PR-Kenntnisse wichtig sind. Wenn Journalisten sich selbstständig machen, sich am Markt positionieren müssen und wollen, dann ist es gut zu wissen, wie sie Public Relations für sich machen. Wenn unsere Studierenden in Dortmund ein Uni-internes Thema aufgreifen, dann ist es wichtig zu verstehen, welche Aufgabe die Pressestelle der Universität hat und wie man miteinander umgehen sollte. Es ist auch richtig, dass es immer wieder Journalisten gibt, die vorübergehend oder auch langfristig in PR-Abteilungen arbeiten.

Aber: Der Druck auf Journalisten, PR und Gefälligkeitsjournalismus anzubieten, ist in der Medienwelt schon groß genug. Dem müssen wir nicht noch mit vorauseilendem Gehorsam begegnen, indem wir die klare Trennung dieser Aufgaben schon in den Studiengängen aufweichen. Und wenn Studiengänge beides nebeneinander anbieten, dann sollte es in unserem gemeinsamen Interesse sein, darauf hinzuweisen, dass auch dort gerade die Unterschiede herausgearbeitet werden müssen.

Das Problem ist dabei nicht die Existenz von PR-Abteilungen in Unternehmen. Ich will keinen Beruf abwerten, der absolut seine Existenzberechtigung hat. Zum Problem könnte ein Journalismus werden, der mit den Angeboten der PR nicht umzugehen weiß. Und der unkritisch übernimmt, anstatt zu prüfen.

Denn die Angebote der PR kommen oft zunächst als Gefälligkeit daher. Nehmen wir das Beispiel Sportjournalismus. Wenn bei Großereignissen DFB-TV anbietet, kostenlos Filmmaterial zur Verfügung zu stellen, dann ist das zunächst einmal ein sinnvolles Angebot. Warum müssen acht Kamerateams von acht Sendern dabei sein, wenn zwei Nationalspieler Tischtennis spielen. Da reicht es vielleicht aus, wenn DFB-TV das anbietet und einmal aufnimmt, weil die Sinnhaftigkeit von acht unterschiedlichen Tischtennis-Positionen vielleicht auch nicht einleuchtend ist. Aber: Wenn das dann dazu führt, dass auch in kritischen Situationen DFB-TV das Interview mit dem Bundestrainer anbietet, und wir das annehmen – dann nehmen wir kein Angebot an; dann schaffen wir uns ab.

Und deswegen (so weit ist es noch nicht, es gibt noch Interviews) sind die Grenzen da so wichtig. Und zwar gerade in Zeiten, in denen in Redaktionen das Geld knapper wird und große Firmen ihre PR- und Marketingaktivitäten intensivieren. Gerade in Zeiten, in denen wir wie bei Scripted Reality immer schwerer unterscheiden können, was ist real und was ist inszeniert. Gerade in Zeiten, in denen es Hybrid-Formate im TV gibt und Hybrid-Studiengänge, ist die klare Trennung zwischen Journalismus und PR noch wichtiger als frü-

her. Jetzt sagen Sie: Das machen wir doch schon alle. Prima. Dann müssen wir darüber ja nicht weiter reden.

Wenn wir uns anschauen, wo Journalistik gelehrt wird, dann stellen wir außerdem fest, dass in den letzten Jahren immer mehr Studiengänge an Fachhochschulen und privaten Hochschulen entstanden sind. Zur Frage, ob wir vielleicht zu viele Journalisten ausbilden und ob der Markt all diese Journalisten gar nicht aufnehmen kann, hat sich mein Kollege Frank Lobigs, der bei uns für Medienökonomie zuständig ist, schon sehr oft publizistisch geäußert *(vgl. Seite 69)*. Deshalb reiße ich dieses Thema nur an.

Die Entwicklung an den Universitäten stagniert, und das ist wohlwollend formuliert. Die Journalistik an Universitäten hat ganz offensichtlich zu kämpfen. Manchmal mit hausgemachten Problemen, aber der Trend ist klar: So wie sich manche in der Gesellschaft fragen, wozu noch Journalismus, fragen sich offenbar viele Rektorate, wozu noch Journalistik an den Universitäten. Darauf gibt es Antworten genug. Das Dortmunder Modell beispielsweise hat sich bewährt, Hunderte von Absolventinnen und Absolventen in verantwortungsvollen journalistischen Positionen beweisen das immer wieder aufs Neue. Das Gleiche gilt für andere Journalistik-Studiengänge an Universitäten.

Natürlich muss auch die Journalistik an Universitäten immer wieder ihr Profil schärfen. Wenn wir uns zu sehr auf die Praxis konzentrieren würden, dann fragen die Rektorate irgendwann zu Recht, warum noch Journalistik an Universitäten. Wir müssen die Freiräume, die wir für die Forschung haben, wie bisher nachdrücklich nutzen. Das sage ich ganz bewusst als jemand, der aus der Praxis kommt. Durch solide, anwendungsorientierte Forschung dürfen wir Fragen nach der Existenzberechtigung gar nicht erst aufkommen lassen. Deshalb haben wir zum Beispiel auch unseren Master weiterentwickelt und werden ihn deutlich forschungsorientierter gestalten als bisher.

Aber wenn das Profil stimmt, wenn die Journalistik an Universitäten weiterhin für die Integration von Theorie und Praxis steht, dann sollte es in unser aller Interesse sein, alles dafür zu tun, die Journalistik an Universitäten zu stärken. Trotz der aktuellen Schwierigkeiten mancher Studiengänge können wir selbstbewusst sagen: Es ist ein Erfolgsmodell! Das haben die letzten Jahrzehnte gezeigt. Ein Modell, das Nachahmer braucht und nicht weiter gestutzt werden darf.

Ich fasse zusammen:

Journalisten müssen heute immer noch das können, was sie vor 20 Jahren beherrschen mussten; die Kompetenzen, die Weischenberg beschrieben hat, sind alle noch gefragt. Aber es sind neue hinzugekommen. Das macht die Ausbildung zu einer großen Herausforderung. Denn jeder muss entscheiden, wie komprimiere ich das Wichtige, ohne an Qualität zu verlieren.

Wir brauchen eine Diskussion über den Wert der Journalistik an Universitäten. Wir freuen uns sehr, dass unser Rektorat in Dortmund uns eine große Wertschätzung vermittelt. Es kann aber nicht sein, dass andere Rektorate anderer Universitäten aus Sparzwang oder, noch

schlimmer, aus Unkenntnis über die Bedeutung der Journalistik glauben, das Fach werde an Universitäten nicht mehr gebraucht.

Wir brauchen eine gesellschaftliche Debatte darüber, wofür der Journalismus heute steht. Und natürlich darf auch die Frage gestellt werden, ob wir den Journalismus noch brauchen. Es gibt ja keine Denkverbote. Aber wenn dann die Antwort lautet, natürlich brauchen wir ihn, er ist wichtig für diese Gesellschaft, dann sollte auch der nächste Schritt folgen, nämlich die Frage: Was können wir dafür tun, dass er seinen Stellenwert behält?

Ein eigenes Thema ist, welche Rolle Stiftungen in der Ausbildung spielen sollten. Das ist heute nicht mein Schwerpunkt. Es ist vieles pro und contra Stiftungen in den letzten Monaten gesagt worden. Viele Argumente haben ihre Berechtigung. Auch dazu nur eins: Journalisten und Wissenschaftler sollten genau hinschauen. Wenn der Journalismus von außen finanzielle Unterstützung, also Lebenshilfe braucht, sich an den Tropf hängt, dann sollten wir genau wissen, ob das, was da durch die Infusionsschläuche fließt, den Journalismus mittel- und langfristig abhängig macht. Nur unabhängiger Journalismus ist glaubwürdig.

Wir brauchen eine Diskussion über journalistische Qualität. Wenn der Journalismus insgesamt schlecht und unglaubwürdig wird, dann schafft er sich selbst ab.

Wie schon erwähnt, Anfang der 1970er gab es schon einmal eine Zeit, in der sich viele gesellschaftliche Gruppen Gedanken darüber gemacht haben, welche Bedeutung der Journalismus hat. 40 Jahre später wird wieder diskutiert. Das ist gut so. Aber es könnte noch mehr sein. Wir reden darüber, was heute das Publikum ist, und dass es nicht mehr nur Publikum ist. Vielleicht führt auch das noch mal zu einer verstärkten Diskussion über die Bedeutung des Journalismus.

Und es wird vielleicht auch wieder Zeit für ein neues Memorandum*, getragen von vielen gesellschaftlichen Gruppen. Die Initiative dazu wäre nie wichtiger als heute.

**Die zitierten Memoranden des Deutschen Presserats:*

Deutscher Presserat: Memorandum zur Journalistenausbildung vom 18. 1. 1971, Bonn: Sonderdruck 1971.

Deutscher Presserat: Neues Memorandum für einen Rahmenplan zur Journalistenausbildung vom 28. 11. 1973. In: Tätigkeitsbericht 1973. Bonn: 1974

Panel I
Volontariat: Reformstau auf dem Königsweg

Diskussion mit:

Michael **Geffken**, Leipzig School of Media
Annette **Hillebrand**, Akademie für Publizistik, Hamburg
Christian **Lindner**, Rhein-Zeitung, Koblenz
Prof. Dr. Ulrich **Pätzold**, Berlin
Maximiliane **Rüggeberg**, Nordbayerischer Kurier, Bayreuth

Zusammenfassung:

Dr. Matthias **Kurp**, freier Journalist, Remscheid

Das Volontariat gilt noch immer als Hauptzugang zum Journalismus. Jenseits des Tarifvertrages, der für Zeitungen und Zeitschriften Mindestanforderungen festlegt, fehlt es aber an verbindlichen Standards. Und selbst in der Print-Branche werden längst nicht überall die vereinbarten Mindeststandards erfüllt. Spiegel online titelte im vergangenen Jahr einen Artikel zum Thema mit der Schlagzeile „Ausbeutungsmaschine Journalismus“. Im Mittelpunkt stand dabei der Fall von Maximiliane Rüggeberg. Bei der ersten Panel-Diskussion des Siebten IQ-Herbstforums schilderte die Volontärin selbst ihre Erfahrungen beim Berufseinstieg.

Die damals 22-jährige Nachwuchsjournalistin hatte diese Erfahrungen vor einem Jahr in einem Blog-Eintrag öffentlich gemacht *(vgl. Seite 61)*. Unter anderem seien ihr eine untertarifliche Zahlung ohne Abgeltung von Überstunden angeboten worden oder lediglich eine einjährige Hospitanz für monatlich 1.000 Euro brutto. Voraussetzung für die Hospitanz seien ein eigenes Auto und eine Kamera gewesen. Rüggeberg bezeichnete solche Angebote als „unverschämt“. Der Chefredakteur des „Nordbayerischen Kuriers“ bot der couragierten Blog-Autorin schließlich ein Volontariat an, das Maximiliane Rüggeberg inzwischen – nach Tarif bezahlt – in Bayreuth absolviert. Die Ausbildung sei nun „genau wie ich es mir vorstelle“, sagte die Volontärin, die in dem kleinen Bayreuther Verlagshaus alle Bereiche – inklusive Online – kennenlernen kann. Hinzu kommen sechs Wochen außerbetriebliche Kurse in München.

Dass längst nicht überall ordentlich ausgebildet wird, machte Ulrich Pätzold deutlich. Viele Volontäre klagten über mangelnde Ausbildung. Der emeritierte Professor plädierte dafür, über ein neues (duales) Modell der Journalistenausbildung nachzudenken. Das Volontariat allein reiche nicht aus. Man müsse „Journalistenausbildung viel weiter fassen“ und nicht auf ein Volontariat beschränken. Es gehöre zu den wesentlichen Veränderungen, dass Journalis-

mus im digitalen Zeitalter nicht mehr nur noch in Medienbetrieben organisiert sei, sondern sich auch unabhängig von der ökonomischen Einbettung in Medien entwickeln könne. Umso wichtiger seien für angehende Journalisten Studium und außerbetriebliche Ausbildung. Pätzold schwebt ein Modell vor, wie es auch für die Ausbildung von Medizinern gilt, die nach dem Studium zwei Jahre in einem Krankenhaus arbeiten müssen.

Annette Hillebrand, scheidende Direktorin der Akademie für Publizistik in Hamburg, kritisierte, 90 Prozent aller Verlage hätten gar keinen Plan für die gezielte Ausbildung und Rekrutierung von Nachwuchs. Hillebrand warb dafür, die Personalentwicklung im Bereich Nachwuchs zu verändern. Außer über Handwerk, Technik und Teamfähigkeit müsse – zum Beispiel mit Mentorenprogrammen – auch über Aspekte einer Haltung zum Beruf und über individuelle Stärken der Volontäre gesprochen werden. Gefragt seien keine Generalisten, sondern Persönlichkeiten, die sich zu Spezialisten entwickeln könnten, ergänzte Christian Lindner. Der Chefredakteur der Koblenzer „Rhein-Zeitung“ betonte, es gebe kein Standard-Ausbildungsmodell. Vielmehr müssten einzelne Persönlichkeiten „maßgeschneidert“ gefördert werden.

Lindner berichtete, bei der „Rhein-Zeitung“ (RZ) würden künftig die Ausbildungsbeauftragten für Volontäre abgeschafft. Stattdessen erhalte jede/r Volontär/in einen festen Ansprechpartner im Verlag. Ausgewählte Persönlichkeiten sollten die Nachwuchsjournalisten prägen. Auch Michael Geffken mahnte, die Kultur in den Verlagen müsse sich ändern *(vgl. Seite 47)*. Es fehle an einem systematischen Personalmarketing, urteilte der Geschäftsführer und Direktor der Leipzig School of Media. Darüber hinaus regte Geffken an, die Ausbildung von künftigen Journalisten angesichts der schwierigen Verhältnisse auf dem Arbeitsmarkt so zu verändern, dass sich die Nachwuchskräfte später auch in Bereichen auskennen, die nicht „originär journalistisch“ seien. Grundsätzlich müsse der Informationsaustausch zwischen allen, die an der Journalistenausbildung beteiligt sind, verbessert werden.

Einigkeit herrschte bei den Experten darin, dass sich die Anforderungen an künftige Journalisten verändert haben. Annette Hillebrand wies darauf hin, in der Ausbindung seien verstärkt die Bereiche Technik und Teamfähigkeit gefragt. Außer der Vermittlung von crossmedialen Kompetenzen dürfe auch die Vermittlung von Nutzer- oder Leserorientierung nicht fehlen, betonte Michael Geffken. Die traditionelle „Absender-Orientierung“ klassischer Medien sei heute nicht mehr sinnvoll und akzeptabel.

Und was wünschen sich die Volontäre selbst? Akademie-Direktorin Hillebrand wies darauf hin, Befragungen von Volontären hätten ergeben, dass vielen Auszubildenden einfach eine intensive Betreuung samt Feedback fehle. „Kümmert euch um eure Volos und bietet eine vernünftige Ausbildung an“, forderte Maximiliane Rüggeberg von den ausbildenden Betrieben, als sie von Tagungsmoderator Werner Lauff danach befragt wurde, wo denn am dringendsten Handlungsbedarf bestehe. „Ein Volontariat darf nicht rund machen, sondern muss eckig lassen“, setzte sich abschließend RZ-Chefredakteur Lindner dafür ein, junge Menschen zu fördern, die auf Dauer „positive Störer“ sein müssten.

Panel II
Buntes Treiben auf dem Campus: Studium zwischen Modell und Mode

Diskussion mit:

Prof. Dr. Beatrice **Dernbach**, DGPuK-Fachgruppe Journalismus
Jana **Lavrov**, freie Journalistin, Berlin
Prof. Dr. Klaus **Meier**, Universität Eichstätt
Jörg **Sadrozinski**, Deutsche Journalisten Schule, München
Prof. Dr. Stephan **Weichert**, Macromedia/ Hamburg Media School

Zusammenfassung:

Dr. Matthias **Kurp**, freier Journalist, Remscheid

In Deutschland existieren mehr als hundert Studiengänge mit Angeboten im Bereich Journalismus. Der Markt der hochschulgebundenen Journalistenausbildung wirkt vielfältig, aber auch unübersichtlich. Zugleich bedeutet die Transformation von Diplomstudiengängen zugunsten von Bachelor- und Master-Angeboten eine große Herausforderung. Bei der zweiten Panel-Diskussion des Siebten IQ-Herbstforums führten fünf Experten eine facettenreiche Qualitätsdebatte.

Das große Angebot sei „wunderbar“, lobte Beatrice Dernbach, die an der Hochschule Bremen das Institut für Wissenschaftskommunikation leitet und Mitglied der Fachgruppe Journalismus der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) ist. Dieses Urteil teilte die freie Journalistin Jana Lavrov: Die große Zahl spezialisierter Angebote bedeute eine große Chance für den Journalismus, und eine Beschränkung der Zahl der Studiengänge sei ein falscher Weg. Ohne Spezialisierung gehe es in Zukunft nicht, unterstrich Lavrov. Professorin Dernbach wies darauf hin, die Devise „One Volontär fits all“ dürfe heute nicht mehr gelten.

Jörg Sadrozinski, Leiter der Deutschen Journalistenschule in München, bemängelte, der Bologna-Prozess zur europaweiten Harmonisierung der Studiengänge habe dazu geführt, dass weniger Raum bleibe, um Sachkompetenz zu vermitteln. „Wie will ich die Welt erklären, wenn ich sie selbst nicht kapiere?“, kritisierte Sadrozinski die gestrafften Curricula im zweistufigen System (Bachelor und Master) berufsqualifizierender Studienabschlüsse. Zugleich warnte er vor unübersichtlichem Wildwuchs im Ausbildungsdschungel und schlug Qualitätssiegel oder Zertifikate vor, damit alle Ausbildungseinrichtungen an den Hochschulen identische Mindeststandards erfüllen. Auch DGPuK-Vertreterin Dernbach wünschte sich eine Zertifizierung und mehr Transparenz.

Der Leiter der Münchner Journalistenschule prognostizierte, dass von den journalistisch ausgerichteten Institutionen und Instituten an den Hochschulen „mehr als die Hälfte“ pleitegehen würden, wenn sie nicht gefördert würden. „Da tummeln sich eine ganze Menge, die eigentlich nicht das Papier wert sind, auf dem ihre Titel geschrieben sind“, meinte Sadrozinski. Das sah Beatrice Dernbach anders und sprach von einem „Selbstkontrollmechanismus“ der Branche.

Stephan Weichert, Professor für Journalistik am Campus Hamburg der Macromedia Hochschule und Mitarbeiter der Hamburg Media School, verwies darauf, private Hochschulen müssten sich im freien Wettbewerb behaupten und seien deshalb einem ständigen Markttest ausgesetzt, der für Qualität bürge. Als zentrale Trends einer sich ändernden Journalistenausbildung nannte Weichert, der den berufsbegleitenden Masterstudiengang Digital Journalism an der Hamburg Media School leitet, die drei Bereiche Technisierung, Differenzierung und Internationalisierung.

Nachdem der „Bologna-Schock“ überwunden sei, müsse der Bachelor-Studiengang leisten, was zuvor im Diplom-Studiengang bei der Verbindung von Theorie und Praxis vermittelt worden sei, erklärte Klaus Meier. Der Journalistik-Professor der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt sagte, im Anschluss an den Bachelor-Abschluss gehe es für Master-Studenten darum, zu einer anwendungsorientierten Forschung beizutragen.

Einigkeit herrschte auf dem Podium darüber, dass es sinnvoll sei, sich zumindest auf gemeinsame Qualitätsstandards zu einigen. Journalistik-Professor Weichert forderte eine „neue Qualitätsdebatte“ wie in den USA. Er wies darauf hin, dort hätten die elf großen Journalistenschulen 2010/11 ihre Curricula reformiert. Wünschenswert seien auch für Deutschland ein ständiger Austausch wichtiger Institutionen über ihre aktuellen Curricula und eine stetige Innovationsbereitschaft.

Wer an Hochschulen forsche, sorge automatisch für Innovationen, argumentierte Journalistik-Professor Meier. Wichtig seien Innovationen und empirische Forschung, die sich „dicht am Berufsalltag“ orientierten. Dabei komme es auch darauf an, dass Studierende lernten, das Publikum und seine Bedürfnisse zu erforschen. Bei der Zusammenarbeit mit anderen Institutionen bevorzuge er „bilaterale Kooperationen“ mit Unternehmen, merkte Maier an.

Beatrice Dernbach, ehemalige Sprecherin der DGPuK-Fachgruppe Journalismus, empfahl am Ende der von Werner Lauff geleiteten Diskussion, über duale Ausbildungswege und Veränderungen beim Volontariat nachzudenken. Alle Beteiligten müssten mehr miteinander sprechen. Auch Train-the-Trainer-Konzepte gelte es zu prüfen. Die freie Journalistin Lavrov ergänzte, an künftigen Gesprächen über neue Ausbildungsmodelle müssten auch die Gewerkschaften beteiligt werden. Außerdem müsse die Ausbildung so marktgerecht sein, dass unternehmerisches Denken und Handeln gelehrt werde *(vgl. Seite 50)*, damit junge Journalisten von ihrer Arbeit leben könnten.

Schlusswort und Ausblick

Ulrike Kaiser
IQ-Sprecherin

Dass ein Tag Journalistenausbildung zu wenig ist, wissen wir. Dass ein Tag Diskussion über Journalistenausbildung zu wenig ist, haben wir heute erfahren. Viel Kritik, viele Anregungen, viele gute Ansätze und Ideen (Stichwort: duale Ausbildung) haben diese Diskussionen heute ergeben – es ist an der Zeit, dies alles systematisch zu bündeln und regelmäßig aufzuarbeiten.

Wir alle wissen und haben es heute erörtert, wo noch Defizite bestehen im Volontariat und in den Hochschulen. Wir alle wissen, wie notwendig es ist, die Erfahrungen von Ausbildern und Auszubildenden, von Praktikern und Wissenschaftlern auszutauschen, von ihnen zu lernen und vermeintlich bewährte Konzepte zu überdenken.

Wir haben dazu heute ein Angebot gemacht. Dabei darf es nicht stehen bleiben. Und es wird dabei nicht stehen bleiben. Der Deutsche Journalisten-Verband und die Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (kurz: DGPuK) haben bereits vereinbart, die Ausbildungsdebatte zu verstetigen. Nicht isoliert, versteht sich, sondern gemeinsam mit anderen Berufsverbänden, Ausbildern und Institutionen der journalistischen Bildungsarbeit, die daran Interesse haben. Das haben wir fest verabredet, und wir hoffen, Ihnen dazu im kommenden Jahr eine Veranstaltung anbieten zu können. Michael Steinbrecher und Uli Pätzold haben uns heute darin bestärkt. Dieser Diskurs ist auch ein Ziel des Memorandums, das der DJV vor einem Jahr verabschiedet hat und das Ihnen in der Tagungsmappe vorliegt *(vgl. Seite 32)*.

Es ist leider so: Journalistische Aus- und Weiterbildung hat kaum Lobby. Obwohl sie im öffentlichen Interesse und Fokus stehen müsste. Denn es geht immerhin um die Qualifikation jener, die stellvertretend für die Allgemeinheit professionell wesentliche Grundrechte und öffentliche Aufgaben wahrnehmen. Das ist aller Anstrengungen wert. Wir, die wir hier sitzen, sind an guter Journalistenausbildung interessiert. Wir sollten diese Lobby schaffen.

Wir wissen und haben es heute deutlich gemacht, dass sich die journalistische Aus- und Weiterbildung strukturell und inhaltlich systematisieren muss, wenn sie in zehn Jahren noch kompetent auf die folgenden 30, 40 Jahre eines Berufslebens vorbereiten will. Wir wissen, dass dieses Berufsleben nicht mehr stringent auf einem gesicherten Redakteursplatz bei Rundfunk, Presse, Online oder Agentur verlaufen wird – auch wenn der demografische Wandel und der zunehmende Fachkräftebedarf bei all diesen Prognosen noch eine gewisse unbekannte Größe bilden.

Wir wissen, dass Journalistinnen und Journalisten in ihrem Berufsleben häufig wechseln werden. Zwischen angestelltem und freiberuflichem Status, zwischen den Medien sowie zwischen unterschiedlichen Arbeitsschwerpunkten, Produktionstechniken und Projekten. Und

auch das journalistische Handwerkszeug verändert sich. Crossmediales Arbeiten gehört schon jetzt zum Standard. Mit Neugier, Kreativität, Wachsamkeit und Mut müssen jeweils neue journalistische Möglichkeiten und Arbeitsformen erkundet und für die eigene Arbeit (vor allem in der Selbstständigkeit) umgesetzt werden.

Darauf muss Ausbildung vorbereiten. Kreativität auf allen Seiten kann dabei nicht schaden. Ob es gleich ein ganzes „Kreativ-Volontariat" sein muss, wie vom neuen WDR-Intendanten Tom Buhrow jüngst angekündigt, sei dahingestellt. Den „positiv Verrückten", die Buhrow damit in den WDR holen will, verschließen sich hoffentlich auch andere Ausbildungsangebote nicht. Denn mit gelackter Stromlinienförmigkeit ist die Zukunft des Journalismus und der Medien kaum zu gestalten. Dazu braucht es Ecken und Kanten, darauf hat auch Christian Lindner heute aufmerksam gemacht.

Bei aller Kreativität: Über curriculare Konzepte und Lernziele im Einzelnen zu entscheiden ist schwierig – eben weil sich nicht voraussagen lässt, wie sich die Medienlandschaft, wie sich Technologien, wie sich Mediennutzung in den nächsten Jahrzehnten verändern. Denken Sie nur zurück: Wer hat vor 30, 40 Jahren das Web 2.0 prognostiziert oder journalistische Apps für Smartphones vorhersehen können? Keiner konnte schon damals entsprechende Weichen in der Ausbildung stellen.

Daher kommt es (und ich denke, das ist heute nicht zuletzt durch Michael Steinbrecher deutlich geworden) in der Ausbildung vor allem darauf an, journalistische Kernkompetenzen zu vermitteln. Fachwissen, Handwerk und Recherche, Vermittlungsfähigkeit, journalistische Haltung. Michael Steinbrecher hat diesen Kanon noch um Technik- und Unternehmerkompetenz erweitert. Solche Kompetenzen sollten dann professionell und flexibel auf verschiedenen Wegen eingesetzt werden können. Auf aktuelle Entwicklungen zu reagieren bleibt dann ein weites Feld für systematische Weiterbildung. Die haben wir, obwohl auch sie uns am Herzen liegt, heute in der Diskussion weitgehend ausgeblendet – eben weil schon die Ausbildungsdiskussion so viel Zeit kostet.

Dass Sie sich diese Zeit genommen haben, dafür danke ich herzlich. Mein Dank gilt vor allem den Referentinnen und Referenten, unserem Moderator Werner Lauff, unserem Impulsgeber Michael Steinbrecher, dem Deutschlandradio mit seinem Intendanten Willi Steul, unserem Organisationsteam von der Pressestelle des Deutschlandradios und Erika Hobe vom DJV, die das Tagungsbüro wie immer umsichtig geleitet hat. Dank auch an die Techniker und die Helferinnen aus dem Casino des Deutschlandradios. Und ein Dankeschön allen, die dieses Forum finanziell und personell ermöglicht haben.

Wir verstehen dieses IQ-Herbstforum, wir verstehen die gesamte Initiative Qualität im Journalismus als ein Angebot. Ein Angebot zum Diskurs, zum Austausch, zum Lernen, zum Sichverständigen. Wir laden Sie alle herzlich ein, an diesem Prozess für mehr Qualitätssicherung mitzuwirken. Direkt in der Initiative Qualität oder in einer ihrer Partnerorganisationen.

Oder beim nächsten IQ-Herbstforum im Oktober 2015. Hoffentlich wieder hier im Deutschlandradio.

Arbeitsmaterialien (Auswahl)

Daten und Diskussionsbeiträge zur journalistischen Ausbildung

Zahlen und Daten zur Journalistenausbildung
Zusammengestellt von Ulrike Kaiser, 2012/2013

(Da eine amtliche Pressestatistik fehlt, handelt es sich bei den folgenden Zahlen um qualifizierte Schätzzahlen, erhoben von Berufsverbänden und Branchen-Institutionen)

Journalistischer Arbeitsmarkt

Ca.	
72.500	hauptberufliche (!) Journalistinnen/Journalisten in Deutschland, davon
43.500	im festen Anstellungsverhältnis,
26.000	Freiberufler (steigende Tendenz),
3.000	Volontärinnen/Volontäre; zudem
5.000	arbeitslos gemeldete Journalistinnen/Journalisten
(9.100	arbeitssuchende Journalistinnen/Journalisten)

Trends

Der Beruf wird

- akademischer (90 Prozent Studienerfahrung, 70 Prozent Studienabschluss),
- weiblicher: 57 Prozent des Nachwuchses, in einigen Schulen schon 75 Prozent sind Frauen (dieses Verhältnis ändert sich im Laufe der Berufsjahre drastisch),
- schwieriger zu erreichen: Studium, Journalistenschule, freie Mitarbeit und Volontariat als Drei- und Vierfachqualifikationen, Auslandsaufenthalte und Fremdsprachen als selbstverständliche Zugaben.

Ausbildungswege

Es gibt nach wie vor keine bindenden Ausbildungswege.
Zugang über Studium und/oder Journalistenschule, freie Mitarbeit und Volontariat.

Zweijähriges **Volontariat** als Hauptzugangsweg und Nadelöhr des Journalismus. 85 Prozent der Volontärinnen/Volontäre haben vorher teilweise jahrelang als freie Mitarbeiter/innen gearbeitet.

Journalistenschulen als älteste Form der systematischen Ausbildung (Modell: Deutsche

Journalistenschule in München); 10 von 24 Schulen sind unternehmensgebunden (z.B. Gruner + Jahr, Springer, Bauer, Burda, RTL, WAZ), Rest zur Hälfte kommerzialisiert (Schulgeld) und zur anderen Hälfte in pluraler, nichtkommerzieller Trägerschaft von Vereinen (wie DJS).

Hochschulen: 3.700 Erstsemester, 2.600 Absolventen pro Jahr mit journalismusaffinen Abschlüssen. 120 Studiengänge (plus Varianten) in journalismusnahen Bereichen, davon

- fünf grundständige journalistische Ausbildungsstudiengänge mit integriertem Volontariat („Dortmunder Modell“),
- 48 Studiengänge mit journalistischen Fachschwerpunkten (z.B. Wirtschaft und Management, Radio oder TV, Mode- oder Kulturjournalismus),
- 36 Studiengänge mit wissenschaftlich-theoretische Ausbildung in Publizistik und Kommunikationswissenschaft (nicht unmittelbar berufsvorbereitend),
- 14 mit künstlerischen Schwerpunkten (Film- und Fotohochschulen),
- elf crossmediale Studiengänge.

Trends bei den Hochschulen:

- Die kommerziellen, privaten Fachhochschulen und Akademien nehmen zu (kostenpflichtig, Hamburg Media School z.B. 12.500 Euro pro Studienjahr),
- Verschulung infolge Bologna-Prozess,
- zu wenige Möglichkeiten für anschließende Master-Studiengänge (ohne Ortswechsel).

Weiterbildung

Drei Dutzend Bildungsinstitute speziell für Journalistinnen/Journalisten, zudem 13 Studiengänge mit berufsbegleitender Qualifizierung.
Keine systematische Weiterbildungskultur in den Medienunternehmen (Ausnahme öffentlich-rechtlicher Rundfunk).

DJV-Memorandum

Journalistische Aus- und Weiterbildung: Wege aus der Krise

Beschlossen auf dem DJV-Verbandstag 2012

Vorwort

Journalistinnen und Journalisten brauchen eine gute und umfassende Aus- und Weiterbildung, damit sie in ihren sich rasch wandelnden Berufsfeldern langfristig professionell und erfolgreich arbeiten können. Eine systematische Aus- und Weiterbildung steigert zudem den Wert und die Attraktivität des journalistischen Berufs, der auch künftig seine Anziehungskraft auf qualifizierten Nachwuchs behalten soll.

Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) ist besorgt über Entwicklungen in der journalistischen Aus- und Weiterbildung, die diesen Ansprüchen entgegenstehen – Folgen der Krisen auf dem Medienmarkt, des brüchig gewordenen Finanzierungsmodells aus Vertrieb und Anzeigen vor allem bei Zeitungen, der Kürzungen öffentlicher Fördermittel, der konzeptionellen Defizite in der Medienpolitik und der isolierten curricularen Entscheidungen in Bildungsinstitutionen und Hochschulen.

Um ihre öffentlichen Aufgaben angemessen und glaubwürdig zu erfüllen, sind die Medienunternehmen und die Institutionen der journalistischen Aus- und Weiterbildung verpflichtet, die Qualität der journalistischen Bildungsarbeit in Volontariaten, Hochschulen, Journalistenschulen sowie bei freien Bildungsträgern zu fördern und zu sichern.

Der DJV regt eine breite Diskussion an und fordert insbesondere von den Einrichtungen, die Journalisten aus- und weiterbilden, die Unterstützung der folgenden Positionen und Forderungen.

1. Grundlagen: Qualitätskriterien journalistischer Aus- und Weiterbildung

Die Verpflichtungen aus dem Grundgesetz verlangen von Journalistinnen und Journalisten ein hohes Maß an persönlicher und beruflicher Qualifikation. Journalistische Arbeit verpflichtet zur besonderen Sorgfalt, zur Achtung der Menschenwürde und zur Einhaltung von Grundsätzen, die im Pressekodex des Deutschen Presserats festgelegt sind.

Journalistische Tätigkeit setzt neben persönlichen Dispositionen, die im „Berufsbild Journalistin/Journalist“ umrissen sind, eine umfassende Allgemeinbildung und Sachwissen in mindestens einem Spezialgebiet voraus. Beides wird in der Regel durch Schul- bzw. Hochschulbildung, ggf. auch durch Ausbildung in einem anderen Beruf erworben.

Journalistische Aus- und Weiterbildung zum Erwerb berufsspezifischer Kompetenzen ist Grundlage für eine verantwortliche und professionelle Ausübung des Berufes. Die gesellschaftliche Funktion von Journalismus erfordert eine systematische Aneignung von Fach-, Sach- und Vermittlungskompetenzen sowie die ständige Reflexion von (journalistischer) Ethik und Haltung. Inhalte der Ausbildung sind insbesondere medienspezifische und crossmediale Darstellungs- und Vermittlungstechniken, Gestaltung der publizistischen Produkte, unterschiedliche Methoden der Recherche und Nachrichtenprüfung, medienrechtliche und -ethische Grundlagen, soziale und medienpolitische Rahmenbedingungen.

2. Bestandsaufnahme: Situation journalistischer Aus- und Weiterbildung

Journalistische Aus- und Weiterbildung ist facettenreicher und vielfältiger geworden. Ihre Rahmenbedingungen werden in Folge der (sowohl in Medienunternehmen als auch im öffentlichen Bereich) anhaltenden Etatkürzungen sowie durch mangelnde Koordination und Konzeption allerdings schlechter. Auch das mindert die Qualitätssicherung im Journalismus und beeinträchtigt die Berufssicherheit der Journalistinnen und Journalisten. Trotz höherer formaler Einstiegsvoraussetzungen verzeichnet der DJV eine schleichende Deprofessionalisierung in der journalistischen Nachwuchsbildung, vor allem durch Absenken bereits erreichter Standards.

2.1. Volontariate

In der Regel nach vorangegangenem Studium bilden Redaktionsvolontariate in Medienunternehmen, vor allem in der Tagespresse, den Hauptzugangsweg zum Journalismus. Allerdings genügen sie nicht durchgängig den professionellen Ansprüchen.

In Zeitungen und Zeitschriften schreiben Tarifverträge Mindeststandards für die Ausbildung von Volontärinnen/Volontären vor. Gleichwohl werden diese Mindeststandards nicht überall erfüllt. Qualitativ gute Volontärsstellen werden abgebaut oder in unternehmenseigene Journalistenschulen verlagert. Letzteres bedeutet in der Regel Verzicht auf das Tarifgehalt, dafür aber ein deutlich verbessertes Ausbildungscurriculum.

Einzelne Verlage gehen dazu über, sich von den Standards des Volontariats einseitig zu entfernen, indem sie es auf drei Jahre verlängern oder es kostenpflichtig an andere Ausbildungsangebote (z. B. Hochschulen) koppeln.

Volontariate werden auch in Medien, Redaktionen, Agenturen, Pressestellen und Bürogemeinschaften vergeben, die nicht den Ausbildungstarifverträgen unterliegen und denen zum Teil die Voraussetzungen für eine umfassende Journalistenausbildung fehlen.

Leiharbeit und Outsourcing betreffen in Ausnahmefällen inzwischen auch das Volontariat. Generell wird ein Großteil der Volontäre nicht übernommen. Vielfach stehen bestenfalls Zeit-

oder Pauschalverträge am Ende des zweijährigen Volontariats. Als Perspektive bleibt den Absolventen zumeist nur die freiberufliche Tätigkeit – oder aber die PR.

Eine systematische Ausbildung der Ausbilder findet noch immer nicht statt, auch wenn sich einzelne Institutionen darum bemühen, zumindest einen Erfahrungsaustausch zu organisieren.

2.2. Hochschulausbildung

Das Angebot journalistischer Hochschulausbildung wächst beständig. Berufsinteressenten können je nach fachlicher Neigung aus einer breiten Palette spezialisierter Studiengänge mit berufsqualifizierendem Anspruch wählen. Die unterschiedlichsten Schwerpunkte und Konzeptionen erschweren allerdings sowohl die Orientierung als auch eine qualitative Bewertung.

Die erfolgreiche Entwicklung der Theorie und Praxis integrierenden Journalistik-Studiengänge als eine Ausbildungsform stagniert. Entsprechende Hochschulangebote wurden im Zuge des Bologna-Prozesses auf Bachelor- oder Master-Studiengänge (z. B. München oder Leipzig) verkürzt. Damit sind sie – von wenigen Ausnahmen (z. B. Dortmund, Eichstätt) abgesehen – ihres grundständigen Konzeptes mit integriertem Volontariat beraubt, das ein abgewogenes Miteinander von Theorie und Praxis sowie eine systematische Reflexion der Praxisphasen vorgegeben hatte.

Stattdessen wächst die Zahl diverser partikularer Studienangebote: Ohne die hinreichende Breite in der Vermittlung journalistischer Schlüsselqualifikationen gewährleisten zu können, konzentrieren sie sich auf journalistische Teilgebiete, in deren Curricula zum Teil die Grenzen zwischen Journalismus auf der einen sowie Werbung, Marketing und Management auf der anderen Seite aufgehoben werden.

Die Hochschulpolitik subventioniert die Privatisierung und Kommerzialisierung der wissenschaftlichen Ausbildung. Hochschulen und Akademien in privat-kommerzieller Trägerschaft bieten zum Teil exklusivere Studienmöglichkeiten, verlangen aber hohe Studiengebühren, so dass Journalistenausbildung in diesem Fall abhängig wird von der finanziellen Leistungskraft Einzelner.

Die den Hochschulen auferlegte Verpflichtung zur Weiterbildung wird vorwiegend von diesen privat-kommerziellen Instituten erfüllt: Sie konzipieren viele ihrer Studiengänge zugleich als berufsbegleitende. Die staatlichen Hochschulen verzichten auf Angebote der Weiterbildung bzw. haben sich (wie die FU Berlin) aus ihr zurückgezogen – eine Folge der knapper werdenden Ressourcen.

2.3. Weiterbildung

Die journalistischen Bildungsinstitute befinden sich unter finanziellem, teils existenziellem Druck sowohl auf Grund geringerer Teilnehmerzahlen infolge der Arbeitsmarktlage als auch auf Grund geringerer Zuschüsse infolge der finanziellen Situation von Medienbetrieben und öffentlicher Hand.

Die öffentlichen Zuschüsse werden unkoordiniert und nach wenig transparenten Kriterien vergeben bzw. gekürzt. Vor allem die Förderung vermeintlicher landespolitischer „Leuchttürme“ geht zu Lasten bewährter Institute und führt dort nicht selten zu personellem und inhaltlichem Kompetenzverlust.

Die Bildungsinstitute sind auf ständiger Gratwanderung: Mittelakquirierung, Berücksichtigung der Interessen von Medienunternehmen und der Teilnehmerinteressen. Allein auf der Basis von Teilnehmerentgelten ist eine qualifizierte Bildungsarbeit in den Instituten nicht zu gewährleisten.

Das erfordert auch Konzessionen an Inhalte und Form der Bildungsarbeit. Die steigende Nachfrage nach so genannten „Inhouse-Seminaren“ relativiert die pädagogische Bedeutung der überbetrieblichen Bildungsarbeit und schränkt die Möglichkeiten des Wissenstransfers und Erfahrungsaustauschs aus anderen Regionen und Arbeitsorganisationen ein. Entsprechend vermindern die Verkürzungen von Seminaren auf einen Tag oder die – vor allem für Freie attraktiven – computergestützten Fernseminare das gemeinsame Bildungserlebnis.

3. Perspektive: Systematisierung der Aus- und Weiterbildung

Der DJV setzt sich für Transparenz, Kooperation und Koordination in der journalistischen Aus- und Weiterbildung ein. Curriculare Planungen und Entscheidungen müssen auf Basis anerkannter Qualitätsstandards im Miteinander von Wissenschaft und Praxis getroffen werden. Der DJV rät auch auf Länderebene zu öffentlich geförderten, unabhängigen Instituten der Kooperation und Koordination aller journalistischen Bildungsträger nach dem Modell des MedienCampus Bayern. Die organisatorischen und finanziellen Voraussetzungen dafür zu schaffen ist eine wichtige Aufgabe der Medienpolitik.

3.1. Volontariate

3.1.1. Praktische Ausbildung

Es liegt im gemeinsamen Interesse von Journalisten und Verlegern, die Qualität des Volontariats auf der Basis von Tarifverträgen zu schützen und auszubauen. Zur Qualitätssicherung des Volontariats gehören die Umsetzung des Ausbildungsplans sowie die außerbetrieblichen Ausbildungskurse. Eine faire tarifliche Bezahlung muss ebenso selbstverständlich sein wie

die Anerkenntnis, dass Volontäre weder besser bezahlte Praktikanten noch billiger Redakteursersatz sind.

Es bleibt Ziel des DJV, tarifvertragliche Grundlagen für journalistische Ausbildung in und für Medien zu schaffen. Im Sinne der journalistischen Qualitätssicherung soll ein Volontariatsvertrag nicht von den Inhalten eines Ausbildungstarifvertrags abweichen.

Der DJV setzt sich für eine freiwillige Zertifizierung der Volontariatsausbildung ein. Mit solchen Zertifizierungen wird das Bemühen der Medien und Redaktionen unterstrichen, die Inhalte der Ausbildungstarifverträge umzusetzen und die Qualitätssicherung des Journalismus durch eine gute Ausbildung zu fördern.

Die inhaltliche und formale Ausgestaltung des Volontariats gehört auf den Prüfstand. Es berücksichtigt nicht die veränderten Voraussetzungen, die Volontärinnen/Volontäre inzwischen mitbringen: Langjährige freie Mitarbeit und eine fachspezifische akademische Vorbildung müssen in eine zukunftsweisende Konzeption der praktischen Journalistenausbildung einbezogen werden.

3.1.2. Überbetriebliche Volontärsausbildung

Wesentliche Bestandteile der Volontariate bleiben die außerbetrieblichen Ausbildungsphasen.

Der DJV fördert die Initiative journalistischer Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, sich einem freiwilligen Zertifizierungsverfahren zu unterwerfen, das international anerkannten Kriterien entspricht. Die bereits vereinbarte freiwillige Selbstverpflichtung auf Transparenzregeln ist dazu eine notwendige, selbstverständliche Vorstufe. Die außerbetriebliche Volontärsausbildung soll in zertifizierten Einrichtungen stattfinden und zumindest dem tarifvertraglich festgelegten Umfang von insgesamt sechs Wochen entsprechen (in der Regel vier Wochen im ersten, zwei Wochen im zweiten Ausbildungsjahr).

Der DJV hält die Koordinierung und Kooperation der überbetrieblichen Bildungseinrichtungen gerade mit Blick auf schwindende Teilnehmerzahlen und Finanzmittel für dringend ausbaubedürftig. Der DJV unterstützt alle entsprechenden Initiativen.

Zugleich sind die Bildungseinrichtungen weiterhin aufgefordert, Konzepte für die Ausbildung der Ausbilder zu erarbeiten, um deren pädagogische und curriculare Kompetenz zu entwickeln bzw. zu stärken.

3.2. Hochschulausbildung

Die journalistischen Hochschulangebote mit berufsbildendem Anspruch bedürfen hinsichtlich

ihrer theoretischen Fundierung, ihrer praktischen Relevanz und ihrer Bedeutung für den Arbeitsmarkt der ständigen unabhängigen Evaluation.

Die spezifischen Aspekte hochschulgebundener Journalistenausbildung sind nur schwer mit den straff durchorganisierten Bachelor- und Master-Studiengängen zu vereinbaren. So müssen beispielsweise ausreichende Praxisphasen (auch im Ausland) und die redaktionelle Mitarbeit an hochschuleigenen Medien in der Gesamtwertung studentischer Leistungen berücksichtigt werden. Die Credit-Points- und Modul-Struktur der Studiengänge nach dem Bologna-Prozess ist diesen besonderen Anforderungen anzupassen.

Es ist weiter dafür Sorge zu tragen, dass die Bachelor-Absolventen ihr Studium durch einen fachlich aufbauenden Master-Studiengang ergänzen können, um so ihr Wissen zu erweitern und ihre Berufschancen zu vergrößern. Dazu muss das Angebot an Master-Studienplätzen an den einschlägigen Studienorten erheblich ausgebaut werden.

Unter dem Aspekt des Hochschul-Marketings entstehen teilweise Nischen-Angebote, die nicht immer die Standards einer professionellen Journalistenausbildung erfüllen. Das kann für die Professionalisierung des Journalismus und auch bezogen auf den journalistischen Arbeitsmarkt eine Gefahr bedeuten.

Für die Professionalisierung des Journalismus und mit Blick auf den journalistischen Arbeitsmarkt ist eine länderübergreifende Kooperation und Koordination von berufsvorbereitenden Studienangeboten erforderlich, in deren Mittelpunkt die Studierenden stehen und nicht die Interessen einzelner Hochschulinstitute.

Die breite Vermittlung journalistischer Schlüsselqualifikationen ist auch in so genannten Nischen-Studiengängen unabdingbar, die auf spezielle Fachgebiete in den Medien vorbereiten.

Grundsätzlich erscheint dem DJV nach wie vor die Verbindung von hochschulgebundener Journalistenausbildung mit integriertem, mindestens 15-monatigem Praxisanteil (Volontariat) und spezialisierendem Zweitfach (analog des bewährten, zusammen mit den Berufsverbänden entwickelten „Dortmunder Modells“) als Referenzmodell beispielhaft.

Unter dem Aspekt vergleichbarer Zugangschancen zum Journalismus muss darauf geachtet werden, dass das Studium weder von der finanziellen Potenz (Studiengebühren an privaten Hochschulen und Akademien) noch von wenig berufsrelevanten Schulnoten (NC) abhängig ist. Hier sind in länderübergreifender Kooperation transparente Zugangsvoraussetzungen und Finanzierungsmodelle zu erarbeiten, die den spezifischen journalistischen Anforderungen entgegenkommen.

Der DJV unterstützt mit seiner fachlichen Kompetenz die Festlegung von Kriterien eines Qualitätssiegels für die journalistische Hochschulausbildung.

3.3. Weiterbildung

Qualität und Professionalität des Journalismus liegen im allgemeinen Interesse der demokratischen Gesellschaft. Journalistische Weiterbildung zu fördern gehört deshalb auch zu den öffentlichen Aufgaben.

Qualität und Professionalität im Journalismus liegen zudem im Interesse der wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit der Medienunternehmen und müssen deshalb von ihnen nachhaltiger mitfinanziert werden. Weiterbildung muss von den Medienunternehmen als wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur und der Personalplanung begriffen und festgeschrieben werden.

Der DJV sieht in der ständigen Weiterbildung ein prägendes Merkmal der journalistischen Professionalität. Durch Weiterbildung werden berufliche Verantwortung und Fähigkeiten gestärkt und die soziale Stellung von Journalisten verbessert. Der DJV setzt sich daher – neben seinen entsprechenden gewerkschaftlichen Bemühungen in der Tarifpolitik – für einen gesetzlichen Anspruch auf geregelte Weiterbildung ein. Dieser darf sich im Zuge der steigenden Zahl von Freiberuflern in der journalistischen Branche nicht auf fest angestellte Redakteurinnen/Redakteure beschränken.

Der DJV unterstützt Weiterbildungen, die arbeitsplatzorientiert stattfinden.

Qualifizierungsprogramme der Arbeitsagentur sollten auf Zusatzqualifikationen für nicht übernommene Volontärinnen/Volontäre erweitert werden.

Auch die staatlichen Hochschulen bleiben aufgefordert, ihren Beitrag zur journalistischen Weiterbildung zu leisten. Gerade auf diesem Gebiet kann der dringend notwendige Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Praxis ausgebaut werden.

Ausgewählte Auszüge aus IQ-Rundmails zum Thema „Ausbildung“

Juli/August 2011:
Ausbildungsmodule statt Volontariat

Der Kommunikationswissenschaftler Michael Haller hält das zweijährige Volontariat für überholt. Auf der Tagung „Journalism reloaded" der Leipzig School of Media plädierte der emeritierte Leipziger Professor und wissenschaftliche Direktor des Instituts für praktische Journalismusforschung Leipzig für eine einjährige betriebliche Ausbildung in Verbindung mit späteren berufsbegleitenden Weiterbildungsmodulen beispielsweise zum Online-Journalismus, die auch älteren Redakteuren zugutekommen könnten. Auf der Konferenz sollte eine „Leipziger Deklaration zur Aus- und Weiterbildung von Journalisten" vorbereitet werden; sie wird demnächst veröffentlicht.

Weitere Informationen:
http://www.leipzigschoolofmedia.de/veranstaltungen/aktuell/veranstaltungen-singleansicht/details/journalism-reloaded-was-journalisten-in-der-zukunft-koennen-muessen/
Kontakt: Michael Geffken, geffken@leipzigschoolofmedia.de

Juli/August 2011:
Zukunftsmodell für den Qualitätsjournalismus?

Große Reformpläne entwirft die Medienökonomin Marie-Luise Kiefer im Jahr 2011 für den Qualitätsjournalismus. Da dessen privatwirtschaftliche Finanzierung angesichts schwindender Werbegelder in Frage stehe, schlägt sie ein Modell der professionellen, öffentlich geförderten Selbstorganisation vor. Die öffentliche Förderung – sie wird mit der demokratietheoretischen Bedeutung des Journalismus begründet – könnte auf der Basis eines durch standardisierte Ausbildung geregelten Berufsnachweises erfolgen.

Originaltext: http://www.m-und-k.nomos.de/fileadmin/muk/doc/Aufsatz_MuK_11_01.pdf
Besprechung: http://de.ejo-online.eu/?p=4912#more-4912

September/Oktober 2011:
Journalismus auf dem „dritten Weg“

„Wer die journalistische Zukunft im Netz wirklich heraufbeschwören will, muss bereit sein, den Beruf gleich neu zu erfinden“, meint Journalismus-Professor Stephan Weichert (Macromedia-Hochschule, Hamburg) und fasst in einem Beitrag für die NZZ Positionen und Ent-

wicklungen über den „Journalismus2.0“ zusammen. Weichert sieht analog zu Marie-Luise Kiefer (vgl. IQ-Rundmail Juli/August 2011) die journalistische Perspektive in einem „dritten Weg“: die Trennung von professionellem Journalismus und Medien und die Etablierung journalistischer Arbeit als eigenständige Institution, finanziert über medienunabhängige Geldgeber wie zum Beispiel Stiftungen.

Zum Artikel: http://www.nzz.ch/nachrichten/kultur/medien/journalist_20_1.11927898.html
Kontakt: Prof. Dr. Stephan Weichert, stephanweichertpost@gmail.com

November/Dezember 2012:
DJV-Memorandum soll breiten Diskurs fördern

Einstimmig verabschiedet haben die rund 300 Delegierten des DJV-Verbandstags 2012 in Kassel das Memorandum „Journalistische Aus- und Weiterbildung: Wege aus der Krise“, Fortschreibung einer Denkschrift des IQ-Partners DJV aus dem Jahr 2003. Das mehrseitige Papier beschreibt – ausgehend von einer Bestandsaufnahme – Perspektiven für Volontariate, Hochschulausbildung und Weiterbildung und regt insgesamt mehr Kooperation und Koordination zwischen Ausbildungsinstituten, Wissenschaft und Praxis an. Für das Volontariat werden dringend Reformen aufgrund geänderter Rahmenbedingungen angemahnt, von den Hochschulen fordert der DJV breitere journalistische Fundierung und integrierte Praxisanteile analog bekannter Journalistik-Referenzmodelle, und bezogen auf die Weiterbildung sieht der DJV die Entwicklung einer Weiterbildungskultur zur Qualitätssicherung und Personalplanung bei den Medienunternehmen als vordringlich an. Das Memorandum soll die Grundlage für den Diskurs des Journalisten-Verbandes mit Vertreter/innen der journalistischen Aus-und Weiterbildung, mit Medienunternehmen, der Wissenschaft und der Medienpolitik bilden. Im *journalist*-Interview erläuterte DJV-Vize Ulrike Kaiser einige Intentionen.

Memorandum 2012:
http://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Der_DJV/%C3%9Cber_uns/DJV_Profil/Gremien/Verbandstag/VT_2012_Intern_01/memorandum-online-2.pdf
journalist-Interview: http://www.journalist.de/ratgeber/handwerk-beruf/menschen-und-meinungen/ulrike-kaiser-es-hapert-beim-theoretischen-teil.html
Kontakt: Ulrike Kaiser, info@ulrike-kaiser.de

November/Dezember 2012:
Volontariat steht auf dem Prüfstand

Nicht nur der DJV, auch IQ-Partner dju in ver.di fordert eine Reform des Volontariats. Insbesondere die neuen crossmedialen Herausforderungen und Social Media müssten in der Aus-

bildung stärker verankert werden, fordert Renate Angstmann-Koch, Stellvertreterin im dju-Bundesvorstand, im Gespräch mit „M – Menschen Machen Medien“. Sie plädiert für eine Modernisierung des Tarifvertrages aus dem Jahre 1990.

Kontakt: Karin.Wenk@verdi.de

Januar/Februar 2013:
Blog zur Ausbildung von Journalisten

„Journalism Reloaded“ heißt ein Blog, der sich speziell Ausbildungs- und Zukunftsfragen im Journalismus zuwenden will. Initiatorin Alexandra Stark hat eine Masterarbeit zum Thema geschrieben und will sich mit anderen über die künftig geforderten Kompetenzen von Journalistinnen und Journalisten austauschen.

Weitere Informationen: http://www.journalism-reloaded.ch/
Kontakt: mail@alexandrastark.ch

September/Oktober 2013:
UNESCO mit Modellen zur Journalistenausbildung

Die UNESCO will die internationalen Modelle der Journalistenausbildung weiter vernetzen und startet eine entsprechende Exzellenzinitiative. Auf dem dritten Weltkongress zur Journalistenausbildung im belgischen Mechelen forderte die UNESCO-Generalsekretärin Irina Bokova die Ausbilder auf, ihre Curricula weiterzuentwickeln, um der rasanten Medienentwicklung zu begegnen. Mit der Exzellenzinitiative sollen vor allem Nord-Süd-Partnerschaften gefördert werden.

Weitere Informationen: http://unesco.de/curricula_journalistenausbildung.html,
Kompendium: http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf
Kontakt: Pressesprecher Dieter Offenhäusser, offenhäusser@unesco.de

Aus: journalist 11/2012

„ES HAPERT BEIM THEORETISCHEN TEIL“

Volontariat, Journalistenschule, Studium: Es gibt viele Möglichkeiten, in den Beruf einzusteigen. Aber keine Gewähr für eine wirklich gute Ausbildung. Was müsste sich ändern? Und hat das Volontariat noch Zukunft? Der *journalist* sprach mit Ulrike Kaiser, die am Memorandum zur journalistischen Aus- und Weiterbildung mitgewirkt hat, das der DJV auf seinem Verbandstag in Kassel diskutieren wird.

Interview von Monika Lungmus

Bilder (2) – dapd/Caroline Seidel

***Journalist:* Sie sind Medienfachjournalistin und als stellvertretende Bundesvorsitzende des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV) besonders in Fragen der journalistischen Aus- und Weiterbildung engagiert. Wie sah denn Ihre eigene Ausbildung aus?**
Ulrike Kaiser: Für die damalige Zeit, 1970, sah die sehr klassisch aus: Abitur, Volontariat bei der *Rheinischen Post*, vier Jahre Redakteurszeit, anschließend ein Diplom-Studium in Pädagogik mit Schwerpunkt Erwachsenenbildung. Und danach habe ich in der journalistischen Aus- und Weiterbildung gearbeitet.

Wenn Sie sich noch mal für den Journalistenberuf entscheiden würden und die freie Wahl hätten: Welchen Weg würden Sie heute einschlagen?
Ich würde versuchen, entweder an eine Journalistenschule zu kommen oder mich in einem kombinierten Journalistik-Studiengang einzuschreiben.

Haben Sie da konkrete Einrichtungen im Auge?
Meine Favoriten wären die Deutsche Journalistenschule in München, die Henri-Nannen-Schule in Hamburg oder die Evangelische Journalistenschule in Berlin. Auch die Axel Springer Akademie ist inzwischen sehr interessant, vor allem was den crossmedialen Bereich betrifft. Als Studiengang würde ich Journalistik an der Dortmunder Hochschule wählen, wenn ich denn beim dortigen Numerus Clausus eine Chance hätte. Ich halte dieses Modell, das damals mit gewerkschaftlicher Beteiligung konzipiert wurde, auch heute noch für profund.

Weshalb sind Sie von dem Dortmunder Journalistik-Studiengang so überzeugt?
Hier ist vor dem Start sehr gut überlegt worden, wie man Theorie und Praxis miteinander verbinden kann: Die Studierenden machen in der Mitte ihres Studiums ein verkürztes Volontariat und haben anschließend noch zwei Semester, in der sie die Praxis reflektieren können. Zudem wird hier journalistische Theorie und Praxis mit einem Fachstudium – ob Biologie, Jura oder Wirtschaft – kombiniert. Das ist ein sehr gut ausgearbeitetes Modell.

Gut 80 Prozent der Berufsanfänger gelangen nach wie vor über das Volontariat in den Journalismus. Und das ist seit 1990 durch einen Tarifvertrag geregelt, der ein Mindestmaß an Ausbildungsqualität garantieren soll. Wie sieht die Realität aus?
Viele Standards werden inzwischen nicht mehr eingehalten. Unsere Umfragen haben ergeben, dass es vor allem bei der theoretischen Wissensvermittlung erhebliche Defizite gibt. Im Tarifvertrag ist ja festgeschrieben, dass im Ausbildungsbetrieb ein Einführungskurs sowie regelmäßige Schulungen stattzufinden haben. Dabei hapert es am meisten. Die Vorgaben für die außerbetriebliche Ausbildung, also die vier Wochen im ersten und die zwei Wochen im zweiten Jahr, wurden zunächst weitgehend eingehalten. Aber heute ist auch das nicht mehr überall selbstverständlich.

Der DJV hält eine freiwillige Zertifizierung der Volontariatsausbildung für sinnvoll. Inwiefern würde das zur Einhaltung von Standards führen?
Ich bin kein Zertifizierungsfanatiker. Aber ich glaube, dass ein solches Zertifizierungsverfahren auch den Verlagen selbst noch mal Gelegenheit gibt zu überprüfen, welche Ausbildungsstandards sie haben und an welcher Stelle sie eventuell nachbessern müssten. Und die Volontariatsbewerber profitieren natürlich auch davon, weil eine Zertifizierung mehr Transparenz schafft und ihnen Orientierung im Ausbildungsdschungel bietet.

Wie könnte die Vergabe eines Qualitätssiegels konkret aussehen? Gibt es da Vorbilder?
Interessant ist das, was der MedienCampus Bayern in München macht. Das ist eine Vereinigung von Aus- und Weiterbildungseinrichtungen in Bayern, die sich mit Medien befassen. Die haben jetzt angefangen, Qualitätssiegel zu vergeben. Bisher haben sich aber meines Wissens nur Studiengänge und andere Bildungsinstitute beworben.

Vor allem große Verlagshäuser verabschieden sich zunehmend vom klassischen Volontariat und gründen eigene Journalistenschulen. Der DJV sieht diese Entwicklung eher kritisch. Warum eigentlich? Sind solche Einrichtungen nicht ein Ausdruck dafür, dass man die Ausbildung des Nachwuchses ernst nimmt?

Ulrike Kaiser
„Wir wollen das Volontariat verbessern", sagt die stellvertretende DJV-Bundesvorsitzende.

„Heute würde ich versuchen, entweder an eine Journalistenschule zu kommen oder mich in einem kombinierten Journalistik-Studiengang einzuschreiben."

Der DJV wirft da einen skeptischen Blick drauf, weil teilweise der Verdacht besteht, dass es sich um verkappte Volontariate handelt. Dass man Volontäre nur zu Journalistenschülern macht, um sie geringer bezahlen zu können. Wenn die unternehmenseigene Schule aber eine verantwortungsbewusste, engagierte Leitung hat, dann wird das Curriculum im Vordergrund stehen. Und im Medienunternehmen wird man erkennen, dass die Schule gleichzeitig eine Denkfabrik ist, die dem Gesamtunternehmen innovative Impulse und einen kreativen Input geben kann. Es profitieren also beide Seiten.

Das hört sich recht positiv an.

Man kann die Ausbildung danach bewerten, wie der Theorie- und Praxisanteil ist. Wenn die Schüler zu 90 Prozent in den Redaktionen arbeiten und nur gelegentlich in Seminaren zusammenkommen, dann wäre das ein verkapptes Volontariat. Aber wenn die Schüler weit mehr Möglichkeiten der Reflexion, des gemeinsamen Lernens haben, dann ist es anders. Ein in etwa gleichwertiges Theorie-Praxis-Verhältnis spricht für eine systematischere Ausbildung als im normalen Volontariat. Und ich persönlich wäre in diesem Fall auch bereit, gewisse finanzielle Abstriche in der Vergütung zu akzeptieren.

Der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag verfolgt einen neuen Ansatz: Die Volontäre müssen in Kiel berufsbegleitend den Studiengang *Journalismus und Medienwirtschaft* absolvieren.

Prinzipiell ist gegen eine Zusammenarbeit zwischen Medienunternehmen und Hochschule nichts einzuwenden. In diesem Fall sehe ich aber mehrere Probleme: Die Volontäre haben keine Wahlfreiheit, was den Studiengang betrifft, und das Studium ist kostenpflichtig und findet mit großem Arbeitsaufwand zu einem wesentlichen Teil in der Freizeit statt. Zudem finde ich auch die Verknüpfung von Journalismus und Medienwirtschaft eher verdächtig. Wir sollten aber abwarten, bis die ersten Volontäre diese Ausbildung beendet haben.

Kombinationen mit Medienwirtschaft oder mit PR findet man inzwischen häufig. Früher wäre diese Vermischung tabu gewesen. Muss man solche Kombinationsstudiengänge als Anpassung an die Realität sehen?

Für mich sind sie ein Zeichen für Entprofessionalisierung im Journalismus; während sich andere Bereiche wie etwa die PR erheblich professionalisieren. Als Journalist muss ich zwar wissen, wie die PR tickt, wie ein Verlagsgeschäftsführer denkt, aber wenn ich schon im Studium lerne, betriebswirtschaftliches Denken oder PR mit Journalismus zu verknüpfen, dann weiß ich nicht, ob das dem Journalismus gut bekommt.

Das Angebot an Studiengängen, in denen Journalismus oder Medien auftauchen, ist ziemlich unübersichtlich geworden.

Im Moment scheint es so, dass alles etwas zerfasert. Die Hochschulen suchen im Wettbewerb miteinander nach Nischen, die sie in der bundesweiten Landschaft als exklusiv verkaufen können. Es gibt schon mehr als 120 journalismusaffine Studiengänge. Und da ist es für den Nachwuchs unheimlich schwierig, noch durchzublicken. Ich meine, wir sollten wieder mehr an die Fundamente der journalistischen Ausbildung denken. Wir müssen definieren: Was sollten Journalisten heute kennen und können, was sollten sie wissen und lernen, bevor sie sich für eine spezielle Richtung entscheiden.

Welchen Einfluss hat eigentlich Bologna, also die Umstellung auf Bachelor und Master?
Bologna hat das Studium verschult. Module und Credit Points bestimmen den Studienverlauf. Da muss man sich generell die Frage stellen, ob das mit den Ansprüchen vereinbar ist, die an Journalisten gestellt werden. Von denen ja Selbstständigkeit, Kreativität und Neugier erwartet wird. Ich weiß, dass die Dortmunder im Rahmen des Bologna-Prozesses große Schwierigkeiten hatten, mit ihrem Modell überhaupt eine Akkreditierung zu bekommen, weil das im Studium integrierte Volontariat mit den Modulen nicht kompatibel war. In Leipzig hat man sich daher im Rahmen von Bologna auf den Master umgestellt, während München jetzt nur noch den Bachelor anbietet. Bologna war für die grundständige Journalistenausbildung an den Hochschulen nach meinem Eindruck nicht zuträglich. Aber Bologna ist nicht die Ursache für die Zerfaserung der Hochschullandschaft.

Zurück zum Volontariat. Das stammt noch aus der Bleizeit, gilt aber nach wie vor als Königsweg in die Redaktionen.
Ich glaube, dass es nicht mehr die Veränderungen abbildet, die in der Medienlandschaft stattgefunden haben. Zudem sind die Volontäre heute anders vorgebildet als noch vor 20, 30 Jahren. Sie haben durchweg ein Studium angefangen oder abgeschlossen, bringen viel Erfahrung durch Praktika und freie Mitarbeit mit. Das wird in der bisherigen Form des Volontariats nicht berücksichtigt. Es setzt zwar noch mal zwei Jahre auf diese Vorbildung drauf, hat sich aber inhaltlich nicht wesentlich verändert.

Wie müsste man den Tarifvertrag für Volontäre modernisieren?
Der Tarifvertrag definiert einige Ausbildungsinhalte und Ausbildungsstationen. Man müsste möglicherweise an die Ausbildungsstationen ran. Da steht etwas von *Ressorts*, aber in vielen Zeitungen gibt es keine Ressorts mehr. Dagegen war 1990 der Begriff *Newsdesk* unbekannt, ebenso der Begriff *Crossmedialität*. Das ließe sich ohne größeren Aufwand ändern. Aus meiner Sicht wäre es aber wesentlich wichtiger, zusammen mit den Medienunternehmen verbindliche Ausbildungspläne zu entwickeln. In unserem Musterausbildungsplan steht ein Begriff wie *Typometer*. Das kennt doch heute kein Volontär mehr. Hier müsste man dringend auf die aktuelle Redaktionsarbeit umstellen. Aber das können die Gewerkschaften nicht allein, da müssen die Medienunternehmen mitmachen.

Müsste man das Volontariat auch stärker auf den Aspekt des medienübergreifenden Arbeitens fokussieren?
Das hatten wir schon 1990 gefordert, damals in Form von Hospitanzen in anderen Medien. Heute haben wir den Vorteil, dass die Medienhäuser selbst diese multimedialen Strukturen haben. Man kann das medienübergreifende Arbeiten also im Hause selbst trainieren. Diesen Aspekt muss man bei einer Reform berücksichtigen.

Das Volontariat hat lediglich einen überbetrieblichen Theorieanteil von sechs Wochen. Muss auch daran etwas geändert werden?
Diese überbetriebliche theoretische Phase ist sicherlich nicht ausreichend. Aber man muss bedenken, dass es Berufseinsteiger mit einschlägiger Vorbildung gibt. Es macht einen Unterschied, ob der Volontär ein Abiturient ist oder bereits einen Bachelor oder Master hat. Das derzeitige Volontariat nimmt auf diese Unterschiede keine Rücksicht.

Deshalb meine ich: Es ist dringend notwendig, dass sich alle Beteiligten in Sachen Journalistenausbildung an einen Tisch setzen und nach Möglichkeiten suchen, wie man kooperieren und koordinieren kann.

Wenn man stärker auf die Vorbildung der Volontäre abhebt, dann müsste man sich auch die Hochschulabschlüsse noch mal genauer anschauen.
Richtig. Man müsste vor allem die Volontäre stärker einbeziehen. Die wissen ja meist um eigene Defizite – und um die Möglichkeiten, die sie von ihrer Vorbildung her mitbringen.

Mehr Individualisierung ist also gefragt.
Ja, aber das ist zugleich ein Problem. Wir müssen im Volontariat zu einer vernünftigen Abwägung zwischen Standardisierung und Individualisierung kommen. Wer bereits eine theoretische Vorbildung hat, braucht andere Lerninhalte als Volontäre, die bisher ausschließlich in der Praxis gearbeitet haben. Wir müssen darüber diskutieren. Aber dazu brauchen wir auch die Verleger.

Michael Haller, emeritierter Journalistik-Professor der Leipziger Uni, hat den Vorschlag gemacht, das Volontariat auf ein Jahr zu verkürzen und auf die Vermittlung von Kernkompetenzen zu beschränken. Das spezielle Wissen soll man sich später in einzelnen Modulen aneignen.
Ich finde es gut, dass neue Überlegungen in die Debatte eingebracht werden. Wie schon gesagt: Für mich ist es wichtig, dass sich Unternehmen, Hochschulen, Journalistenschulen an einen Tisch setzen und im Diskurs klären, an welcher Stelle sie kooperieren können. Und wie man die Journalistenausbildung insgesamt optimieren kann.

Welche Kompetenzen benötigen Berufseinsteiger, die auch in 30 Jahren noch im Journalismus arbeiten wollen?
Das ist ein Vierklang von journalistischer Fachkompetenz (also Recherche-, Rechts- und Medienkenntnisse), speziellem Sachwissen – egal ob Sport, Medizin, Jura oder Biologie –, von Vermittlungskompetenz, also Wissen um Stilformen, die Fähigkeit, sich verständlich auszudrücken, und von dem, was ich als ethische Kompetenz bezeichne: Haltung, Konfliktfähigkeit, verantwortungsvoller Umgang mit dem Publikum. Das ist die journalistische Basis, und das sind die Fundamente, auf denen auch künftig aufgebaut werden kann, egal ob man für Online, für Rundfunk oder für die Presse arbeitet. Wie die technische Entwicklung weitergeht, welche Rolle Social Media im Journalismus künftig spielen, wo und wie Journalismus praktiziert wird – all das können wir heute schwer abschätzen. Auf den journalistischen Fundamenten aber lässt sich in jedem Fall aufbauen.

Sie haben an der Aktualisierung des DJV-Memorandums zur journalistischen Aus- und Weiterbildung mitgearbeitet, das der Bundesvorstand nun beim Verbandstag zur Abstimmung stellt. Darin ist formuliert, dass die tradierte Form des Volontariats auf lange Sicht generell auf den Prüfstand gehört. Muss man das so verstehen, dass das Volontariat bald ausgedient hat?
Ausgedient hat das Volontariat nicht. Das würden die jungen Leute, bei aller Kritik, die sie am Volontariat äußern, auch nicht akzeptieren. Unser Interesse ist es, das Volontariat qualitativ zu verbessern. Parallel dazu läuft aber eine Diskussion, vor allem in wissenschaftlichen Kreisen, in der angesichts der wirtschaftlichen Krise in den Verlagen nach der langfristigen Finanzierung von Qualitätsjournalismus gefragt wird. Und in diesem Zusammenhang wird diskutiert, inwieweit Journalisten auch über öffentliche Fördermittel finanziert werden könnten und wer tendenziell solche öffentlichen Fördermittel bekommen könnte. Es geht also dabei auch um die Frage, wer eigentlich Journalist ist. Eine solche Definition wäre über die Ausbildung möglich. Und in dieser Debatte wird dann auch die Frage gestellt, ob die Volontariate, die ja zumindest im Pressebereich in privater Hand sind, noch eine adäquate Form der Ausbildung darstellen. Ich betone: Das ist nicht unsere Debatte. Aber wir als DJV müssen uns mit ihr auseinandersetzen.

Monika Lungmus ist journalist-Redakteurin. ■

Interview aus: meedia vom 23.8.2013, Autor: Marvin Schade
http://meedia.de/print/alle-medienhaeuser-brauchen-massiven-input/2013/08/19.html

Michael Geffken:
„Alle Medienhäuser brauchen massiven Input“

Wie ist es um die Journalistenfortbildung in Deutschland bestellt? Nicht so gut, findet Michael Geffken, Leiter der Leipzig School of Media. „Ich sehe gravierende Defizite, weil Anspruch und Wirklichkeit bei vielen Medienhäusern auseinanderklaffen“, sagt er im Interview mit meedia. Medienunternehmen, sagt der ehemalige Journalist (u.a. WirtschaftsWoche), bräuchten „massiven fachlichen Input“, beispielsweise auf den Feldern digitaler Workflow, Mobile Media und Datenjournalismus.

Herr Geffken, wie zufrieden sind Sie mit der Journalistenfortbildung in Deutschland?
Ich sehe gravierende Defizite, weil Anspruch und Wirklichkeit bei vielen Medienhäusern in Deutschland auseinanderklaffen.

Woran machen Sie das fest?
Auf der einen Seite ist von Verlagsverantwortlichen immer wieder von einem "War for talents" im Bereich der Leitungspositionen in Redaktionen und Verlagshäusern zu hören. Das bezieht sich auch, aber nicht nur auf Journalisten. Man stellt also fest, dass man um Talente ringen muss und es nicht einfach ist, diese für sich zu gewinnen und an sich zu binden. Auf der anderen Seite sehe ich kaum einen Verlag oder ein Medienhaus mit einem wirklich professionellem Personalmarketing - das ja auch das Recruiting, die interne Personalentwicklung und die systematische Bindung von "High Potentials", also außerordentlich qualifiziertem Personal, umfasst.

Woran könnte es liegen, dass das Personalmarketing so schlecht funktioniert?
Es gibt einige Häuser, die Personalmarketing mittlerweile beherrschen und auch systematisch betreiben. Aber viele kleine und mittlere Medienhäuser aus Regionen, die für qualifizierte Arbeitnehmer nicht so attraktiv sind, müssen erheblich mehr tun als bisher. Ich glaube, in den Medienhäusern gibt es immer noch die Überzeugung, dass Journalismus im Wesentlichen ein Begabungsberuf ist und dass man intuitiv erkennen kann, wer gut ist und wen man engagieren muss. Besonders bei der Suche nach neuen Chefredakteuren ist es meist eher eine Orientierung am Image des Kandidaten, weniger eine Orientierung an seinen Qualitäten. Es ist immer noch nicht erkannt worden, dass auch Journalisten systematisch aus- und weitergebildet werden müssen, um fähige Kandidaten optimal zu qualifizieren.

Fortbildung bzw. Bildung ist teuer. Wie sehen potentielle Modelle dafür aus?
Ich würde bestreiten, dass Fortbildung – gemessen an der Wertschöpfung, die systematische Anstrengungen in diesem Bereich generieren – teuer ist. Wenn ich ein Beispiel bringen darf: Das berufsbegleitende Master-Studium New Media Journalism an der Leipzig School of Media kostet 14.400 Euro für zwei Jahre. Das mag auf den ersten Blick zwar eine beträchtliche Summe sein. Wenn man aber das Jahresgehalt eines Ressortleiters oder gar eines Chefredak-

teurs dagegensetzt und sich überlegt, was schlechtes Personalmarketing bei solchen Positionen kostet – man denke an Abfindungen und Einarbeitungskosten –, dann merkt man, dass ein solches Studium nicht wirklich teuer ist. Wenn man zusätzlich bedenkt, dass zweitägige Kongresse im Executive-Bereich oft 2.500 Euro und mehr kosten, relativieren sich die genannten Kosten für ein Studium weiter.

Wenn wir von einem Studium reden, sprechen wir ja eher von einer Ausbildung als von einer Weiterbildung. Viele Verlage haben schon längst ihre eigenen Institutionen gegründet oder Partnerschaften ins Leben gerufen.
Einspruch: Die Studiengänge, wie wir sie anbieten – und andere Institutionen in ähnlicher Form – sind Studiengänge, die sich an High Potentials und an mittlere bis gehobene Hierarchie-Ebenen wenden. Wer bei uns studiert, hat bereits einen ersten Studienabschluss und besitzt Berufserfahrung. Die Weiterbildung setzt also auf diese Berufserfahrung auf – sie erweitert und vertieft vorhandenes Wissen und vorhandene Fertigkeiten.

Fortbildung ist ja schön und gut. Wenn man von ihrer Zielgruppe, nämlich berufserfahrenen Journalisten, ausgeht, bleibt aber doch die Frage, inwiefern das nötig ist?
Alle Medienhäuser brauchen massiven fachlichen Input in den Bereichen digitaler Workflow und Medieninformatik. Dazu kommen Defizite auf so unterschiedlichen Feldern wie Mobile Media, Digital Storytelling oder Datenjournalismus.

Inwiefern ist es dann nötig, das in der Praxis angeeignete Wissen durch ein zeitintensives Studium zu intensivieren? Bekanntlich heißt es ja „Learning by doing“.
Aus meiner Sicht funktioniert das so nicht. Praxis ohne theoretische Unterstützung hilft den Medienhäusern in der gegenwärtigen Situation mit den dynamischen Veränderungen auf allen Arbeitsfeldern nicht weiter. Ein Redakteur, der heute Mitte Dreißig ist, hat in seiner Ausbildung – ob Volontariat und/oder Studium – viele Dinge gelernt, die man heute zumindest überprüfen und ggf. anpassen muss. Dazu kommen Entwicklungen, von denen man noch vor wenigen Jahren noch nicht einmal etwas geahnt hat.

Es ist unbestritten, dass Verlage ihre Journalisten zu Fortbildungen schicken. Was sollen sie denn ändern?
Mein Appell wäre, die Personalentwicklung als einen integrierten Prozess zu betrachten – vom Recruiting über die internen Weiterbildungsmaßnahmen und die externen Weiterbildungsmaßnahmen, bis hin zu den Mechanismen der Personalbindung. Dieser Prozess sollte systematisch und in enger Verzahnung von Personalabteilung und Redaktionen laufen. Personalabteilungen sind mittlerweile zwar mehr als der verlängerte Arm der Personalbuchhaltung. Trotzdem arbeiten sie ab immer noch eher parallel zu den Bedürfnissen der Redaktionen.

Und ein Studium soll helfen?
Verlage haben immer noch nicht verstanden, was der Bologna-Prozess für sie bedeutet. Einerseits haben sie nicht mehr die Möglichkeiten, ihre Kandidaten über langfristige Praktika weiterzuentwickeln. Wer heute studiert, lernt in einem zeitlich engen Korsett und findet wenig Zeit für solche Praktika. Was früher parallel zu einem Studium möglich war, ohne die

Regelstudienzeit zu verlängern, funktioniert heute nur noch selten. Andererseits haben Medienhäuser noch nicht erkannt, dass Studenten nach dem Bachelor oft in den Job gehen mit dem Ziel, nach einigen Jahren noch einen Master draufzusetzen – vielleicht auch, um ein Zeichen in Richtung ihres Arbeitgebers zu setzen.

Die Leipzig School of Media (LSoM) bietet Crossmedia-Weiterbildung in insgesamt vier Masterstudiengängen (Corporate Media, Mobile Marketing, Crossmedia Management und New Media Journalism) sowie diversen Schulungen und Kursen. Das Angebot richtet sich laut Eigendarstellung an berufstätige Arbeitnehmer und Medienschaffende aus Agenturen, Redaktionen, Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen.

Aus: Vocer, 24. Mai 2013

Lehrt Journalisten das Unternehmertum!

Von Jana Lavrov

Der Journalismus ist im Umbruch. Geschichten werden heute anders erzählt als noch vor wenigen Jahren. Die Mediennutzung verändert sich in immer kürzeren Abständen und Medienunternehmen suchen nach alternativen Geschäftsmodellen. Auch das Berufsbild wandelt sich: Immer mehr Journalisten werden zukünftig freiberuflich arbeiten. Neben Printjournalisten gibt es u. a. Multimedia-Redakteure und Social Media Manager. Und Journalisten sind nicht mehr die einzigen, die Content zur Berichterstattung produzieren. Sie sind zu Kuratoren geworden. Was müssen Journalisten heute mitbringen, um auch in Zukunft von ihrem Job leben zu können? Die professionelle journalistische Ausbildung hat Nachholbedarf; sie muss zukunftsfähig, flexibler und an die veränderte Mediennutzung angepasst werden. Sie muss Unternehmer ausbilden.

Die Journalisten von morgen müssen keine Alleskönner sein. Noch immer ist eine Spezialisierung auf einem bestimmten Gebiet wie Rechts- oder Naturwissenschaften sinnvoll und gewünscht. Und noch immer bildet das Handwerkszeug aus sauberer Recherche und Sicherheit in Stil, Sprache und den journalistischen Darstellungsformen die Grundlage professioneller journalistischer Arbeit. Aber das Spektrum dessen, was Journalisten heute können müssen, hat sich erweitert: Journalisten sind im Netz zuhause, kennen sich mit den verschiedenen Social Media-Kanälen aus und arbeiten crossmedial. Wer darüber hinaus noch unternehmerisch denkt, ist für jede Redaktion - egal ob fest oder frei - ein Gewinn.

Mediennutzer sind experimentierfreudig, testen neue Tools, publizieren eigene und kommentieren fremde Inhalte. Aber wie innovativ sind die Medien? Reagieren sie nur auf diese Trends oder werden sie auch selbst welche setzen? Der Wagemut deutscher Medienhäuser hält sich noch in Grenzen. Aber sie haben bei der Suche nach alternativen Geschäftsmodellen den E-Commerce für sich entdeckt und kaufen sich immer häufiger bei vielversprechenden, zum eigenen Portfolio passenden Startups ein.

So beteiligte sich Gruner+Jahr im März 2013 an Tausendkind. Der Hamburger Verlag baut seine „Community of Interest Family“ weiter aus, da passt der Einstieg bei dem Online Shop für Baby- und Kinderartikel genau ins Konzept. Auch Condé Nast hat kürzlich sein Portfolio um ein neues Geschäftsfeld erweitert und ist nun größter Shareholder beim Design Online Shop Monoqi. Verlage investieren entweder selbst in aufstrebende Unternehmen oder sie gründen eigene Wagniskapitalgeber. Die Mediengruppe M. DuMont Schauberg u.a. hat sich z.B. Anfang des Jahres an dem Startup-Förderer Capnamic Ventures beteiligt. Der Fokus des Fonds liegt auf „skalierbaren endkundennahen Geschäftsmodellen (...), die von der Nutzung digitaler Medien profitieren“.

Für die Startups bedeuten diese Beteiligungen in der Regel Media for Equity Deals. Sie geben also Unternehmensanteile für Medienreichweite her, die sie sich ansonsten nicht leisten

könnten. Und die Medien erweitern ihre Geschäftsmodelle. Welche Möglichkeiten würden sich jedoch für Medienhäuser ergeben, wenn der journalistische Nachwuchs das unternehmerische Denken eines Gründers gleich mitbringen würde?

Journalismus ist nicht nur die Leidenschaft, gute Geschichten erzählen zu wollen. Journalismus ist auch Geldverdienen. In der professionellen Ausbildung sollte es nicht allein darum gehen, qualitativ hochwertigen Content zu produzieren und zu publizieren. Es sollte stets hinterfragt werden, wie sich dieser Content monetarisieren lässt. Entrepreneurial Journalism lehrt genau das. Studiengänge zum Unternehmerjournalismus gibt es vor allem im englischsprachigen Ausland. An der CUNY Gaduate School of Journalism in New York beispielsweise werden Journalisten auf ihren Einsatz als Unternehmer in Startups, traditionellen Medien oder als Freie vorbereitet.

Sie lernen zunächst das Handwerk aus „reporting, writing, and multimedia“, bevor es um neue Geschäftsmodelle für Medien, Business-Grundlagen und Management Skills geht. Zum Ende des Studiums entwickeln sie eigene Medien-Startups, lernen Business-Pläne zu schreiben und ihre Ideen vor Investoren zu pitchen. Von dieser unternehmerisch geprägten Ausbildung profitieren sowohl freie als auch festangestellte Journalisten und ihre Arbeitgeber. Denn Unternehmerjournalisten können Medien entscheidende Impulse zur Innovationskraft geben.

In Deutschland beschränkt sich die Lehre des journalistischen Unternehmertums auf einzelne Kurse oder Weiterbildungsmaßnahmen vor allem für freie Journalisten. Wer in der Erstausbildung betriebswirtschaftliche Kenntnisse sammeln möchte, macht das noch am besten über eine Fächerkombination mit BWL oder Entrepreneurship. Einen Aufbaustudiengang, der Journalismus und Unternehmertum verbindet, bietet zum Beispiel die Leipzig School of Media in Kooperation mit der Akademie für Publizistik an.

Doch an den Journalistenschulen und in Volontariaten kommt der unternehmerische Aspekt noch zu kurz. Die Inhalte der journalistischen Ausbildung müssen deshalb dringend überarbeitet werden. Sowohl Bildungsträger als auch Gewerkschaften sind in der Verantwortung, Standards für eine zukunftsfähige professionelle Journalistenausbildung zu erarbeiten. Der DJV beispielsweise setzt sich in dem Memorandum zur journalistischen Aus- und Weiterbildung „für eine freiwillige Zertifizierung der Volontariatsausbildung ein“. Vorbild kann das Qualitätssiegel des MedienCampus Bayern sein.

Viele Wege führen in den Journalismus – einer der besten ist das Volontariat. Angeschlossen an ein Studium (egal ob Journalismus, Medienwissenschaften oder ein Fachstudium) ermöglicht es die praktische Arbeit in Redaktionen unter Welpenschutz. Hier können noch Fehler gemacht, Dinge ausprobiert und an der Umsetzung der journalistischen Darstellungsformen gefeilt werden. Volontäre gestalten den Journalismus von morgen und ihre Ausbildung entscheidet über die Zukunftsfähigkeit dieser Branche. Je flexibler und unternehmerischer sie ist, desto besser für die Medienhäuser. Der Unternehmerjournalismus sollte deshalb fester Bestandteil jedes Ausbildungsplans sein.

Arbeitsmaterialien (Auswahl)

Panel I
Volontariat: Reformstau auf dem Königsweg

Auszüge aus „Journalist/in werden?“, DJV-Wissen 5 (2012/2013)

Daten und Fakten zum Volontariat

Ausbildungsangebot
Gut 80 Prozent aller journalistischen Berufsanfänger/innen absolvieren ein Volontariat bei Presse, Rundfunk oder Agenturen.

Die Tageszeitungen spielen dabei mit rund 1.100 Volontärplätzen die wichtigste Rolle, gefolgt von den Zeitschriften (ca. 800), den regionalen und lokalen privaten Hörfunkstationen (mehr als 400), den großen Rundfunkanstalten (ca. 200) und den Anzeigenblättern (ca. 100); die Volontariate an Nachrichtenagenturen bleiben im zweistelligen Bereich, und über die Volontariate in Onlinemedien gibt es noch keine gesicherten Zahlen.

Einer jüngeren Untersuchung zufolge werden rund ein Drittel der Volontärinnen und Volontäre nach dem Volontariat in eine Festanstellung übernommen; die Mehrzahl muss sich also anderweitig bewerben oder aber einer freien journalistischen Tätigkeit zuwenden.

Voraussetzungen
Volontäre und Volontärinnen in Deutschland haben formal einen durchweg hohen Bildungsstand. Abitur gilt als Mindestvoraussetzung. Wer nicht über die Hochschulreife verfügt, muss zumindest Berufspraxis in einem erlernten Beruf nachweisen. Diese sogenannten „Seiteneinsteiger“ ohne Abi bilden aber inzwischen die Ausnahme. Die meisten kommen durch freie Mitarbeit und/oder Studium ins Volontariat. Dabei ist das Studienfach anscheinend weniger entscheidend und sollte nach eigenen Neigungen gewählt werden: Die Fächerkombinationen sind bunt gemischt, mit Schwerpunkt allerdings auf den Geistes- und Sozialwissenschaften. An die 90 Prozent der Volontärinnen und Volontäre haben studiert, mehr als 70 Prozent können einen Studienabschluss vorweisen.

Heute werden von Bewerber/innen um ein Volontariat Zwei- und Dreifachqualifikationen gefordert. Was früher direkt auf einen Redakteursplatz geführt hätte, ebnet heute höchstens den Weg ins Volontariat: Die Kombination von Studium, freier Mitarbeit und Abschlusszeugnis einer Journalistenschule ist unter Volontären nicht mehr ungewöhnlich.

Ausbildungsgang
Volontariate sind schon seit der vorletzten Jahrhundertwende bekannt. Sie waren jahrzehntelang völlig ungeregelt. Rechtsverbindliche, zwischen den Tarifparteien abgestimmte Grundlagen für Ziele, Inhalte und Verlauf der zumeist zweijährigen Ausbildung an Tageszeitungen gibt es seit 1990. Zuvor waren die 1981 von den Zeitungsverlegern formulierten „Bindenden Grundsätze für ein Redaktionsvolontariat an deutschen Tageszeitungen“ gültig – eine verlegerische Willenserklärung, die den rechtlich unverbindlichen, zwischen den Tarifparteien 1969 vereinbarten „Richtlinien-Vertrag“ ablöste.

Seit 1990 gilt ein Ausbildungstarifvertrag; er schreibt Mindeststandards einer zweijährigen Ausbildung an Tageszeitungen und Zeitschriften fest und orientiert sich weitgehend an dem, was engagierte Verlage auch ohne tarifliche Verpflichtung bereits verwirklichten. Der Tarifvertrag reformierte die Journalistenausbildung also nicht grundsätzlich, schaffte aber eine solide Grundlage für vergleichbare Ausbildungsstandards in der Presse.

Dazu gehören:

- Ein/e Ausbildungsredakteur/in sowie Ausbildungsbeauftragte
- Ein Grundkursus zu Beginn des Volontariats
- Überbetriebliche Bildung (vier plus zwei Wochen)
- Betriebliche Bildung durch monatliche fachspezifische Schulungen
- Praktische Ausbildung in zumindest drei Ressorts
- Volontärs-/Redakteurs-Quote von im Regelfall 1:4

Diese Ausbildungsnorm gilt bisher nur für Zeitungen und (dort allgemeinverbindlich) für Zeitschriften.

Checkliste
Journalistische Ausbildung im Redaktionsvolontariat

Hgg. vom Deutschen Journalisten-Verband (DJV)

Der Andrang in den Journalismus ist groß, das redaktionelle Ausbildungsangebot knapp. Chancen haben fast nur noch Bewerber/innen mit einer qualifizierten Vorbildung, mit abgeschlossenem Studium und praktischer redaktioneller Erfahrung in Form freier Mitarbeit für Presse oder Rundfunk.

Selbst wenn es einzelne Beispiele von Seiteneinsteigern in den Journalismus gibt: Ein Volontariat ist in der Regel ein Muss – vor allem dann, wenn eine spätere Redakteurstätigkeit in Presse, Rundfunk oder Agenturen angestrebt wird.

Volontariate werden in fast allen Medienbereichen angeboten und sind qualitativ sehr unterschiedlich. Denn es existieren keine verbindlich festgeschriebenen Ausbildungsnormen. Ausbildungstarifverträge gibt es nur bei Zeitungen, Zeitschriften und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Hörer, Leser und Zuschauer haben Anspruch auf qualifizierte Information, vermittelt durch qualifizierte, kompetente und möglichst unabhängige Journalistinnen und Journalisten.

Nicht alle Volontariate können die Ansprüche erfüllen, die Journalisten und Gesellschaft an qualifizierte Ausbildung stellen. Manchmal dienen Volontäre nur als billige Lückenfüller und werden höchstens kurz angelernt, nicht aber wirklich ausgebildet.

Auf den ersten Blick mag es opportun erscheinen, irgendein Stellenangebot anzunehmen, das sich „journalistische Ausbildung“ nennt. Auf den zweiten Blick erkennt man aber die Sackgasse, denn Schmalspur-Ausbildung macht nicht fit für den journalistischen Arbeitsmarkt der Zukunft.

Daher ist es gerade wegen der angespannten Lage auf dem Ausbildungsmarkt wichtig, die Qualität des Ausbildungsangebotes zu prüfen. Dabei soll diese Checkliste helfen.

Prüfen Sie die Ihnen angebotene Volontärsstelle mit Hilfe der folgenden Fragen. Liegt Ihnen ein angemessenes journalistisches Ausbildungsangebot vor, müssten Sie alle bejahen können. Können Sie einzelne Fragen gar nicht oder nur mit einem Nein beantworten, bitten Sie Ihren DJV-Landesverband bzw. die Bundesgeschäftsstelle (Adressen vgl. www.djv.de) um Rat und Tipps.

Die wichtigsten Fragen zum journalistischen Volontariat:

- Verfügt das ausbildende Unternehmen über **zumindest drei Redakteure** und verschiedene **redaktionelle Ressorts** bzw. Arbeitsbereiche, die eine vielseitige journalistische Ausbildung ermöglichen, oder kooperiert es dazu mit anderen Medienunternehmen?

- Bezieht sich der praktische **Aufgabenbereich** ausschließlich auf journalistische, nicht aber auf Tätigkeiten der Werbung, Anzeigenakquise oder des Marketings?

- Gibt es vor Beginn der Ausbildung einen schriftlichen **Anstellungsvertrag**?

- Wird das Ausbildungsverhältnis als „**Volontariat**“, besser noch: „**Redaktionsvolontariat**“ bezeichnet? (Begriffe wie „Hospitanz“, Assistenz“, „Praktikum“ o. Ä. haben nicht dieselbe Bedeutung!)

- Enthält der **Anstellungsvertrag** Angaben zu

  - **Dauer** der Ausbildung (in der Regel zwei Jahre) mit exakten Datumsangaben zu Anfang und Ende?
  - Existenz eines **Ausbildungsplans** und zu **ausbildenden Personen**?
  - **Probezeit** (in der Regel drei Monate)?
  - geltenden **Tarifverträgen** (z.B. Ausbildungs-, Gehalts-, Manteltarifvertrag)?
  - **Monatsgehalt** (und entspricht es dem Tarifsatz)?
  - **Jahresurlaub** (und entspricht er dem Tarif)?
  - Anspruch auf **Zwischenzeugnis** drei Monate vor Volontariatsende? (Wichtig bei Nichtübernahme in Redakteursverhältnis bzw. Initiativbewerbungen)
  - Anspruch auf ein **qualifiziertes Zeugnis** zum Ende des Volontariats?

- Enthält der **Ausbildungsplan** Angaben zu

  - Stationen der **redaktionellen Ausbildung,** und bestehen diese zumindest aus drei verschiedenen Redaktionsbereichen bzw. redaktionellen Ressorts, die erwarten lassen, dass Sie umfassendes journalistisches Handwerk (Recherche, Vermittlung, Stil-/Präsentationsformen) erlernen?
  - Stationen der **überbetrieblichen Ausbildung** in Einrichtungen der journalistischen Aus- und Weiterbildung, umfassen sie zumindest vier Wochen im ersten plus zwei Wochen im zweiten Ausbildungsjahr, und trägt das Unternehmen die Kosten dafür?
  - regelmäßigen **betriebsinternen Schulungsveranstaltungen** zu journalistischen Sach- und Fachthemen?
  - einem/einer **Ausbildungsredakteur/in** bzw. zu den mit der Ausbildung beauftragten Redaktionsmitgliedern?
  - einer systematischen **Einführung** bei Volontariatsbeginn?

Aus: M - Menschen machen Medien 7/2012

Crossmediales Arbeiten, Social Media nutzen und bedienen, den digitalen Kontakt mit dem User halten, das sind nur einige der Schlagworte, die fallen, wenn es um die Zukunft der Zeitungs- und Zeitschriftenbranche geht. Voraussetzung für den Erfolg: Neue Schwerpunkte in der Ausbildung und kontinuierliche Weiterbildung in den Redaktionen. Eine Qualifizierungsoffensive tut Not.

Von Susanne Stracke-Neumann

Journalismus braucht Qualifizierungsoffensive

Foto: Ch. v. Polenz / transitfoto.de

Tarifsekretär Matthias von Fintel:

„Eine journalistische Ausbildung, die Ausdrucksformen in Video-, Audio-, Online- und klassischen Printbeiträgen nicht gleichwertig nebeneinander ausbildet, ist nicht zukunftsträchtig."

Vor 22 Jahren gingen die Redakteurinnen und Redakteure auf die Straße für ein Ziel, das in der Berichterstattung über den bis dahin längsten Journalistenstreik in Deutschland kaum erwähnt wurde: eine tariflich geregelte Ausbildung für Volontärinnen und Volontäre, die den Qualitätsansprüchen der Zeit entsprach. Im Tarifvertrag, der dann abgeschlossen wurde, hieß es, dass die jungen Leute auch den Umgang „mit einem gegebenenfalls vorhandenen rechnergesteuerten Redaktionssystem" lernen sollten. Seither sind nicht nur der Klebeumbruch am Leuchttisch und die klappernden Schreibmaschinen aus den Zeitungshäusern verschwunden, es sind auch zahlreiche Medienkanäle neben dem Printprodukt entstanden. In Redaktionen wird Online-Content produziert, gebloggt, getwittert, gefilmt und mit dem Leser gechattet.

Für den „Forschungsbericht Crossmedia 2012" haben die Wissenschaftlerinnen Susanne Kinnebrock und Sonja Kretzschmar zusammen mit dem Lokaljournalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung insgesamt 90 Fragebögen aus Lokal- und Regionalredaktionen ausgewertet: So gut wie alle Redaktionen füllen eine Website, 90 Prozent nutzen Facebook als Kanal zum Leser, zwei Drittel twittern über einen Redaktionsaccount und ebenso viele erstellen eine Mobile-Website. Doch die Autorinnen stellen auch eine Diskrepanz fest: „Es wird zwar angegeben, dass generell crossmedial produziert wird, aber de facto werden die Möglichkeiten noch nicht ausgeschöpft." Denn die Umfrage zeigt: „In sozialen Netzwerken publizieren die Lokalredaktionen täglich, auf Twitter zumindest mehrmals die Woche, Videos werden zumindest wöchentlich erstellt, ebenso Beiträge für lokale Blogs. Infographiken oder Audios leisten sich die Redaktionen allenfalls einmal im Monat."

Aber das Crossmediale geht in vielen Verlagshäusern über die ursprüngliche Printredaktion hinaus. Verlage sind an lokalen Radios und Fernsehsendern beteiligt. Zeitschriften haben ihre Fernsehableger. Und freie Journalisten haben bessere Überlebenschancen, wenn sie das technische Knowhow besitzen, auch diese Redaktionen mit den Ergebnissen ihrer Recherchen beliefern zu können. Es ist also dringend an der Zeit, den Volontärstarifvertrag, der sich nach Ansicht von Frank Werneke, dem stellvertretenden ver.di-Vorsitzenden und Fachbereichsleiter Medien „im Kern bewährt hat", an die modernen Zeiten anzupassen. Die Ausbildung muss breiter werden. „Dass die Online-Ausbildung Teil des Volontariats ist, sollte inzwischen eine Selbstverständlichkeit sein", fordert die Jugendvertreterin im Bundesvorstand der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju), Sarah Benecke. Ulrich Janßen, dju-Bundesvorsitzender, betont: „Der kompetente Umgang nicht nur mit der Redaktionssoftware, sondern auch mit Social Media gehört in die journalistische Ausbildung. Dabei geht es um mehr als technische Fertigkeiten oder darum, sich mit Facebook auszukennen. Es geht auch um Themen wie Datenschutz, Persönlichkeitsrechte und Dialogkompetenz."

Deshalb müssen die inhaltlichen und technologischen Entwicklungen der Medienbranche jetzt im Volo-Tarifvertrag nachvollzogen und verbindlich verankert werden, verlangt Werneke, assistiert vom dju-Tarifsekretär Matthias von Fintel: „Eine journalistische Ausbildung, die Ausdrucksformen in Video-, Audio-, Online- und klassischen Printbeiträgen nicht gleichwertig nebeneinander ausbildet, ist nicht zukunftsträchtig."

Social Media-Projekte für Journalistenschüler.

Viel neuer Inhalt für das zweijährige Volontariat bei Tageszeitungen und Zeitschriften. Deshalb experimentieren einige Zeitungshäuser mit neuen Ausbildungswegen. Bei der *Schwäbischen Zeitung* ist das Volontariat inzwischen auf drei Jahre verlängert und enthält Pflichtstationen bei lokalen Radio- und Fernsehanbietern. Die Axel-Springer-Akademie führt mit ihren Journalistenschülern Projekte zu Social Media durch, die zum Beispiel während der Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika als Experiment mit der normalen Nachrichtenübermittlung per Agentur und Auslandskorrespondent konkurrierten. Außerdem gehen die Journalistenschüler für einige Wochen an die Columbia-University in New York und damit in

ein Land, wo die Zahl der nur noch im Internet erscheinenden Zeitungen zunimmt.

Der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag hat zusammen mit der Fachhochschule Kiel einen dreijährigen Master-Studiengang für die Volontärinnen und Volontäre entwickelt, der allerdings „kein Zuckerschlecken" ist, gibt der Dekan des Fachbereichs Medien, Bernd Vesper, zu. Den zusätzlichen Zeitaufwand für die Volos beziffert er auf gut 20 Stunden die Woche im Fernstudium, dazu gibt es sechs Mal im Jahr Blockseminare an der Fachhochschule – neben der normalen Arbeit in den Redaktionen. Die *tageszeitung* nannte das „Überstunden im Tarnmantel". Auch hier scheint Regelungsbedarf – auch wenn man damit nur die tarifgebundenen Verlage erreicht. Denn das Kombinationsmodell scheint durchaus interessant und weiterentwicklungsfähig – zu Bedingungen, die den Studienaufwand bei der Volontärsarbeit angemessen berücksichtigen.

Doch kehren wir zurück zu den ungenutzten Möglichkeiten, die der „Forschungsbericht Crossmedia 2012" in den Redaktionen aufzeigte. Schließlich sind es nicht nur die Volontäre, die die neuen technologischen Raffinessen bedienen sollen, sondern auch die Kollegen, deren Ausbildung eher auf dem Stand des alten Volo-Tarifvertrags basiert. Strukturen und Arbeitsbedingungen in den Redaktionen sind schuld an den verpassten Chancen, mit dem User in Kontakt zu kommen, meinen die Forscherinnen: „Auch die redaktionellen Organisationsstrukturen sind mit Blick auf den erhöhten Koordinationsbedarf noch kaum ausgebaut. Crossmedia-Verantwortliche oder Koordinatoren sind keineswegs überall klar benannt, redaktionellen Strategien, wann welches Thema über welchen Kanal zu spielen ist, sind oft nicht formuliert, Konferenzen zur Kanal- und Themen-Koordination sind auch noch nicht fester Bestandteil des Arbeitsalltages. Kurzum, crossmedial produziert wird derzeit anscheinend eher noch auf Zuruf, ein integriertes Konzept und damit verbunden klare Aufgabenverteilungen, die sich auch in einer entsprechenden Organisationsstruktur widerspiegeln, sind die Ausnahme. Ebenso fehlt es an Richtlinien, wie sich die Zeitung auf Facebook oder Twitter verhalten soll. Strukturell ist die Anpassung an Vielkanalbedingungen noch nicht erfolgt."

„Nur wer es schafft, vom monomedialen Printhaus zum multimedialen Medienunternehmen zu mutieren, wird konkurrenzfähig bleiben. Und zwar vor allem auch mit dem Kernprodukt Print", warnt der Chefredakteur von *Horizont.net*, Volker Schütz. Die Verteilung desselben journalistischen Inhalts am Newsdesk durch ein Content Management System CMS klinge zwar zeit- und arbeitskraftsparend. Doch das sei „Technikgläubigkeit an der falschen Stelle", meint Schütz. „Gute Geschichten werden von einem guten Redakteur gemacht und nicht von einem guten CMS." Außerdem müssen die guten Geschichten für die verschiedenen Kanäle noch passend aufbereitet werden. „Die Verleger haben die irrige Vorstellung, dass crossmediales Arbeiten Zeit spart. Das Gegenteil ist der Fall", unterstreicht Cornelia Haß, Bundesgeschäftsführerin der dju in ver.di.

Tarifpolitischer Handlungsbedarf. Die Wege zur Leserin, zum Leser haben sich also vervielfältigt, doch nicht die Zahl der Mitarbeiter. Nach dem aktuellen Jahrbuch Zeitungen 2011/2012 wurden innerhalb eines Jahres 600 Redakteursstellen bei deutschen Tageszeitungen abgebaut. Da fällt es vielen Redaktionen schwer, dem „enormen Schulungsbedarf" nachzukommen, den die Studie verzeichnet. „Von unseren Mitgliedern bekommen wir in immer stärkeren Umfang die Meldung, dass die Möglichkeit zur Weiterbildung leidet", berichtet Werneke. „Im Gegensatz zu vielen anderen Branchen haben wir jedoch in der Verlagswirtschaft keinerlei gesicherte Ansprüche auf Fort- und Weiterbildung. Unser Versuch, zu tarifvertraglichen Vereinbarungen zu gelangen, ist regelmäßig gescheitert." Dabei sei es bei der immer größeren Zahl von freien Journalistinnen und Journalisten ganz wichtig, auch für diese Weiterbildung sicherzustellen: „Hier tun sich Handlungsbedarfe auf – betrieblich wie auch tarifpolitisch." „Statt sich in Scharmützeln um die Tagesschau-App aufzureiben, sollten die Zeitungsverleger unternehmerisch handeln, sich nicht arg-

dju-Bundesvorsitzender Ulrich Janßen

„Dabei geht es um mehr als technische Fertigkeiten oder darum, sich mit Facebook auszukennen. Es geht auch um Themen wie Datenschutz, Persönlichkeitsrechte und Dialogkompetenz."

dju-Bundesvorstandsmitglied Joachim Kreibich

„Gleichzeitig glauben manche Verleger, Weiterbildung erschöpfe sich darin, den Kollegen in der Redaktion mal 'ne Schnellbleiche' zu verordnen, wenn ein neues Redaktionssystem angeschafft wird."

wöhnisch in ihren Claims einigeln, sondern offensiv werden: „Wir brauchen eine Qualifizierungsoffensive. Das gilt für die Ausbildung gleichermaßen wie für die Weiterbildung", fordert dju-Vorsitzender Janßen. Die sollte dann aber nicht so aussehen, wie dju-Bundesvorstandsmitglied Joachim Kreibich die Situation aus seiner Erfahrung beschreibt: „Die Kolleginnen und Kollegen in den Redaktionen schreiben fast jeden Tag Artikel, in denen betont wird, wie wichtig Weiterbildung ist – übergreifend über alle Branchen. Lebenslanges Lernen ist in allen qualifizierten Jobs längst Usus. Gleichzeitig glauben manche Verleger, Weiterbildung erschöpfe sich darin, den Kollegen in der Redaktion mal 'ne Schnellbleiche' zu verordnen, wenn ein neues Redaktionssystem angeschafft wird. Das sei dann schon genug. Wer mehr mitkriegen will, könne sich ja selber drum kümmern. Wenn ihm/ihr bei der täglichen Arbeitsbelastung denn noch Zeit dafür bleibt."

Dass die Weiterbildung möglichst schnell gehen soll, hat auch Gabriele Hooffacker von der Journalistenakademie in München schon oft erfahren und schrieb dazu in ihrem Blog: „Nicht selten werde ich gefragt: ‚Können Sie bitte bei uns in zwei Tagen den Seminarteilnehmenden die neuen Präsentationsformen online, mit Bloggen, Audio, Video und Social Media, alles mit vielen praktischen Übungen, beibringen?' Manchmal frage ich zurück: ‚Wollen wir die journalistischen Darstellungsformen, Suchmaschinenoptimierung, Photoshop und Content-Management nicht noch gleich mit dazupacken?' Leider verstehen nicht alle Arbeitgeber die Ironie".

Auch International ein wichtiges Thema. Alle reden vom „lebenslangen Lernen", die UNO und die Unesco, auch die Europäische Union, die seit 2007 regelmäßig den Weiterbildungsaufwand in den Mitgliedsländern erhebt und vergleicht und bis 2015 eine Validierung einführen will. In Berlin fand Mitte September der „4. Deutsche Weiterbildungstag" statt, der im Bundestag eröffnet wurde. Auch die internationalen Journalistenorganisationen IJF und EJF greifen das Thema auf, wie Wolfgang Mayer betont, der als dju-Mitglied im geschäftsführenden Vorstand der IJF sitzt: „Lebenslanges Lernen durch kontinuierliche Weiterbildung ist in jeder Branche zwingend notwendig. Das gilt für Journalisten und Journalistinnen in besonderer Weise, damit sie ihre spezielle Rolle für die Gesellschaft adäquat erfüllen können. So ist denn auch in den Satzungen der IJF und EJF das Ziel ausdrücklich festgeschrieben, den Standard journalistischer Arbeit und die Bildung der Journalisten aufrecht zu erhalten und zu verbessern. Die Journalistengewerkschaften sind überall aufgerufen, der Forderung nach Weiterbildung besonderes Gewicht zu geben".

Der jüngste „Adult Education Survey" der EU (2009/2010) ergab für Deutschland, dass die Weiterbildungsbeteiligung alle Branchen zusammengenommen bei rund 42 Prozent liegt, davon dann allerdings nur 59 Prozent betriebliche Weiterbildung. Insgesamt sei die betriebliche Weiterbildung seit 2007 um drei Prozent reduziert worden. Fast ein Drittel der Weiterbildungswilligen kümmert sich selbst ohne betriebliche Unterstützung darum, heißt es in der Studie. „Die Verantwortung für die Weiterbildung haben die Verlage als Arbeitgeber", stellt Mayer für den Journalismus klar. Der Schweizer Medienwissenschaftler Vinzenz Wyss berichtete auf dem letztjährigen Journalistentag, dass nach seiner Erhebung 60 Prozent der Schweizer Journalistinnen und Journalisten im Jahr davor keine Weiterbildung hatten.

Bei fast der Hälfte der Bildungsveranstaltungen handelte es sich nach dem allgemeinen „Survey" um Kurzveranstaltungen, die höchstens einen Tag lang dauern. Auch der Verband der Deutschen Lokalzeitungen setzt zum Beispiel auf kleine Workshops und Infotage „mit Beispielen aus Verlagen für Verlage", wie Ann-Kristin Ebeling erklärt. Insgesamt hatte der Verband der Deutschen Lokalzeitungen in den vergangenen zwölf Monaten 231 Gäste und hat ein Netzwerk aus 15 Volontärsausbildern aufgebaut, die sich allerdings schon länger nicht mehr getroffen haben.

Die Zahl der angebotenen Weiterbildungen im Jahr 2012 gibt Anja Pasquay vom Bundesverband der Deutschen Zeitungsverleger für die Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage mit 61 an insgesamt 133 Seminartagen an. Die Journalistische Berufsbildung in Baden Württemberg zählte 42 Seminare mit 108 Tagen. Die Weiterbildung in Rheinland-Pfalz/Saarland kam auf 15 Seminare an 35 Tagen. Am Programm des Jahres 2011 nahmen, alle drei Einrichtungen zusammengerechnet, 1.200 Journalistinnen und Journalisten teil.

Die Entwicklung beschreibt Pasquay so: „Die Zahl der Teilnehmer ist in den vergangenen fünf Jahren stark gestiegen, wie mir die Geschäftsführerin unserer ABZV versicherte. Dort kommen zirka 30 Prozent der Seminarteilnehmer aus eigener Initiative, die anderen werden von den Verlagen angemeldet." Bei der Auswahl der Seminare sei ein klarer Praxisbezug zu beobachten: „Themen, die in der Medienberichterstattung heiß diskutiert werden, sind als Seminare zumindest nach den Erfahrungen der ABZV eher Ladenhüter. Praxisbezug ist das A und O. Ob Crossmedia, Sprache, Recherche oder Presserecht: Die Teilnehmer müssen beim Lesen der Ausschreibung das Gefühl haben: ‚Wenn ich Montag und Dienstag Seminar X besuche, komme ich Mittwoch in die Redaktion und kann X – oder kann es jedenfalls viel besser als vorher.'"

Zwei weitere Beispiele: Die Akademie für Publizistik in Hamburg hat in den Redaktionen rund 500 bis 600 Journalisten weitergebildet und rund 1.000 Teilnehmer im vergangenen Jahr im Haus begrüßt, berichtet Direktorin Annette Hillebrand, die reinen Volo-Kurse nicht mitgerechnet. Allerdings kommen nicht nur Profi-Journalisten, sondern auch andere Medieninteressierte in die Seminare. Bei den ausgewählten Themen sieht sie einen deutlichen Trend zum Hintergrund und zum langen Text. Das diesjährige Reporter-Forum in Hamburg stellte ebenfalls eine „Renaissance der Reportage" fest.

An der Akademie der Bayerischen Presse in München hat Direktor Martin Kunz jährlich etwa 2.000

Gabriele Hooffacker, Journalistenakademie München

„Nicht selten werde ich gefragt: ‚Können Sie bitte bei uns in zwei Tagen den Seminarteilnehmenden die neuen Präsentationsformen online, mit Bloggen, Audio, Video und Social Media, alles mit vielen praktischen Übungen, beibringen?'"

Foto: David Ausserhofer / BDZV

Anja Pasquay, Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger

„Die Zahl der Teilnehmer ist in den vergangenen fünf Jahren stark gestiegen ... Dort kommen zirka 30 Prozent der Seminarteilnehmer aus eigener Initiative, die anderen werden von den Verlagen angemeldet."

Teilnehmer in Fortbildungen gezählt, die der Arbeitgeber zahlt. Das zeige einen Aufwärtstrend, in den vergangenen Jahren seien es zwischen 1.600 und 1.700 gewesen. Dabei registrierte Kunz eine Frauenquote von 70 Prozent und schrieb im Juni-Newsletter der Akademie, dass viele aktuelle Kurse zu nahezu 100 Prozent weiblich besetzt seien: „Oft sitzt nur ein Quotenmann im ‚Kreativ Schreiben'-Seminar oder im ‚Onlinevideos'-Workshop." Andere Bildungsinstitutionen machten vergleichbare Erfahrungen. Allerdings hört man aus anderen Häusern auch von abgesagten Terminen mangels Interesse.

Hohes Teilnehmerpotenzial. Eine aktuelle Statistik zur journalistischen Weiterbildung fehlt. Der „Adult Education Survey" schlüsselt seine Ergebnisse zwar nach Branchen auf, bündelt diese aber so großzügig, dass es für Tageszeitungen und Zeitschriften keine Aussagekraft hat. Dabei ist das Teilnehmerpotenzial für Fortbildungen hoch: Die Angaben zur Zahl der Journalisten in Deutschland schwankt zwar stark und reicht bis zu 160.000, wie Hooffacker unter Bezug auf das Statistische Bundesamt schreibt. Im Bereich der Printmedien hat das Presseversorgungswerk 2010 rund 22.000 Redakteure, 20.000 freie Journalisten und 200 Volontäre versichert. Nach den Angaben der Verbände gibt es allerdings insgesamt etwa 1.100 Tageszeitungsvolontäre und 700 Zeitschriftenvolontäre. In der „8. Stichtagssammlung der deutschen Tagespresse" wurden 133 Publizistische Einheiten, 347 Verlage als Herausgeber und 1.584 einzelne Ausgaben verzeichnet.

Doch die Print- und Online-Journalisten brauchen nicht nur Weiterbildung im Web 2.0 und anderen journalistischen Fertigkeiten, auch wenn der VDZ für sein Social-Media-Seminar mit dem Slogan wirbt „Zwölf Fragen, die sich Redaktionen heute stellen sollten!" und sich nur der Prozessoptimierung widmet. Neue Technologien führen auch zu neuen Fragen journalistischer Ethik. Der Presserat verzeichnet immer mehr Beschwerden über den Umgang von Redaktionen mit Informationen, die sie ungefragt aus den sozialen Netzwerken ziehen. „Die Online-Redaktion und das Internet machen keine neuen ethischen Grundregeln notwendig. Aber der Transfer in die virtuelle Welt und die analoge Anwendung dieser Regeln dort will reflektiert und geübt sein. Man muss ja auch nicht das Auto neu erfinden, wenn man von der Landstraße zur Autobahn wechselt. Aber üben muss man schon, wenn man stets heil nach Hause kommen will", ist Manfred Protze überzeugt, der für die dju seit vielen Jahren Mitglied im Presserat ist. „Der unvermeidbare Verschleiß der in der Ausbildung erworbenen Professionalität schließt die Ethik ein. Auch in diesem Teil der Profession kann nur berufsbegleitende Weiterbildung eine drohende Erosion aufhalten."

Ganz besonders, wenn der amerikanische Medienforscher Matt Waite recht hat, dass der Journalismus künftig auch mit Hilfe von Drohnen arbeiten werde, wie er beim Hamburger Scoopcamp ausführte. Die können nicht nur bei Natur- oder Reaktorkatastrophen zum Einsatz kommen. Bei der Zukunftsaussicht wird sich vor allem die Yellow Press die Hände reiben. ■

Ein moderner Volo-Vertrag

Aus- und Weiterbildung kommt in vielen Verlagen zu kurz

Kaum war sie 1988 Volontärin beim Schwäbischen Tagblatt geworden, schon fand sich Renate Angstmann-Koch in der Rolle der Volontärssprecherin der dju in Baden-Württemberg wieder. Und das in einer aufregenden Zeit, denn bis 1990 kämpften die Journalistinnen und Journalisten darum, dass die Volontärsausbildung endlich einen akzeptablen Standard bekommt, der in einigen Häusern schon üblich war, aber beileibe nicht in allen. So begann ihr gewerkschaftliches Engagement, und es hat bis heute nichts von seiner Kraft verloren. Sie ist Mitglied des Landesvorstands in Baden-Württemberg, Stellvertreterin im Bundesvorstand der dju und seit vielen Jahren Mitglied der dju-Tarifkommission.

M sprach mit Renate Angstmann-Koch über die Erfordernisse einer guten Aus- und Weiterbildung im Zeitalter von Crossmedia.

Der Volontärs-Tarifvertrag, für den du schon als Volontärin gekämpft hast, ist nun schon 22 Jahre alt. In der Zeit hat es viele technologische und arbeitsmäßige Veränderungen in den Redaktionen gegeben. Wie sollte sich das in einer Modernisierung des Volo-Vertrags widerspiegeln?

Renate Angstmann-Koch: Viele Tageszeitungs-Verlage bilden ihre Volontäre längst crossmedial auch in den Bereichen Online oder Video aus, ebenso im Newsroom. Allerdings gibt es dafür in den seltensten Fällen ein wirklich geplantes und zeitlich abgestimmtes Programm. Meist geht es hier zu wie vor 1990: Learning by doing. Die beste trimediale Ausbildung gibt es zurzeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der allerdings kein Geld mehr hat, alle seine bestens ausgebildeten Volontäre selbst zu übernehmen. Auch im Printbereich spielen heute Fotos und Gestaltung eine wesentlich größere Rolle. Allerdings werden diese immer wichtigeren Elemente in den Medien nicht mit Ausbildung oder Fortbildung unterfüttert. Wort, Bild, Ton, Graphik, Video, Online, Web und Network – das alles müsste sich in einem modernisierten Ausbildungstarifvertrag wiederfinden.

Wenn ein Verlag keine eigene Internet-Redaktion hat – und womöglich seine redaktionellen Inhalte eins zu eins ins Netz stellt, statt sie ordentlich aufzubereiten –, müsste er seine Volontäre zu einem Partnerverlag schicken. So wie heute schon Volontäre kleiner Lokalzeitungen einzelne Abschnitte ihrer Ausbildung beim jeweiligen Mantelblatt absolvieren.

Genügt es, die Journalistenausbildung nur technisch-handwerklich zu erweitern?

Nein, man müsste sie auch inhaltlich ergänzen, etwa um Themen wie Social Media. Man muss sich das mal vorstellen – 1990 lag der Fall der Mauer gerade ein Jahr zurück. Bonn war noch Regierungssitz und die D-Mark Zahlungsmittel, eilige Post wurde per Fax übermittelt. Die Zeitungsseiten wurden damals noch von Metteuren mit Schriftsetzer-Ausbildung am Leuchttisch mit dem Skalpell umbrochen. Da ist es überfällig, den Ausbildungs-Tarifvertrag an die heutigen Gegebenheiten anzupassen.

Bei dem damals längsten Journalistenstreik in Deutschland für eine geregelte Ausbildung sind die Redakteurinnen und Redakteure für etwas auf die Straße gegangen, was ihnen erst mal gar nicht zugute kam, sondern durch Ausbildungsverpflichtung eher mehr Arbeit machte. Siehst du ein solches Eintreten für den Nachwuchs heute auch noch?

Ja, unbedingt. Das zeigte nicht zuletzt der Journalistenstreik im letzten Jahr. Aber die Ausgangslage ist komplizierter geworden. Die Einstellungspraxis der Verleger orientiert sich daran, Menschen mit einem wissenschaftlichen Hochschulabschluss erst einige Jahre mit Aussicht auf ein Volontariat als Freie am Hungertuch nagen zu lassen. Viele lassen sich darauf ein, weil eine gute Ausbildung in einem Zeitungsverlag noch immer als einer der besten Berufszugänge gilt. Im Tarifkampf 2011 ging es den Tageszeitungs-Journalisten in erster Linie darum, Einbußen für die künftigen Redakteurinnen und Redakteure abzuwehren. Denn die Verleger wollten das mit den Berufsjahren wachsende Wissen und wachsende Erfahrung nicht mehr in der Gehaltsstaffel honorieren. Die Streikenden sahen ihr Berufsbild und die Voraussetzungen für journalistische Qualität in Frage gestellt. Dabei ist bis heute zu beobachten, dass die meisten Redakteurinnen und Redakteure mit großer Sorgfalt, viel Spaß und Energie ihr Wissen und ihre Erfahrung an die Jüngeren weitergeben, wenn sie nur irgendwie Zeit dafür finden. Sie wollen den Volontärinnen und Volontären einen guten Berufseinstieg ermöglichen. Schließlich sind sie die Zukunft der Branche. Eine höhere Qualifikation der Berufseinsteiger müsste sich dann aber auch in höheren Anfangsgehältern niederschlagen.

Eine gute Ausbildung ist die Basis, aber alle reden vom „lebenslangen Lernen", von Weiterbildung. Im Manteltarifvertrag für Zeitungen und Zeitschriften ist davon nicht die Rede. Ist das kein Thema in den Redaktionen?

Weiterbildung ist ein Thema, seit es Tarifpolitik für Redakteure an Tageszeitungen gibt. Allerdings sind die Anläufe der Gewerkschaften, einen Weiterbildungsanspruch im Tarifvertrag zu verankern, immer im Sand verlaufen. Mal sollten die Redakteure die Hälfte der investierten Bildungszeit durch Urlaubsverzicht realisieren, dann wiederum war es nicht klar, welche Wissensgebiete in den Bildungskatalog aufgenommen werden. In den achtziger Jahren gab es noch eine Fülle von Weiterbildungsstätten, die nach und nach wirtschaftliche Probleme bekamen und heute höchstens ein Schattendasein führen. Gleichzeitig hat sich aber jede Hochschule eine Art Journalistik-Studiengang zugelegt – welcher Güte auch immer. Unter den Verlegern herrscht die Meinung vor, dies sei Weiterbildung genug. Hinzu kommt, dass der Arbeitsdruck in vielen Redaktionen heute so stark ist, dass Seminarbesuche mehr denn je unter den Tisch fallen. Das wirkt sich leider in einigen Verlagen auch schon auf die Ausbildung aus.

Welche Themen sollten in der Weiterbildung ganz vorne stehen?

Ähnliche, wie sie auch bei einer Überarbeitung des Ausbildungs-Tarifvertrags eine Rolle spielen: neue Medien und Recherche für das Handwerk und Europapolitik oder die Finanzmärkte als übergreifende Themen für die Berichterstattung. Aber selbst Rhetorik und Moderation sollten heute zur Aus- und Weiterbildung gehören.

Weiterbildung scheint in der PR-Branche wichtiger zu sein als bei den Verlagen. Werbekampagnen kommen immer verdeckter in ihrer Absicht daher, die wahren Hintergründe sind oft nur schwer zu erkennen. Warum rüsten die Verlage ihre Redaktionen nicht durch die Vermittlung wichtiger Informationen in einer Weiterbildung gegen den PR-Einfluss?

Die meisten Verlage orientieren sich nur daran, ihren gegenwärtigen Kostendruck über das Personal einzusparen. Die Qualität ist vielen Verlegern egal. Die Gewinne sind eigentlich nicht kleiner geworden, sie verteilen sich aber auf die Anzeigenblätter, das Privatradio, das E-Paper und die Werbeagentur der Zeitung – und die Rendite-Erwartungen sind höher geworden. In vielen Verlagen werden Redakteursstellen gestrichen und die Honorar-Etats für die Freien eingedampft. Da bleiben in der täglichen Arbeit gründliches Nachdenken und sorgfältige Recherche viel zu oft auf der Strecke. Dann werden die PR-Texte von Verbänden, Unternehmen oder Parteien weit weniger kritisch überprüft, als es angemessen wäre. Die Stoffe werden oft hervorragend aufgearbeitet, doch sie sind eben meist trojanische Pferde, also Werbung für bestimmte Ideologien oder Produkte, etwa die Riester-Rente. Hinzu kommt, dass in einigen Verlagen die Redaktionen unter dem Druck stehen, eigene Aktionen und Veranstaltungen der Zeitungshäuser hervorzuheben. Die Verleger müssen sich aber im Klaren sein, dass sie durch Klientel- und Sparpolitik den Ast absägen, auf dem sie sitzen. Denn das größte Pfund des professionellen Journalismus ist und bleibt die Glaubwürdigkeit, die Unabhängigkeit und ihr Nachweis im täglichen Lesestoff.

Das Gespräch führte Susanne Stracke-Neumann ■

Foto: Stefanie Heintzl

Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Vorsitzender

„Deshalb müssen die inhaltlichen und technologischen Entwicklungen der Medienbranche jetzt im Volo-Tarifvertrag nachvollzogen und verbindlich verankert werden"

Foto: Erich Sommer

Renate Angstmann-Koch, Mitglied im dju-Landesvorstand Baden-Württemberg

Aus: Blog von Maximiliane Rüggeberg (marue23), 6. August 2012

Ausbeutungsmaschine Journalismus

Sechs Jahre. Seit sechs Jahren arbeite ich im Bereich Journalismus. Und das mit gerade einmal 22. Im Alter von 16 Jahren habe ich angefangen, für eine Zeitung zu arbeiten. Es folgten zahlreiche Praktika bei Onlinemedien, Radiostationen und sogar eine Weiterbildung am Grimme-Institut.

Journalismus war immer mein Traum. Mein Abitur schloss ich mit einer 1 vor dem Komma ab. Weil ich wusste, dass nur die Besten überhaupt eine Chance auf einen Platz an der Uni haben. Mein Studium der Medienwissenschaft werde ich in Kürze beenden. Ebenfalls mit einer 1.

Ich erzähle das alles nicht, um mich aufzuspielen. Ich will nur deutlich machen, dass ich verdammt viel Zeit, Energie und Leidenschaft darauf verwendet habe, Journalistin zu werden.

Dreiste Masche
Momentan bewerbe ich mich für Volontariate. Ein Volontariat kann man sich als zweijährige Ausbildung vorstellen, die man üblicherweise absolviert, bevor man als Redakteurin arbeitet. Doch was ich momentan in den Bewerbungsverfahren erlebe, ist so unglaublich, frech und unverfroren, dass ich mir unbedingt Luft machen muss. Auch, weil ich weiß, dass ich nicht die Einzige bin, der es so geht. Dass es genug junge Leute gibt, die genauso behandelt worden sind und sich nicht trauen, den Mund aufzumachen.

Mein allererstes Vorstellungsgespräch hatte ich bei einer großen Tageszeitung. Dort wurde ich zunächst eine Stunde lang auf Herz und Nieren geprüft, was ich denn so könne, wo ich gearbeitet hätte und warum ich ausgerechnet hier mein Volo absolvieren wolle.

Dumping-Löhne
Soweit alles legitim. Der Hammer kam erst zum Ende des Gesprächs. Da wurde ich nämlich gefragt, ob ich mir auch vorstellen könne, vor dem Volontariat eine Hospitanz in einer Lokalredaktion des Blattes zu machen. Soweit auch noch ok, doch als ich dann erfahren hab, wie genau sich die Chefredakteure das denn so vorstellen, wäre ich bald schreiend aus dem Büro gelaufen.

Seit sechs Jahren arbeite ich bereits in einer Lokalredaktion. Trotzdem hätte ich volle 12 Monate eine Hospitanz in einer Lokalredaktion der Zeitung ablegen müssen, um überhaupt die Chance auf ein Volontariat zu haben. (Eine Garantie gab es nämlich nicht). Ich hätte mir sogar in der Stadt, in der hospitiert hätte, eine Wohnung nehmen müssen, das war eine der Bedingungen. Und das ohne die Sicherheit, nach dem einen Jahr überhaupt einen Job zu haben!

Der größte Witz war aber die Bezahlung. Ganze 1.000 Euro brutto (!) hätte es dafür geben

sollen. Sagen wir mal, davon wären 700 Euro netto geblieben. Davon hätte ich Miete, Lebenshaltungskosten, Auto etc. bezahlen müssen. Ihr könnt euch ausrechnen, inwiefern das funktioniert hätte.

Massiver Leistungsdruck
„Wir wissen, davon kann man kaum leben, aber verstehen Sie das bitte nicht als Ausbeutung", war der lasche Kommentar zu diesem unfassbar dreisten Angebot. Dazu fiel selbst mir nichts mehr ein. Aber es kommt noch besser.

Natürlich habe ich mich weiter beworben. Und einige Wochen später hatte ich die nächste Einladung zu einem Vorstellungsgespräch im Briefkasten. Dieses Mal war ein Verlag an mir interessiert.

Doch bevor ich überhaupt dort auftauchen durfte, wurde von mir verlangt, einen Fachartikel einzureichen. Zu einem von ihnen genannten Thema. Über 4.000 Zeichen. Innerhalb weniger Tage.

„Gut", dachte ich mir, „ich leg mich ins Zeug, die Stelle ist es mir wert". Also recherchierte ich wie verrückt, telefonierte mit Experten und schrieb mir die Finger wund. Geschafft habe ich es. Wert war es das nicht. Doch davon ahnte ich noch nichts, als ich nach dem Gespräch sogar eine Zusage erhielt.

Bittere Erkenntnis
Zuerst habe ich mich natürlich gefreut wie ein Schneekönig. Endlich war ich kurz davor, Volontärin zu werden. Und sogar die Bezahlung war in Ordnung. „Wir zahlen ungefähr Tarif", hieß es. „Also so ungefähr 1.700 Euro?", hakte ich nach. „Joa", die Antwort.

Ich war selig. Kurz bevor ich den Vertrag erhielt, gab ich schon mal bei meiner Stammredaktion meinen Abschied bekannt. Glückwünsche allerseits, ein wenig Abschiedsschmerz, vor allem aber die Vorfreunde auf meinen neuen Job.

Kurz drauf lag der Vertrag in meinem Briefkasten – und ein dicker Kloß in meinem Magen. Denn aus den zugesagten 1.700 Euro waren auf einmal 1.500 Euro geworden. Halb so wild, wäre das Arbeitspensum angemessen gewesen. Das lag allerdings bei 42 Stunden die Woche. Minimum, wohlgemerkt. Denn zu den 42 Stunden hätten laut Vertrag noch 25 Überstunden im Monat kommen dürfen, die weder bezahlt noch abgefeiert werden durften. „Mit dem Gehalt bereits abgegolten", hieß es da. Macht also ca. 200 Stunden Arbeit im Monat. Rechnet man Arbeitszeit und Überstunden zusammen, macht das im Schnitt 8 Euro brutto die Stunde.

Die Krönung
Den Vogel abgeschossen hat jedoch ein Magazin in Düsseldorf. Das wollte mir als Volontärsgehalt ganze 1.000 Euro brutto zahlen. (Diesmal war es auch keine Hospitanz, sondern bereits der Volontärsplatz, der so grottenschlecht bezahlt wurde.) Ich möchte wirklich wissen, wie man von ein paar Hundert Euro netto ein Leben in der Landeshauptstadt finanzieren soll, ohne unter der Brücke zu schlafen.

Versteht mich bitte nicht falsch. Ich bin sicher weder arbeitsscheu noch faul. Aber ich weiß, dass es viele junge Menschen gibt, die hochqualifiziert und engagiert sind und mit einem Hungerlohn abgespeist werden. Aus Angst, am Ende gar nichts zu finden, nehmen sie die dreistesten Angebote an und schweigen sich über die Arbeitsbedingungen aus.

Das ist Ausbeutung.

Ich möchte alle, denen es ähnlich wie mir ergangen ist, dazu aufrufen, endlich etwas gegen die Dumping-Löhne im Journalismus zu tun. Denn wenn wir immer nur „Ja“ sagen und den Mund halten, wird sich nichts ändern.

Macht den Mund auf!

Gerade weil es ein Überangebot an Bewerbern gibt, dürfen wir nicht auf solche Angebote eingehen. Denn dann wird sich die Abwärtsspirale der Gehälter immer weiter drehen.

Ich werde so lange suchen, bis ich eine vernünftige Stelle gefunden habe. Mit anständigen Konditionen und fairer Bezahlung.

Der Weg war einfach zu lang, um umzukehren, wenn es schwierig wird.

Maximiliane Rüggeberg

Arbeitsmaterialien zu den Panels (Auswahl)

Panel II
Buntes Treiben auf dem Campus: Studium zwischen Modell und Mode

Auszüge aus: Journalist/in werden? DJV-Wissen 5

Ausbildung an Hochschulen

Die Diskussion um die Reform der Journalistenausbildung in den 1970er Jahren war verbunden mit der Suche nach Alternativen zum Volontariat. Die gestiegenen Anforderungen an Journalisten legten dabei die Ausbildung an Hochschulen nahe. Die damaligen Publizistik-Studiengänge allerdings waren weder von ihrer Zielrichtung her noch in Bezug auf Inhalte und Organisation des Studiums auf eine praxisorientierte Journalistenausbildung eingestellt. Neue Modelle sollten Theorie und Praxis des Journalismus verbinden: Ein Studium mit integriertem Volontariat erschien als optimale Lösung. Die ersten dieser universitären Ausbildungsgänge entstanden in Dortmund und München.

Die anfängliche Skepsis auf Seiten der Praxis (ihr waren „Diplom-Journalisten“ suspekt) wich schon nach wenigen Jahren einer breiten Akzeptanz. Die Anbindung der Studiengänge an die Praxis (durch Volontärpraktika für Studierende einerseits und Lehraufträge an journalistische Praktiker/innen andererseits) minderte Befürchtungen der Journalisten und Verleger, dass künftig im praxisfernen wissenschaftlichen „Elfenbeinturm“ ausgebildet werde.

Die Hochschulen entwickelten bald weitere Formen der Journalistenausbildung: Aufbau-Studiengänge, die sich an journalistischen Nachwuchs mit abgeschlossenem Studium wenden, und Nebenfach-Studiengänge, in denen durch Kombination des (Neben-) Fachs Journalistik mit anderen Hochschulfächern die optimale Verbindung von Fach- und Sachwissen gefördert werden soll. Und auch traditionelle Publizistik- bzw. kommunikationswissenschaftliche Studiengänge haben sich zum Teil den praktischen Berufsanforderungen geöffnet: Mit Praktika, Medienlaboren oder -projekten ermöglichen Hochschulen in ihren ansonsten wissenschaftlich ausgerichteten Angeboten auch Einblicke in das journalistische Berufsfeld.

Inzwischen sind die Studienangebote im Bereich Journalismus fast unüberschaubar. Die Arbeitsagentur ermittelte für das Jahr 2010 rund 3.700 Erstsemester in den Medien-Studiengängen und circa 2.600 Absolventen. Viele Universitäten, Fachhochschulen und private Akademien machen sich das große Interesse an Medienberufen zunutze und schaffen Angebote auch für Randbereiche des Journalismus. Einzelne dieser Angebote sind über die normalen Studiengebühren hinaus kostenpflichtig.

Bewerber/innen müssen darauf achten, dass die Studieninhalte breit genug angelegt sind, um für den praktischen Journalismus zu qualifizieren. Der Studiengang sollte außerdem in der Praxis akzeptiert sein.

Wichtiger Aspekt bei der hochschulgebundenen Ausbildung ist die Praxisphase. Durch die Einbettung dieser Praxisphase in den Studiengang soll sowohl eine gründliche Vorbereitung auf die journalistische Arbeit ermöglicht werden als auch – im weiteren Studienverlauf – eine umfassende Aufarbeitung dieser praktischen Erfahrungen.

In der Regel haben die Hochschulen mit den Medienhäusern Vereinbarungen getroffen, um Praktikumsplätze für die Studierenden zu sichern. In der Vergangenheit hat es aber gerade an dieser Schnittstelle zwischen Universität und Praxis die meisten Schwierigkeiten gegeben – sei es, dass nicht genügend Plätze zur Verfügung standen bzw. von Verlagen Auflagen bezüglich der Bewerber/innen gemacht wurden, oder sei es, dass Praktikanten nicht mehr zur Universität zurückkehrten, sondern gleich in den Redaktionen blieben.

Schwierigkeiten mit Praktikumsplätzen gibt es auch heute noch; diese Probleme haben teilweise zu Veränderungen von Aufnahmebedingungen und Prüfungsordnungen geführt. Für Journalistik-Studiengänge mit integriertem Volontariat oder langer Praxisphase gilt dasselbe wie für andere Ausbildungsformen: Die Bewerberzahlen übersteigen bei weitem die Kapazitäten. Strenge Auswahlkriterien sind die Folge.

Im Zuge des sogenannten Bologna-Prozesses, der Studiengänge europaweit vergleichbar machen soll, haben nun auch die bewährten Journalistik-Institute Curricula und Abschlüsse von Magister oder Diplom auf Bachelor und Master umgestellt. Von den breit angelegten, grundständigen Diplom-Studiengängen Journalismus hat die Dortmunder Uni ihr bewährtes Modell mit integriertem Volontariat im Akkreditierungsverfahren halten können und in die Bachelor- und Master-Ausbildung übertragen. Andere Journalistik-Studiengänge änderten ihr Konzept im Zuge des Bologna-Prozesses: die Uni München beispielsweise auf den Bachelor in Kommunikationswissenschaft, die Uni Leipzig auf den Master Journalistik, der ein abgeschlossenes Studium voraussetzt.

Checkliste
Journalistische Ausbildung an Hochschulen

Hgg. vom Deutschen Journalisten-Verband (DJV)

Viele Wege führen in den Journalismus: Volontariat, Journalistenschule und Hochschulstudiengänge, die speziell auf den journalistischen Beruf vorbereiten. Mit Letzteren beschäftigt sich diese Checkliste. Denn die Angebotspalette ist groß und qualitativ sehr unterschiedlich. Dabei ist Journalistenausbildung an Hochschulen von vornherein zu unterscheiden von jenen Studiengängen, die nicht für den Journalismus ausbilden, sondern darüber reflektieren (Publizistik oder Kommunikationswissenschaft).

Bewerber/innen für journalistische Studiengänge können wählen zwischen Haupt-, Nebenfach- und (falls bereits ein Studienabschluss vorliegt) Aufbaustudium. Heute kann in einem Grundstudium mit dem „Bachelor“ ein erster Hochschulabschluss erworben werden. Er lässt sich durch den „Master“-Abschluss erweitern.

Über mehrere Jahrzehnte haben sich einzelne Journalistik-Studiengänge Akzeptanz in der Branche erworben. In jüngerer Zeit erhöht sich die Zahl jener Studiengänge stetig, die den Anspruch erheben, berufsvorbereitend zu sein. Dabei klafft oft eine Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Während einzelne (Fach-) Hochschulen den Journalismus in seiner Breite berücksichtigen, setzt die Mehrzahl auf journalistische Spezialgebiete.

Studieninteressenten müssen sich entscheiden, welchen Studienweg sie einschlagen wollen. Zu empfehlen ist der anfängliche Erwerb breiter journalistischer Kenntnisse, die in späteren Studienphasen eine Spezialisierung nach Fachgebieten und/oder Mediengattung erleichtern. Wichtig ist außerdem die enge Verzahnung von Theorie und Praxis. Dies ermöglichen einige Studiengängen über integrierte Volontärspraktika, die einem Volontariat gleichkommen, andere durch regelmäßige Praxiseinsätze, durch praktische Übungen unter Laborbedingungen oder durch die redaktionelle Gestaltung von Hochschulmedien.

Vor allem das fachliche Angebot sollte bei der Studienplatzwahl eine Rolle spielen. Nähere Informationen zu den Studienangeboten finden Sie im DJV-Ratgeber für Berufsanfänger/innen „Journalist/in werden?“ (DJV Wissen 5) und im Internet (www.djv.de) bzw. über Informationsschriften und Homepages der einzelnen Hochschulen. Gezielte Nachfragen bei journalistischen Praktikern oder bei den DJV-Landesverbänden können das Bild abrunden.

Die folgende Checkliste soll helfen, Stärken und Schwächen einzelner Studienangebote rechtzeitig zu erkennen. Können Sie die meisten Fragen bejahend „abhaken“, sind Sie auf dem richtigen Weg.

Und wenn Sie dann noch die jeweiligen Zulassungsvoraussetzungen erfüllen können: Viel Erfolg im Studium!

• Studienaufbau

- □ Ist das journalistische Studienangebot in einem **eigenständigen Institut** der Hochschule oder im Bereich der **Kommunikationswissenschaft** angesiedelt?
- □ Vermittelt das Studium durchgängig **Grundlagen** der journalistischen Arbeit sowie der Kommunikations- und Medienwissenschaften?
- □ Kann ein nichtjournalistisches **Nebenfach** oder **zweites Hauptfach** (z. B. Biologie, Geschichte, BWL) aus anderen Fachbereichen gewählt werden, um Sachwissen auf einem **Spezialgebiet** zu erwerben?
- □ Bietet die Hochschule Lehrveranstaltungen zu **allen Mediengattungen** (**mehrmediale** Ausbildung)?
- □ Gibt es die Möglichkeit, sich im Laufe des Studiums auf das **bevorzugte Medium** zu spezialisieren?
- □ Ist **studentische Forschungsarbeit** (z. B. in wissenschaftlichen Projekten) Bestandteil des Studiums?
- □ Spricht die **Zahl der Lehrenden** für eine ausreichende fachliche Begleitung?
- □ Wenn das Studium **kostenpflichtig** ist: Stehen **Kosten** und zu erwartender **Nutzen** in einem vernünftigen Verhältnis?
- □ Gibt es einen **anerkannten Abschluss** mit qualifiziertem Zeugnis, das Aufschluss vermittelt über Schwerpunkte und Praxisanteile des Studiums?

• Praxisbezug

- □ Vermittelt die **Selbstdarstellung** des Studiengangs (Info-Material, Online-Auftritt etc.) den Eindruck **journalistischer Kompetenz** durch Transparenz, professionelle Präsentation und verständlichen Inhalt?
- □ Erleichtert Praxiserfahrung die **Studienzulassung** bzw. spielen berufspraktische Anforderungen beim **Aufnahmeverfahren** eine Rolle?
- □ Ist eine **mehrmonatige praktische Phase** Bestandteil des Studiums, und verfügt die Hochschule über ausreichende **Partnerredaktionen**, um entsprechende Plätze vermitteln zu können?
- □ Besteht zwischen Hochschule und Redaktionen ein **Austausch** (Lehraufträge für journalistische Praktiker, Hochschullehrer mit journalistischem Berufshintergrund und/oder redaktioneller Nebentätigkeit)?
- □ Tragen die **Hochschullehrer** durch Forschung, Veröffentlichungen und/oder Funktionen erkennbar zum **professionellen Diskurs** in der journalistischen Branche bei?
- □ Werden systematisch kommunikationstheoretische, wirtschaftliche, soziale, kulturelle, politische, ethische und rechtliche **Aspekte des Journalismus** vermittelt?
- □ **Trennt** das Lehrangebot deutlich zwischen journalistischen Inhalten/Zielsetzungen und jenen der Werbung, des Marketings und der PR?
- □ Werden ausreichend **Übungen** in journalistischen Arbeits- und Stilformen (Recherche, Interview, Darstellungsformen, Sprache, Präsentation) angeboten, und verfügt die Hochschule über entsprechende **technische Ausstattung**?

- □ Bietet die Hochschule **eigene Medien** (Campusradio, Internet, Hochschulzeitung) für redaktionelle Übungen, und werden diese Projekte fachlich kompetent begleitet?
- □ Vermittelt der Studiengang **Mentoren** aus der journalistischen Praxis zur Begleitung journalistischer Übungen und Beratung studentischer Medienprojekte?

• Berufschancen

- □ Ist das Hochschulangebot in der Branche **bekannt** und akzeptiert?
- □ Organisiert der Studiengang (z. B. über Beiräte, periodische Veranstaltungen o. Ä.) **Kontakte zum Journalismus** bzw. zu journalistischen Berufsorganisationen?
- □ Wird die studentische **Arbeit in der journalistischen Praxis** angeregt bzw. gefördert (z.B. durch Publikation von Projekten, Kontaktvermittlung zu Fachmedien)?
- □ Bietet der Studiengang einen **Austausch** mit dem Ausland (Kooperationen mit anderen Hochschulen)?
- □ Veröffentlicht die Hochschule Absolventen-Listen und -Statistiken, und können diese als **Referenz** für den Studiengang dienen?
- □ Haben **Absolventen** des Studiengangs erfolgreich den Weg in die journalistische Berufspraxis gefunden?

Aus: Journalistik-Journal (Dortmund), September 2011
http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=738

Ruinöser Wettbewerb
Zur Krise der hochschulgebundenen Journalistenausbildung

Von Frank Lobigs, Professor im Studiengang Journalistik der TU Dortmund

Als Anfang 2011 bekannt wurde, dass das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig seine journalistische Abteilung klein zu schrumpfen plante, entzündete sich an dieser Nachricht auch eine generelle Debatte zur Krise der hochschulgebundenen Journalistenausbildung in Deutschland. Problemdiagnostisch erscheint diese Verknüpfung freilich eher als ablenkend und als allzu „unizentrisch“: Denn was wäre schon eine Halbierung der Studentenzahlen in Leipzig, gemessen an der nach wie vor ungebremsten Hyper-Fertilität der Fachhochschulen bei der Schaffung immer neuer journalistischer Studiengänge? Leipzig hin oder her: Das Angebot auf dem Markt für hochschulgebundene Journalistenausbildung hat in den letzten Jahren auf jeden Fall quantitativ erheblich zugenommen, es ist differenzierter als je zuvor, und die Konkurrenz ist enorm gewachsen. Alles im Normalfall Ingredienzen eines funktionsfähigen Wettbewerbs. Krise? – Welche Krise?, möchte man auf den ersten Blick fragen.

Bei näherem Hinschauen zeigt sich, dass es paradoxerweise gerade die starke Angebotsexpansion der letzten Jahre ist, die im Zusammenspiel mit kontraktiven Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt eine Krise heraufbeschwört. Überschüssige Kapazitäten lösen einen ruinösen Wettbewerb aus. Ruinös zwar nicht unbedingt für die Bildungsanbieter selbst; ruinös allerdings für eine wirksame Verpflichtung der Journalistenausbildung auf die in ihrem Wesen stets meritorische öffentliche Aufgabe des Journalismus, die den Kern eines jeden journalistischen Berufsethos bilden muss.

In einem Hochschulsystem, das in zunehmendem Maße einer dezentralen wettbewerblichen Selbststeuerung überlassen ist, kann das extensive Anschwellen von Studiengängen, die „irgendwas mit Journalismus“ anbieten, kaum überraschen. Zwar richten sich die Hochschulen im Wettbewerb nach der Nachfrage; doch leider im Wesentlichen nach jener am falschen Ende: Primär zählt die direkte Nachfrage der Ausbildungs-Konsumenten nach Studienplätzen. Die Nachfrage des Arbeitsmarkts nach den betreffenden Absolventen zählt dagegen nur in dem Maße, in welchem sie die Auswahlentscheidungen der „Kunden“ überhaupt beeinflusst.

Gemessen am Bedarf des Arbeitsmarktes war die Nachfrage der Abiturienten nach journalistischen Studiengängen nun allerdings schon immer viel zu hoch, und auch gegen die schlechten Branchen-Nachrichten der vergangenen Jahre scheinen die beruflichen Blütenträume allzu vieler junger Menschen resistent zu sein.

In den Zeiten vor der großen Studiengangsschwemme regulierte sich dieses Übernachfrage-Problem jedoch schon vor Beginn des Studiums: Jene, die keinen der begehrten – damals

aber eben auch noch sinnvoll rationierten – Journalistik-Plätze erhielten, studierten dann alternativ meist eben etwas „Anständiges“ und wurden Juristen, Ärzte, Betriebswirte. Eine gute Lösung – vor allem auch für die Qualität der journalistischen Ausbildung. Denn da die damals noch nicht allzu zahlreichen Journalistik-Absolventen in jenen Zeiten noch zuverlässig gute Stellen im Journalismus fanden, konnte sich die Ausbildung in großer Ruhe auf die „reine Lehre“ konzentrieren – sprich also darauf, die Studierenden bestmöglich und auf dem aktuellen Stand der medialen Entwicklung für eine wirksame Erfüllung der öffentlichen Aufgabe des Journalismus zu präparieren.

Heute stellt sich die Lage anders dar. Im anziehenden Anbieter-Wettbewerb folgt das Studienangebot der überhöhten Nachfrage ungehemmt, und an die Stelle einer strengen Selektion und Rationierung tritt vielerorts eher die aufwändige Reklameschlacht um möglichst viele frische Journalismus-Studierende. Das ist per se schon eine bedenkliche Dynamik. Völlig prekär wird die Melange jedoch, wenn auch die aktuellen Entwicklungen auf den journalistischen Arbeitsmärkten mit ins Bild genommen werden.

Nicht nur, dass starke Konsolidierungstendenzen den Nachwuchsbedarf in den journalistischen Kernfeldern ohnehin einschränken. Aktuelle Journalistenstudien stellen darüber hinaus ein zunehmendes qualitatives Ausfransen des Berufsbilds an den breiten Rändern der sich immer stärker verengenden Kernbereiche des Journalismus fest: Von massiven Tendenzen der Deprofessionalisierung, Entgrenzung und Boulevardisierung ist beispielsweise in dem großen Journalisten-Report von Weischenberg, Malik und Scholl die Rede. Tendenzen, die allesamt auf Kosten der normativen Primär-Orientierung des Journalismus an seiner öffentlichen Aufgabe gehen. Die Ursachen sind medienökonomischer Natur und bereits vielfach analysiert. Erschreckend ist vor allem die Erkenntnis, dass die Finanzierbarkeit von Qualitätsjournalismus immer mehr in Gefahr gerät, weil es offenbar beim Publikum an Zahlungsbereitschaft mangelt und weil die Ergiebigkeit der Querfinanzierung über den Werbemarkt stark nachlässt.

Viele gerade der neueren Anbieter von Journalismus-Studiengängen stellt diese Konstellation vor ein Dilemma: Stellen sie die öffentliche Aufgabe des Journalismus konsequent ins Zentrum ihrer Ausbildung, geht diese für die allermeisten ihrer Studenten schlicht am Markt vorbei; passen sie sich hingegen schmiegsam an die Entprofessionalisierungs- und Entgrenzungstendenzen im Markt an, stellen sie schon in der Ausbildung berufsethische Grundpfeiler des Journalismus in Frage. Diesem Dilemma versuchen die neueren Studiengänge zumeist dadurch zu begegnen, dass sie die Journalistenausbildung offen mit völlig anderen Ausbildungsinhalten koppeln, die die Berufsaussichten verbessern sollen. Der Kompromiss, um nicht zu sagen (Halb-)Kotau, wird zum Programm, und so heißen die Hybrid-Studiengänge dann „PR und Journalismus“, „Journalism and Business Communication“, „Medienwirtschaft und Journalismus“, etc.

Die Verquickung von PR oder Medienmanagement mit Journalismus ist freilich gerade auch in der für die Berufssozialisation so maßgeblichen Ausbildungsphase verfänglich, insbesondere, wenn die Ausbildung dem Leitbild der Autonomie und der öffentlichen Aufgabe des Journalismus verpflichtet sein soll. Wer in der Journalistenausbildung mit der PR oder dem

betriebswirtschaftlichen Medienmanagement flirtet, wird von diesen geheiratet, und dem Nachwuchs wird man die Herkunft ansehen.

„What are you? Are you a businessman, or are you a newsman?!“, fragt ein konsternierter Al Pacino als CBS-Journalist Lowell Bergman in dem dokumentarischen Thriller „The Insider“ seinen Abteilungsleiter, als er erkennen muss, dass dieser aus wirtschaftlichen Gründen die Ausstrahlung eines Whistleblower-Interviews über Skandale in der Tabakindustrie verhindern will. Was würden die Hybrid-Absolventen der genannten Studiengänge auf diese Gretchen-Frage antworten? – „Kommt drauf an“? „Weiß nicht“? „Halbe-halbe“?

Eine Journalistin muss immer ganz Journalistin sein. Der rigorose Maßstab ist stets die öffentliche Aufgabe, die unter Wahrung der journalistischen Sorgfaltspflicht zu erfüllen ist. Eine ideale Journalistenausbildung sollte sich deshalb ausschließlich auf die höchst anspruchsvolle Aufgabe konzentrieren, den Studierenden alles an die Hand zu geben, was ihnen dabei hilft, diesem Maßstab auch unter den schwierigen Bedingungen der neuen Medienwelt gerecht zu werden. Die hochschulgebundene Journalistenausbildung gerät in eine moralische Krise, weil sie aufgrund des Überangebots zunehmend unter den Druck gerät, dieses normative Primärziel offen oder verdeckt zu unterlaufen.

Gewiss wäre es da die beste Lösung, das Problem an der Wurzel zu packen und das Überangebot wieder herunterzufahren. Solange das Etikett „Journalismus“ für Studienanfänger jedoch ein unwiderstehliches Zauberwort bleibt, für das sie an privaten Bildungs-Etablissements sogar erkleckliche Studiengebühren zahlen, ist hiermit jedoch nicht zu rechnen. Alternativ wäre es sinnvoll, wenige ausgewählte Leuchtturm-Studiengänge zu definieren, die im Meer der vielen marktorientierten Angebote hervorstechen, weil sie sich voll und ganz auf eine normativ rigorose und praktisch exzellente Journalisten-Ausbildung konzentrieren. Angesichts der gesellschaftlich prekären Entwicklung, dass meritorische journalistische Inhalte in der neuen Medienwelt wachsende Probleme haben, überhaupt zum allgemeinen Publikum durchzudringen, sollten diese Leuchtturm-Studiengänge eine zeitgemäße multi- und crossmediale Ausbildung wirkungsvoll mit einer breiten journalistischen Innovationsforschung verbinden.

Sollten sich die finanziellen Bedingungen des Journalismus kontinuierlich weiter verschlechtern, muss die Medienpolitik darüber hinaus aber auch innovative Wege der Förderung beschreiten. Richtungsweisend erscheint diesbezüglich ein Konzept, das Marie Luise Kiefer im Frühjahr 2011 in einer vieldiskutierten Abhandlung empfohlen hat. Kiefer verlangt eine radikale Neufokussierung der staatlichen Medienfinanzierung auf die eigentliche meritorische Institution des Journalismus: Statt Medien in ihrer ganzen inhaltlichen Breite – mit Blasmusik und Rosamunde Pilcher – zu alimentieren, soll sich die Subventionierung auf förderungswürdige journalistische Redaktionen konzentrieren. Um allerdings die Staatsunabhängigkeit auch einer solchen Förderung zu gewährleisten, soll sich diese an einer unabhängigen, qualifizierten Journalisten-Ausbildung festmachen: Förderungswürdig sind dann jene Redaktionen, die Absolventen geeigneter zertifizierter Ausbildungs-Studiengänge als Redakteure beschäftigen. Wahrscheinlich jedoch ist dieser Vorschlag zu gut, als dass man beizeiten auf Schritte in diese Richtung hoffen dürfte.

Online-Antwort darauf:

1. *Marie Günther*

   Sehr geehrter Herr Lobigs, liebe Leser,

nachdem ich Ihren Artikel gelesen habe, habe ich mich gefragt, worauf Sie Ihre Behauptungen, dass „Hybrid-Studiengänge“ die Qualität des Journalismus verschlechtern bzw. wie Sie es nannten, die neuen journalistischen Ausbildungen gehen am Markt vorbei, stützen? Mit Sicherheit kann und sollte nicht jeder Medienmanager von sich behaupten ein guter Journalist zu sein, jedoch erscheint es mir nicht verwerflich oder unmöglich, auch in den sogenannten Hybrid-Studiengängen eine gute Ausbildung zu genießen und sich ein Bild aus mehreren unterschiedlichen Berufsfeldern zu machen, um sich danach auf ein Berufsfeld weiter zu spezialisieren. Schließlich hat weitaus nicht jeder gute Journalist den Studiengang Journalistik besucht sondern kann auch aus einer ganz anderen Richtung wie beispielsweise der Politik kommen und seine dort erlernten Fähigkeiten gut mit dem Journalismus kombinieren. Die neuen journalistischen Studiengänge sehe ich eher als Chance sich breitgefächerter zu orientieren. Eine berufsfeldspezifische Spezialisierung beispielsweise nach dem Bachelor-Studiengang ist dadurch ja nicht ausgeschlossen. Die Zeiten ändern sich und da viele Journalisten ihr Geld nicht anders verdienen können als zwei Berufsfelder zu kombinieren, ist eine breitgefächerte Ausbildung nicht so negativ zu beschreiben, wie Sie es tun. Das Problem liegt also offensichtlich nicht bei den neuen Misch-Studiengängen, sondern in der Anerkennung und schlechten Bezahlung journalistischer Leistung. Was bleibt einem da anderes übrig als sich ein „zweites Standbein“ aufzubauen? Ohnehin gehört zu einem guten Journalisten viel mehr als das, was er studiert hat.

Aus: Vocer, 24. November 2011
http://www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/68/mehr-zukunft-wagen.html

Mehr Zukunft wagen

Von Andreas Elter

„Wer Journalist wird, hat seinen Beruf verfehlt“, soll Bismarck gesagt haben. „Wenn du Journalist werden willst, studiere irgendetwas, aber bloß nicht Journalistik", wurde mir zu Beginn meiner journalistischen Karriere geraten. Und erst neulich warnte das „Journalistik Journal“ vor den Gefahren eines „ruinösen Wettbewerbs“ in der Journalistenausbildung. Warum also noch Journalist werden, warum noch Journalisten ausbilden?

Doch Moment: Bevor man sich in wohlfeilem Selbstmitleid über den Zustand des Journalismus und der akademischen Journalistenausbildung ergeht, sollte man einen Blick auf die tatsächlichen Zustände werfen und mit mehreren *urban legends* aufräumen. Diese sind unter anderem:

- Gut ausgebildete Journalisten werden am Markt nicht mehr gebraucht.
- Eine akademische Journalistenausbildung geht generell am Berufsbild vorbei.
- Wir haben zu viele Ausbildungsangebote.

Diese Thesen, so oft sie auch wiederholt werden mögen, werden dadurch nicht richtiger.

Denn:

- Eine gute Ausbildung ist immer noch der sicherste Weg in den Beruf.
- Eine akademische Journalistenausbildung ist inzwischen häufig Mindestanforderung für einen Berufseinsteiger: Ohne Journalistikstudium kein Volontariat.
- Wir haben nicht zu viele Ausbildungsangebote, sondern die falschen.

Betrachtet man die zurückliegenden zwanzig Jahre, so hat es in kaum einem anderen Bereich so viele grundlegende Umbrüche und Veränderungen gegeben wie in der Medien- und Kommunikationsbranche – also auch im Journalismus. Dass dies verunsichert, ist allzu verständlich.

Veränderungen ins Auge sehen

Selbstredend kann man Journalisten heutzutage nicht mehr so ausbilden wie damals. Eine mögliche Reaktion ist dann das Verklären von "alten Zeiten", in denen alles vermeintlich besser war. Warum aber sollte man dann etwas bei sich selbst ändern? Schuld ist ja der Markt oder die Konkurrenz. Eine andere mögliche Reaktion ist es, den Veränderungen ins Auge zu sehen und sie als Chance zu erkennen.

Was bedeutet dies konkret für die akademische Journalistenausbildung? Natürlich müssen nach wie vor grundlegende Fähigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens und Theoriekennt-

nisse vermittelt werden. Natürlich muss ein Journalist nach wie vor das Recherchieren lernen. Und ebenso evident ist, dass ein angehender Journalist Textsicherheit und stilistische Fähigkeiten erwerben muss. Das Handwerkszeug ist also geblieben.

Hinzu gekommen sind aber spezifische technische Anforderungen eines neuen Medienzeitalters. Dies meint aus Sicht der Ausbildung nicht eierlegende Wollmilchsäue zu klonen, es bedeutet jedoch, junge Menschen sorgfältig und verantwortungsbewusst für veränderte Markterfordernisse auszubilden. Video- und Audiotechnik, der Umgang mit Content-Management-Systemen und Layoutprogrammen, Technikkenntnisse zum crossmedialen Publizieren - all dies gehört heute zu einem zeitgemäßen Curriculum.

Zudem müssen Journalistikstudierende auf die Arbeit als freier Journalist vorbereitet werden. Freie Mitarbeit ist oftmals der Einstieg in den Beruf und Voraussetzung für eine spätere Festanstellung. Vor allem ist eine Festanstellung wahrlich nicht die einzige Alternative für innovativ denkende Journalisten, Selbstständigkeit kann auch zum erfolgreichen Unternehmertum führen. Journalismus war nie eine Beamtentätigkeit. Von diesem Weltbild muss sich auch die Ausbildung verabschieden.

Der unternehmerische Journalismus wird jedoch noch viel zu wenig gelehrt. Seminare zur Existenzgründung, zur Erstellung eines Businessplans oder zur Kundengewinnung und professionellen Marktauftritt, gehören also auf den Lehrplan.

Prominente Schmuckstücke
Essentiell ist, die Zusammenarbeit mit der Praxis noch früher in die akademische Ausbildung zu integrieren. Studium und Praxis müssen bereits von Beginn an zusammengeführt werden und dürfen nicht als zwei Welten empfunden werden. Weder von Studierenden, noch von Lehrenden.

Solange aber der akademische Betrieb für Lehrende mehr Karriere-Anreize schafft, in Fachzeitschriften zu publizieren und Orchideen-Fächer zu beforschen, als sich um ihre Studierenden zu kümmern, stimmt etwas nicht im System. Solange Praktiker in der Hochschul-Lehre als unakademische Exoten empfunden werden, mit denen man sich bestenfalls schmückt, wenn sie prominent sind, verharrt man in alten Strukturen. Die oftmals auch selbst gewählte Abschottung des akademischen Betriebs kommt allenfalls einige Spitzenwissenschaftlern zugute - nicht der Ausbildung der Studenten. Mit anderen Worten: Man schmort im eigenen Saft.

Viele Journalistik-Studiengänge sind inzwischen so weit von der Praxis entfernt, dass sie eigentlich guten Gewissens keine Journalisten mehr ausbilden dürften. Es ist gerade noch verständlich, wenn Universitäten Professuren an Hand der wissenschaftlichen Expertise der Bewerber und der Länge der Veröffentlichungsverzeichnisse besetzen, solange es um die Forschung geht. Spätestens aber für die Lehre müssen andere Auswahlkriterien gelten.

Innovationen
Fachhochschulen, auch und gerade private, bieten hier eine Alternative, sie sind somit auch

keine Konkurrenz zu den universitären Medien- und Kommunikationswissenschaften, die Wissenschaftler und keine Journalisten ausbilden, sondern eine sinnvolle Ergänzung. Von diesen praxisnahen und zugleich akademisch fundierten Ausbildungen gibt es aber keineswegs zu viele, sondern zu wenig.

Es muss für die akademische Journalistenausbildung immer um die Verbindung von angewandter Forschung und Lehre gehen. Hier sind Forschungs- und Lehrprojekte mit der Praxis oder Innovationswettbewerbe ein probater Weg. Gerade in Zeiten, in denen sich der Markt im Umbruch befindet und die Einnahmen im Printbereich sinken, wird es umso wichtiger, auch für neue elektronische Medien auszubilden.

Insofern steht für die akademische Journalistenausbildung auf der To-Do-Liste: Bessere und zeitgemäße Angebote machen, flexibel bleiben oder schlicht: Mehr Zukunft wagen!

Literaturtipps zur Journalistenausbildung

DERNBACH, Beatrice / Wiebke LOOSEN (Hg.):
Didaktik der Journalistik. Konzepte, Methoden und Beispiele
aus der Journalistenausbildung. Wiesbaden: Springer VS, 2012

Deutscher Journalisten-Verband (DJV):
Journalist/in werden? Ausbildungsgänge und Berufswege im Journalismus.
Bonn: DJV-Wissen 5 (zweijährlich aktualisiert), 2012/2013

dju in ver.di:
Fuß fassen im Journalismus. dju-Schriftenreihe 15/06

FENGLER, Susanne / Sonja KRETZSCHMAR (Hg.):
Innovationen für den Journalismus. Wiesbaden: VS Verlag, 2009

GODERBAUER-MARCHNER, Gabriele:
Journalist werden! Konstanz: UVK, 2009

HALLER, Michael / Sebastian SATTLER:
Die Zukunft des Journalismus. Konstanz: UVK, 2010

LA ROCHE, Walther von:
Einführung in den praktischen Journalismus. München: Econ, 2008

LA ROCHE, Walther von / Axel BUCHHOLZ (Hg.):
Radio-Journalismus. Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München: Econ, 2009

MEIER, Klaus:
Journalistik. Konstanz: UVK, 2011

NEUBERGER, Christoph / Peter KAPERN:
Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden: Springer VS, 2013

RUSS-MOHL, Stephan:
Journalismus. Das Lehr- und Handbuch. Frankfurt/M.: FAZ-Institut, 2010

SCHULT, Gerhard / Axel BUCHHOLZ (Hg.):
Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin: Econ/Ullstein, 2011

STREITBÖRGER, Wolfgang:
Grundbegriffe für Journalistenausbildung. Wiesbaden: Springer VS, 2014

VOGELGESANG, Jens:
Kommunikationswissenschaft studieren. Wiesbaden: Springer VS, 2011

Tweets vom 14. Oktober #IQF13 (Auswahl)

Fit für Journalismus@ffjournalismus: Dernbach: in Redaktionen sollen nicht nur Journalistikabsolventen sitzen

Christian Lindner@RZChefredakteur: @stephanweichert: Nicht die Digitalisierung, sondern die Dialogisierung wird die größte Herausforderung für den Journalismus sein

DJV Hamburg@DJV_HH: Journalist sein heisst Lebenslanges Lernen! sagt @stephanweichert JA! (mf)

Fit für Journalismus@ffjournalismus: Hier wird über responsive Design als Kompetenz von Journalisten gesprochen

DJV Hamburg@DJV_HH14 Okt: Unternehmerjournalismus soll Journis befähigen vom Journalismus leben zu können damit der Beruf eine Zukunft hat, sagt @JanaLavrov

Christian Lindner@RZChefredakteur: Meine These beim #IQF13: Medienhäuser müssen Nachwuchs mit Persönlichkeit finden - und durch Persönlichkeiten prägen.

Technikjournalismus@TJ_HBRS: Prof. Klaus Meier, Uni Eichstätt: "Ein Master muss die Innovationsfähigkeit der Studenten fördern." Bachelorinhalte, wie im Diplom

Eva Werner@EvWerner: Prof Klaus Meier: Hochschulen sind gefordert, Geld in die Weiterbildung zu stecken. Schwerpunkt muss auf Innovation liegen.

Eva Werner@EvWerner: Hillebrand gibt @wblau Recht: Generation 40+ hat am meisten mit eigener Angst zu tun. Das sei Klima, in dem sich Volos schwer tun.

Jana Lavrov@JanaLavrov: A.Hillebrand: großes Defizit bei Volos: fehlendes Feedback zu ihrer Arbeit

Journalisten-Verband@DJVde: Michael Geffken von der @LSoM_News: Im #Journalismus muss ein radikaler Wandel hin zur Leserorientierung stattfinden

Timo Stoppacher@CGNTimo: Bemerkenswert, dass die Zukunft des Volontariats nicht von jungen Leuten diskutiert wird...

Journalisten-Verband@DJVde: Jetzt auf dem #IQF13-Podium: Maximiliane Rüggeberg, die mit (Job-)Erfolg über unzumutbare Volo-Angebote gebloggt hat:

Bernd Büttgens@buettgens: Prof. Steinbrecher sagt bei Tagung: Journalisten-Ausbildung muss Persönlichkeits-, Technik-, Unternehmerkompetenz vermitteln

Christian Lindner@RZChefredakteur: Michael Steinbrecher ist strikt gegen Studiengänge, die die Grenzen zwischen Journalismus und PR aufweichen

Technikjournalismus@TJ_HBRS: Steinbrecher: Die Frage ist - was ist drin in den Studiengängen? Journalismus und PR sind nicht zwei Seiten einer Medaille

Jana Lavrov@JanaLavrov: "Allesköner sind nicht das Ziel an der TU Dortmund" Michael Steinbrecher

Technikjournalismus@TJ_HBRS: Wie bereiten wir den Journalistennachwuchs auf die Realität vor? Auf der Suche nach Antworten beim #iqf13

Dirk Benninghoff@neuigkeitenchef: Ein ganz neuer Ansatz...RT@RZChefredakteur: Deutschlandradio-Intendant Steul: NUR Qualität wird journalistische Angebote sichern.

LeipzigSchoolofMedia@LSoM_News: Mit M.Geffken (@lsomgef) auf dem #iqf13-Podium: A.Hillebrand (@Akademie), @RZChefredakteur, @ulpaetz und M.Rüggeberg

Werner Lauff@lauff: Deutschlandradio-Intendant Willi Steul: Wir werden rationalisieren bei Strukturen, nicht beim Journalismus.

Pascal Hesse@Pascal_Hesse: Heute wird in Berlin beim IQ-Herbstforum über die Journalistenausbildung diskutiert. Folgt bei Twitter #IQF13 http://fb.me/2Em675ysS

Fit für Journalismus@ffjournalismus: "Deutschlandfunk-Volontäre wissen oft mehr als ihre Ausbilder" sagt DLF-Intendant Steul

Christian Lindner@RZChefredakteur: Meine These beim #IQF13: Medienhäuser müssen Nachwuchs mit Persönlichkeit finden - und durch Persönlichkeiten prägen.

IQ-Pressemitteilungen

Pressemitteilung vom 14. Oktober 2013

Nur unabhängiger Journalismus ist glaubwürdig

Mit einem Plädoyer für eine qualitativ hochwertige und zeitgemäße Journalistenausbildung begann am Morgen in Berlin das siebte Herbstforum der Initiative Qualität im Journalismus (IQ). Zur Eröffnung des Herbstforums prophezeite Willi Steul, Intendant des Deutschlandfunks und Gastgeber der Tagung, dass „nur journalistische Qualität die Zukunft der Zeitungen sichern“ könne. Für seinen Sender versprach er, nur in den Strukturen zu rationalisieren, nicht im journalistischen Angebot.

„Qualität der Qualifikation – Impulse zur Journalistenausbildung“ lautet der Titel der Tagung, die noch bis zum Nachmittag andauert. Rund 80 Teilnehmer aus Medienwissenschaft und Journalismus diskutieren über den Stand der Journalistenausbildung, ihre Veränderung unter wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen und die notwendigen Fortschritte. In seinem Impulsreferat machte Michael Steinbrecher vom Institut für Journalistik der TU Dortmund deutlich, dass die Kompetenzen von Berufseinsteigern in den Journalismus immer vielfältiger geworden seien. Die technische Entwicklung im Journalismus sei der Motor der Veränderungen. Journalisten müssten aber auch künftig mehr sein als technische begabte Vermittler von Informationen.

Steinbrecher forderte dazu auf, auch in der Journalistenausbildung die Trennung zwischen Journalismus und PR klar zu ziehen. Journalisten müssten mit den Angeboten der PR umgehen können und sie nutzen, wo es sinnvoll sei. Eine Übernahme von Interviews, die von Pressestellen zur Verfügung gestellt würden, sei aber völlig inakzeptabel: „Dann schaffen wir uns ab.“ Er wünschte sich eine gesellschaftliche Debatte über die Rolle des Journalismus. Dabei bestehe für ihn an einem Grundsatz kein Zweifel: „Nur unabhängiger Journalismus ist glaubwürdig.“

Eine Zusammenfassung des siebten Herbstforums der Initiative Qualität steht am morgigen Dienstag zur Verfügung. Weitere Informationen zum Herbstforum und zur Initiative Qualität finden sich auch online unter www.initiative-qualitaet.de.

Pressemitteilung vom 15. Oktober 2013

Siebtes Herbstforum der Initiative Qualität:
Qualität der Qualifikation – Impulse zur Journalistenausbildung

Ein wesentlicher Faktor für die Qualität von Medien ist die Qualität der Journalistenausbildung. Welche Modelle aber haben sich bewährt, um sicherzustellen, dass junge Journalisten alles Wesentliche lernen, um in unserer Multimedia-Welt Inhalte professionell und kompetent zu vermitteln? Wo muss die Ausbildung verbessert und wo vielleicht standardisiert oder gar zertifiziert werden? Mit diesen Fragen setzten sich etwa achtzig Experten beim Siebten Herbstforum der Initiative Qualität im Journalismus (IQ) auseinander. Im Berliner Funkhaus des Deutschlandradios diskutierten Wissenschaftler und Journalisten am 14. Oktober über die Konsequenzen einer sich rasant verändernden Medienlandschaft für die Journalistenausbildung.

Qualität sei das wichtigste Thema, „das man unter Journalisten diskutieren kann“, sagte der Intendant des Deutschlandradios, Willi Steul, bei seiner Begrüßung. Um ein hohes Niveau publizistischer Inhalte zu gewährleisten, brauchten Journalisten „mehr denn je eine fundierte Ausbildung“. Tagungsmoderator Werner Lauff unterstrich dieses Postulat mit der Formulierung, die Ausbildung von heute entscheide über den Journalismus von morgen. Der Publizist und Medienberater gehört zu denen, die 1990 den ersten Tarifvertrag für Volontäre aushandelten. Mehr als zwei Jahrzehnte später warnte Lauff: „Lernen ohne Nachhaltigkeit führt zu Journalismus ohne Orientierung.“

In seinem Impulsreferat ging Michael Steinbrecher der Frage nach, was sich in der Journalistenausbildung verändern muss. Dabei bezog sich der Professor des Instituts für Journalistik der Technischen Universität Dortmund auf den Kompetenzkanon, der 1990 von Siegfried Weischenberg spezifiziert wurde. Zusätzlich zu Fach-, Sach- und Vermittlungskompetenz müssten im Zeitalter der digitalen Medien weitere Fähigkeiten vermittelt werden. Dazu zählte Steinbrecher Technik-, Unternehmer-, Publikums- und auch Persönlichkeitskompetenz. Einerseits müsse mehr Ausbildungszeit in die Themen Technik, Crossmedia und Management investiert werden. Andererseits aber dürfe nicht an der Vermittlung von Fach- und Sachwissen gespart werden.

„Wir dürfen nicht nur technisch versierte professionelle Vermittler ausbilden“, warnte der Journalistik-Professor und ehemalige ZDF-Moderator des Aktuellen Sportstudios. Bei der Ausbildung müsse verhindert werden, dass Aspekte der publizistischen Qualität in den Hintergrund treten. Ebenso wichtig sei es, bei Hochschulstudiengängen die Bereiche Journalismus und Public Relations konsequent voneinander zu trennen. Für die Anpassung der Journa-

listenausbildung an die aktuelle Medienlandschaft empfahl Steinbrecher ein Memorandum, das auf eine breite gesellschaftliche Basis gestellt werden müsse.

Defizite der aktuellen Ausbildung von Journalisten wurden in Berlin deutlich, als die Volontärin Maximiliane Rüggeberg Erfahrungen schilderte, die sie bei ihrer Bewerbung um ein Volontariat machen musste. So seien ihr etwa untertarifliche Zahlung ohne die Abgeltung von Überstunden angeboten worden oder lediglich eine einjährige Hospitanz für monatlich 1.000 Euro brutto, ein eigenes Auto und eine eigene Kamera vorausgesetzt. Rüggeberg machte diese Erfahrungen in einem Blog-Eintrag öffentlich. Das Thema wurde vor einem Jahr unter anderem von Spiegel Online aufgegriffen. Schließlich meldete sich der Chefredakteur des Nordbayerischen Kuriers. Er bot der couragierten Blog-Autorin ein Volontariat an, das Maximiliane Rüggeberg inzwischen – nach Tarif bezahlt – in Bayreuth absolviert.

Neunzig Prozent aller Häuser hätten gar keinen Plan für die gezielte Ausbildung und Rekrutierung von Nachwuchs, kritisierte Annette Hillebrand. Viele Verlage vernachlässigten das Thema Volontariat. Die Direktorin der Akademie für Publizistik in Hamburg warb dafür, die Personalentwicklung im Bereich Nachwuchs – zum Beispiel mit Mentorenprogrammen – zu verändern. Außer über Handwerk, Technik und Teamfähigkeit müsse auch über Fragen einer Haltung zum Beruf und über individuelle Stärken der Volontäre gesprochen werden.

Gefragt seien keine Generalisten, sondern Persönlichkeiten, die sich zu Spezialisten entwickeln könnten, ergänzte Christian Lindner. Der Chefredakteur der Koblenzer Rhein-Zeitung betonte, es gebe kein Standard-Ausbildungsmodell. Vielmehr müssten einzelne Persönlichkeiten „maßgeschneidert“ gefördert werden. Auch Michael Geffken mahnte, die Kultur in den Verlagen müsse sich ändern. Es fehle an einem systematischen Personalmarketing, urteilte der Geschäftsführer und Direktor der Leipzig School of Media. Darüber hinaus regte Geffken an, die Ausbildung von künftigen Journalisten angesichts der schwierigen Verhältnisse auf dem Arbeitsmarkt so zu verändern, dass sich die Nachwuchskräfte später auch in Bereichen auskennen, die nicht originär journalistisch sind.

Ulrich Pätzold gehört zu denen, die in den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts den Modellstudiengang Journalistik an der Technischen Universität Dortmund aufbauten. Der emeritierte Professor berichtete, dass heute viele Volontäre über eine schlechte Ausbildung klagen. Deshalb müsse über ein neues (duales) Modell der Journalistenausbildung nachgedacht werden. Das Volontariat allein reiche nicht aus. Ebenso wichtig seien Studium und außerbetriebliche Ausbildung. Michael Geffken erwiderte, eine Hochschulausbildung dürfe keine bindende Voraussetzung für den Berufszugang im Journalismus sein.

Inzwischen existieren in Deutschland mehr als hundert Studiengänge mit Angeboten im Bereich Journalismus. Ob diese Vielzahl ein Vor- oder Nachteil ist, blieb bei der Tagung in Berlin umstritten. Das große Angebot sei „wunderbar“, lobte Beatrice Dernbach, die an der Hochschule Bremen das Institut für Wissenschaftskommunikation leitet und Mitglied der Fachgruppe Journalismus der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) ist. Dieses Urteil teilte die freie Journalistin Jana Lavrov: Die große Zahl spezialisierter Angebote bedeute eine große Chance für den Journalismus. Ulrich

Pätzold wies hingegen darauf hin, bei vielen Anbietern fehle es an Qualität: „Alle haben hervorragende Curricula, aber nur wenige können sie einlösen."

Einigkeit herrschte auf dem Podium darüber, dass es sinnvoll sei, sich auf gemeinsame Qualitätsstandards zu einigen. Jörg Sadrozinski, Leiter der Deutschen Journalistenschule in München, wünschte sich einen „Anforderungskatalog von Kernkompetenzen" und schlug Qualitätssiegel oder Zertifikate für Ausbildungseinrichtungen vor. Stephan Weichert, Professor für Journalistik am Campus Hamburg der Macromedia Hochschule und Mitarbeiter der Hamburg Media School, forderte ebenfalls eine „neue Qualitätsdebatte". Er wies darauf hin, in den USA hätten die elf großen Journalistenschulen 2010/11 ihre Curricula reformiert. Wünschenswert seien auch für Deutschland ein ständiger Austausch wichtiger Institutionen über ihre aktuellen Curricula und eine stetige Innovationsbereitschaft.

Wer an Hochschulen forsche, sorge automatisch für Innovationen, lautete die These von Klaus Meier. Der Journalistik-Professor der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt konkretisierte, wichtig seien Innovationen und empirische Forschung, die sich „dicht am Berufsalltag" orientierten. Dabei komme es auch darauf an, dass Studierende lernen, das Publikum und seine Bedürfnisse zu erforschen.

IQ-Sprecherin Ulrike Kaiser bilanzierte am Ende des Siebten IQ- Herbstforums, dass es nun darauf ankomme, die aufgezeigten Reformvorschläge für Volontariat und Hochschulausbildung systematisch zu bündeln. Der Deutsche Journalisten-Verband und die DGPuK hätten bereits im Frühjahr vereinbart, die Ausbildungsdebatte zu verstetigen. „Journalistische Aus- und Weiterbildung hat keine Lobby. Wir sollten diese Lobby schaffen!", gab sie den Tagungsteilnehmern mit auf den Weg.

Matthias Kurp

Medienecho (Auswahl)

Aus: Funkkorrespondenz vom 18. Oktober 2013

Politik

Initiative Qualität sorgt sich um Journalistenausbildung

Beim 7. Herbstforum der 'Initiative Qualität im Journalismus' (IQ) haben am 14. Oktober in Berlin etwa 80 Experten über die Ausbildung von Journalisten diskutiert. Die vor zwölf Jahren gegründete Initiative veranstaltet alle zwei Jahre eine Tagung, bei der Probleme behandelt werden, die die publizistische Qualität bedrohen. Getragen wird die Initiative von Berufsverbänden (DJV, DJU), Landesmedienanstalten, Bildungsinstitutionen, Wissenschaftlern, dem Deutschen Presserat und dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV).

Qualität sei das wichtigste Thema, „das man unter Journalisten diskutieren kann", sagte der Intendant des Deutschlandradios, Willi Steul, bei seiner Begrüßung im Berliner Funkhaus des Senders. Um ein hohes Niveau publizistischer Inhalte zu gewährleisten, brauchten Journalisten „mehr denn je eine fundierte Ausbildung". Steul ermunterte alle Verantwortlichen zu mehr Mut für crossmediale Experimente. So hätten etwa acht Volontäre des Deutschlandfunks bei einer Reportagereihe („Grenzreporter") unterschiedliche mediale Gattungen bedient. Sie produzierten während einer Reise durch die deutsch-polnische Grenzregion Bilderstrecken und Texte für das Internet, Meldungen per Twitter oder kurze Online-Videos und klassische Radioreportagen.

Persönlichkeitskompetenz

Für Journalisten existieren keinerlei verbindlichen Ausbildungswege, aber inzwischen mehr als hundert verschiedene Studiengänge. Als „Königsweg" gilt noch immer ein in der Regel zweijähriges Volontariat. Tagungsmoderator Werner Lauff betonte in Berlin, die Ausbildung von heute entscheide über den Journalismus von morgen. Der Publizist und Medienberater gehört zu denen, die 1990 den ersten Tarifvertrag für Volontäre der Printbranche (zur Zeit knapp 2000) aushandelten. Für den Rundfunkbereich (derzeit etwa 600 Volontäre) existieren noch immer keinerlei Ausbildungsnormen.

In einem Impulsreferat ging Michael Steinbrecher der Frage nach, was sich in der Journalistenausbildung verändern muss. Dabei bezog sich der Professor des Instituts für Journalistik der Technischen Universität (TU) Dortmund auf den klassischen Kanon von Fach-, Sach- und Vermittlungskompetenz. Zusätzlich müssten im Zeitalter der digitalen Medien weitere Fähigkeiten vermittelt werden. Dazu zählte Steinbrecher Technik-, Unternehmer-, Publikums- und auch Persönlichkeitskompetenz. Einerseits müsse mehr Ausbildungszeit in die Themen Technik, Crossmedia und Management investiert werden; andererseits aber dürfe nicht an der Vermittlung von Fach- und Sachwissen gespart werden.

„Wir dürfen nicht nur technisch versierte professionelle Vermittler ausbilden“, warnte Steinbrecher. Bei der Ausbildung müsse verhindert werden, dass Aspekte der publizistischen Qualität in den Hintergrund treten. Ebenso wichtig sei es, so der Journalistik-Professor und ehemalige Moderator des ZDF-„Sportstudios“, bei Hochschulstudiengängen die Bereiche Journalismus und Public Relations konsequent voneinander zu trennen.

Ulrich Pätzold gehörte zu denjenigen, die in den 1970er Jahren an der TU Dortmund den Modellstudiengang Journalistik, zu dem auch ein integriertes Volontariat zählt, aufbauten. Der emeritierte Professor berichtete, dass heute viele Volontäre über eine schlechte Ausbildung klagen. Pätzold wies darauf hin, dass es auch bei den Angeboten vieler Hochschulen an Qualität fehlte: „Alle haben hervorragende Curricula, aber nur wenige können sie einlösen.“ Deshalb müsse über ein neues (duales) Modell der Journalistenausbildung nachgedacht werden. Das Volontariat allein reiche nicht aus. Ebenso wichtig seien außerbetriebliche Ausbildung und Studium.

Fehlende Lobby

Einigkeit herrschte beim IQ-Herbstforum darüber, dass es sinnvoll sei, sich auf gemeinsame Qualitätsstandards zu verständigen. Jörg Sadrozinski, seit Juli 2011 Leiter der Deutschen Journalistenschule in München und zuvor bei der ARD Redaktionsleiter von tagesschau.de in Hamburg, wünschte sich einen „Anforderungskatalog von Kernkompetenzen“ und schlug Qualitätssiegel oder Zertifikate für Ausbildungseinrichtungen vor.

IQ-Sprecherin Ulrike Kaiser bilanzierte am Ende des diesjährigen Herbstforums, dass es nun darauf ankomme, die aufgezeigten Reformvorschläge für Volontariat und Hochschulausbildung zu bündeln. Der Deutsche Journalisten-Verband und die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hätten bereits im Frühjahr vereinbart, die Ausbildungsdebatte zu verstetigen. „Journalistische Aus- und Weiterbildung hat keine Lobby. Wir sollten diese Lobby schaffen“, appellierte Ulrike Kaiser an alle Tagungsteilnehmer.

Vorabdruck aus: journalist 11/2013

EINE LOBBY FÜR DIE AUSBILDUNG

Bild – Meike Bogels

Im vergangenen Jahr hat der DJV ein Memorandum zur Journalistenausbildung verabschiedet. Ein Jahr später greifen Experten die Debatte auf dem Herbstforum der *Initiative Qualität* auf: Wie muss eine fundierte Ausbildung aussehen, damit der Qualitätsjournalismus auch in Zukunft gesichert ist?

von Monika Lungmus

Soviel ist sicher. Wer guten Journalismus will, muss auch für eine gute Ausbildung sorgen. Denn, so Werner Lauff, der Moderator des siebten Herbstforums der *Initiative Qualität* (*IQ*): „Die Ausbildung von heute entscheidet über den Journalismus von morgen." Eigentlich eine Banalität. Dennoch wird über das, was die Journalistenausbildung leisten soll und muss, eher selten geredet. Das diesjährige *IQ*-Forum, für das das Deutschlandradio wieder einen Tagungsraum im Berliner Funkhaus stellte, war insofern eine besondere Veranstaltung.

Knapp 80 Journalisten, Wissenschaftler und Ausbilder nutzten die Gelegenheit, um am 14. Oktober einen Tag lang über die *Qualität der Qualifikation* – so der Titel – zu sprechen: Wie muss eine fundierte Ausbildung für die nächste Journalistengeneration aussehen? Welche Konzepte verlangt der rasante Wandel der Medienlandschaft? Der Kreis der Fachleute war sich am Ende einig: Mehr Verzahnung von Theorie und Praxis sowie eine Zertifizierung der Ausbildungsangebote sind nötig, um den Nachwuchs auf den Beruf vorzubereiten.

Dortmunder Modell

Michael Steinbrecher, geschäftsführender Direktor des Instituts für Journalistik an der Dortmunder TU, hielt in seinem Impulsreferat die Fahne der universitären Ausbildung hoch. Dabei hob er explizit den Dortmunder Studiengang hervor, der im Zuge der Reformdebatte der frühen 70er Jahre entstanden ist. Für Steinbrecher hat diese Ausbildung nach wie vor Modellcharakter, weil hier analytisches Denken, redaktionelle Praxis und theoretische Reflexion verbunden sind. Das Volontariat ist ins Studium integriert. Und daran hat sich bis heute nichts geändert, auch wenn der Lehrplan inzwischen modernisiert wurde: Um die Berufschancen der Studierenden zu erhöhen, werden sie nunmehr bimedial ausgebildet.

Für Steinbrecher ist der Kanon der Kompetenzen, den der Medien-

Experten unter sich
Beim IQ-Herbstforum stand die Journalistenausbildung im Fokus.

wissenschaftler Siegfried Weischenberg 1990 entworfen hat, weiterhin die Basis der Journalistenausbildung. Allerdings müssten heute außer den Kernkompetenzen, also dem Fach- und Sachwissen und den Vermittlungsfertigkeiten, noch weitere Fähigkeiten vermittelt werden. Steinbrecher nannte hier Technik-, Unternehmer- und vor allem Persönlichkeitskompetenz. „Wer als Journalist erfolgreich sein will, muss sich zu einer journalistischen Persönlichkeit entwickeln", so der frühere ZDF-Sportmoderator.

Anders gesagt: Die Branche braucht nicht nur technisch versierte und unternehmerisch denkende Journalisten, die den Dialog zum Publikum nicht scheuen, sondern auch und vor allem Leute mit Haltung. Journalisten, die verantwortungsvoll mit den Anforderungen ihres Berufs umgehen, die auch kantig sind, Courage zeigen und sich was trauen. So eine wie Maximiliane Rüggeberg, die ihre miesen Erfahrungen, die sie bei der Suche nach einem Volontariat gemacht hatte, in einem Blog öffentlich gemacht hat – und danach ein faires Angebot beim *Nordbayerischen Kurier* bekam. In Berlin diskutierte sie auf dem Podium über die Defizite des klassischen Ausbildungswegs.

Mit ihrem eigenen Volontariat ist Maximiliane Rüggeberg sehr zufrieden. Doch offenbar gehört sie damit zu den Ausnahmen. Viele Volontäre klagten über fehlendes Feedback, berichtete etwa Annette Hillebrand, die Direktorin der Akademie für Publizistik in Hamburg, die regelmäßig überbetriebliche Volontärskurse veranstaltet. Hillebrand ist überzeugt, dass sich die Kultur in den Verlagen ändern mus. Viele Häuser vernachlässigten die Ausbildung, verzichteten auf Förderung, präsentierten sich nicht als attraktive Arbeitgeber.

Zwar gibt es seit 1990 einen Tarifvertrag, der den betrieblichen Ausbildungsverlauf regelt und den Volontären ein Minimum an überbetrieblicher Schulung garantieren soll – doch für Christian Lindner, den Chefredakteur der *Rhein-Zeitung*, macht dieses Einheitsvolontariat kaum noch Sinn. Zumal die jungen Leute heute vielfach einschlägige Qualifikationen mitbringen, bevor sie mit dem Volontariat starten. Lindner will weg vom starren Plan. Er plädiert für eine Individualisierung der Ausbildung, für das auf den Einzelnen „maßgeschneiderte Volontariat". Es gehe ihm darum, den künftigen CvD, den Rechercheur, die Edelfeder zu finden. Spezialisten sind gefragt, Alleskönner haben ausgedient.

Duale Ausbildung

Reformbedarf sieht auch Ulrich Pätzold, der den Dortmunder Journalistik-Studiengang mit aufgebaut hat und jahrelang das Journalisten-Zentrum Haus Busch in Hagen leitete. Das Volontariat, das den Nachwuchs möglichst eng an das ausbildende Medium heranführe, reiche nicht mehr aus. Schon weil viele Volos nicht mehr als Redakteure übernommen würden. Journalismus müsse unabhängig vom jeweiligen Medium betrachtet werden. Pätzold fordert eine duale Ausbildung. „Wir brauchen ein neues Modell der Journalistenausbildung – dieses muss aus einer Kombination von Hochschule und Volontariat bestehen." Man müsse die Ressourcen aus beiden Angeboten nutzen.

Eine tolle Idee. Bloß: Wie sehen die Ressourcen auf dem Campus aus? Welche Potenziale bieten die Hochschulen? Und ist wirklich überall Journalismus drin, wo Journalismus draufsteht? Fragen, mit denen sich eine weitere Expertenrunde beschäftigte. Immerhin: Mehr als 100 Studiengänge sind inzwischen entstanden, oft handelt es sich um sehr spezialisierte Angebote. Die freie Journalistin Jana Lavrov, die sich beim DJV Hamburg für das Mentoring-Programm engagiert, findet diese Vielfalt gut, während Jörg Sadrozinski, Leiter der Deutschen Journalistenschule, eher skeptisch auf das bunte Treiben am Campus blickt. Statt ständig neue Institute zu eröffnen, sollte man die Qualität der bestehenden Angebote verbessern, lautet seine Forderung.

Einig war sich die Runde, dass eine Zertifizierung der Studiengänge sinnvoll ist. Nur die Zertifizierung schaffe die Transparenz, die Bewerber für ihre Entscheidung benötigen. Lavrov schlug vor, gemeinsam mit den Journalistenverbänden entsprechende Qualitätsstandards festzuschreiben. Alle Beteiligten waren der *Initiative Qualität* am Ende dankbar dafür, dass sie einen Tag lang in einem größeren Fachkreis über die Zukunft der Journalistenausbildung diskutieren konnten. „Tagungen wie diese sind unheimlich wichtig", meinte etwa Stephan Weichert, Journalistik-Professor der Macromedia Hochschule in Hamburg. *IQ*-Sprecherin Ulrike Kaiser fing den Ball auf und kündigte an, dass man diese Debatte fortsetzen werde. „Die Journalistenausbildung hat keine Lobby", sagte die Vize-Vorsitzende des DJV. „Wir sollten diese Lobby schaffen."

Monika Lungmus ist journalist-Redakteurin. ■

Vorabdruck aus: M – Menschen machen Medien 7/2013

Gegen Stromlinienförmigkeit
Herbstforum der Initiative Qualität gab Impulse zur Journalistenausbildung

Crossmedial sieht die gute, moderne Ausbildung im Journalismus aus – darin waren sich alle einig. Unbedingt universitätsgebunden – da war die Einigkeit schon geringer. Als crossmediales verlängertes Volontariat – das stieß eher auf Abwehr, denn Ausbildung sei eine Frage guter Organisation und nicht ein Mittel für Verlage, kompetenten Leuten länger wenig zu bezahlen.

„Qualität der Qualifikation – Impulse zur Journalistenausbildung" hieß das Thema des siebten Herbstforums der Initiative Qualität Mitte Oktober in Berlin. Die dju in ver.di ist Mitglied dieser Initiative, deren Herbstforum zur Ausbildung auf großes Interesse stieß, bei den Praktikern und den Ausbildern in Verlagen, Sendern und Journalistenschulen ebenso wie bei den Hochschullehrern.

Gastgeber Willi Steul, Intendant des Deutschlandradios, betonte, dass Journalismus kein Begabungsberuf, sondern Handwerk sei. Was sich in der Journalistenausbildung ändern müsse, erklärte Michael Steinbrecher, Professor an der TU Dortmund und Projektleiter des Ausbildungs- und Bürgerfernsehens „nrwision". Er beklagte, dass in einer Zeit der Verunsicherung, in der der Journalismus selbst in Frage gestellt sei, viele nur versuchten, an den Symptomen zu kurieren und sich nicht mit den Ursachen für diesen „Clash of Journalistic Civilization" beschäftigten. Während in den Verlagen noch über die Digitalisierung der Arbeitsplätze diskutiert werde, beschäftige Google mehr als 18.000 Entwickler.

Das Dortmunder Modell stehe für eine Verbindung von Theorie und Praxis, für ein ins Studium integriertes Volontariat – ein Modell, das der ehemalige Dortmunder Professor Ulrich Pätzold für richtungsweisend erklärte, als er forderte, dass der Weg unbedingt eine duale Ausbildung in Verlagen und Sendern und an der Hochschule sein müsse.

Fachkompetenz, Vermittlungskompetenz, Sachkompetenz und soziale Orientierung hatte Siegfried Weischenberg 1990 zu den Ausbildungszielen im Journalismus erklärt. Steinbrecher ergänzte diese Punkte um weitere neue Ziele: Persönlichkeitskompetenz, Zeitmanagement und Teamtauglichkeit, Unternehmens-, Technik- und Publikumskompetenz. Dies dürfe aber nicht zu Ungunsten des Fach- und Sachwissens ausschlagen, denn „wir dürfen nicht nur technisch versierte Vermittler ausbilden, sondern nach wie vor Journalisten."

Steinbrecher wandte sich gegen Journalismusstudiengänge als Hochschulmode, es gebe haufenweise Studiengänge, wo Journalismus nur draufstehe, von der Studierende aber eine berufliche Perspektive erwarten. Außerdem seien Journalismus und PR in der Ausbildung nicht „zwei Seiten derselben Medaille", sondern grundsätzlich unterschiedliche Aufgaben. „Der Druck auf Journalisten durch Gefälligkeiten ist schon groß genug. Dem müssen wir nicht in vorauseilendem Gehorsam durch Ausbildungsvermischung entgegenkommen."

Mit einem möglichen „Reformstau auf dem Königsweg“, dem Volontariat, beschäftigte sich die erste Diskussionsrunde. Maximiliane Rüggeberg, vielen aus der Branche durch ihre schonungslose Kritik an Einstellungsbedingungen bekannt und heute Volontärin beim Nordbayerischen Kurier, sprach sich gegen die vom Verlegerverband geforderte Verlängerung des Volontariats auf drei Jahre aus: „Ohne Konzept bringen auch drei Jahre nichts.“ Auch Christian Lindner, Chefredakteur der Rhein-Zeitung in Koblenz, wandte sich gegen ein dreijähriges Volontariat und plädierte für eine bessere Organisation. Nach einer Grundausbildung sollten Volontäre einem Mentor in einem Ressort zugeordnet werden, der sie „prägen“ und ihnen Mut machen soll. Außerdem will er mehr Weiterbildung und weniger Einbindung in den Dienstplan für Volontäre durchsetzen.

Michael Geffken von der Leipzig School of Media berichtete von einem begleitenden Konzept mit sieben mal drei Tagen Volo-Kurs. Das fanden die Verlage zwar grundsätzlich „toll“, hätten aber die Reisekosten gescheut. Dass es in vielen Verlagen gar kein Ausbildungskonzept gebe („Kraut und Rüben“), kritisierte Annette Hillebrand von der Akademie für Publizistik in Hamburg, eine „Verhäckselung der Ausbildung“ lehnte sie ab.

Um die Vielzahl der Medienstudiengänge ging es noch mal in der zweiten Diskussionsrunde. Die Bremer Professorin Beatrice Dernbach und die freie Journalistin Jana Lavrov rühmten den Vorteil durch Vielfalt und die freie Auswahl durch die Studierenden. Der Eichstätter Professor Klaus Meier berichtete vom „Bologna-Schock“ für den eingeführten Journalistikstudiengang. Jörg Sadrozinski, Leiter der Deutschen Journalistenschule in München, beklagte: „Durch die Bologna-Konzentration ist eine ganze Menge verloren gegangen.“ Die Sachkompetenz käme heute zu kurz. Wenn es wirklich Marktgerechtigkeit für diese ganzen Ausbildungsinstitutionen gäbe – ohne Förderung – würde „die Hälfte pleitegehen“. „Manche Ausbildungen sind das Papier nicht wert, auf dem ihre Zertifikate stehen.“

Für Stephan Weichert, Professor an der privaten Makromedia-Hochschule und an der Hamburg Media School, müssen sich Hochschulen in Forschung und Ausbildung an den Innovationen im Journalismus orientieren. Aus- und Weiterbildung im Journalismus müsse eine Lobby bekommen, resümierte Ulrike Kaiser die Diskussion. „Wir sollten diese Lobby schaffen.“ Ausbildung müsse Platz für „kreativ Verrückte“ (Tom Buhrow) bieten. „Mit gelackter Stromlinienförmigkeit ist das Überleben des Journalismus nicht zu gestalten.“

Susanne Stracke-Neumann

Homepage der Mediadesign Hochschule MD.H vom 28. 10. 2013
http://www.mediadesign.de/newsroom/pressemitteilung/tagungsbericht

Tagungsbericht

Von Professor Christian Schicha

Am 14. Oktober 2013 fand im Deutschlandradio Funkhaus Berlin am Hans-Rosenthal-Platz eine Fachtagung der Initiative Qualität im Journalismus zum Thema Qualität der Qualifikation – Impulse zur Journalistenausbildung statt. Die Veranstaltung wurde von Werner Lauff (Publizist und Medienberater, Düsseldorf) moderiert. Dabei stand neben den Berufsperspektiven die Rolle der privaten und öffentlichen Hochschulen sowie der Medienunternehmen im Mittelpunkt des Interesses. Es wurde über Konzepte diskutiert, die auf die Veränderungen in der Medienbranche, auf die Digitalisierung und den daraus resultierenden Social-Media-Aktivitäten sowie neue Strukturen des Arbeitsmarktes Bezug nahmen.

In seinem Grußwort hob Dr. Willi Steul (Intendant Deutschlandradio, Berlin) hervor, dass Journalismus nicht nur ein reines Handwerk ist, sondern auch das Nachdenken und Reflektieren von gesellschaftlich relevanten Themen beinhalten sollte. Dabei ist eine fundierte Ausbildung unverzichtbar, die auch ethische Aspekte berücksichtigen sollte. Das Deutschlandradio setzt bei seiner Programmgestaltung auch zukünftig auf Qualitätsprogramme wie Hörspiele und Features. Dabei gibt es in Bezug auf die Zielgruppe keinen „Jugendwahn“. Die Zusammenstellung eines alterslosen Programms ist vielmehr der Maßstab. Die Sparzwänge dürfen jedoch nicht dazu führen, dass die journalistische Qualität sinkt. Kooperationen mit anderen Rundfunkanstalten auch im Ausland können dazu beitragen, Kosten zu reduzieren.

In seinem Impulsreferat betonte Prof. Dr. Michael Steinbrecher (Institut für Journalistik, Technische Universität Dortmund), dass anwendungsorientiere Forschung ein wichtiger Maßstab ist, um die Absolventen für den Arbeitsmarkt zu qualifizieren. Es muss gelehrt werden, was in der Praxis gebraucht werde. Crossmediale Entwicklungen können ebenso in den Lehrplan einbezogen werden wie Konvergenzentwicklungen und Herausforderungen im Social Media-Bereich. Praxisphasen in Medienunternehmen sind dabei unverzichtbar. Fachkompetenzen, Vermittlungskompetenzen und Sachkompetenzen sind nach wie vor wichtig, um als Journalist erfolgreich arbeiten zu können. Gleichwohl sind inzwischen auch Technikkompetenzen, Führungskompetenzen, Unternehmenskompetenzen und Gründungskompetenzen in mehreren Medienfeldern erforderlich, um auf dem Arbeitsmarkt erfolgreich bestehen zu können. Obwohl Journalisten und Öffentlichkeitsarbeiter unterschiedliche Aufgaben wahrnehmen, sollte im Rahmen der Journalistenausbildung auch PR-Kenntnisse vermittelt werden, da die Absolventen nach dem Studium häufig in PR-Agenturen oder Pressestellen arbeiten.

Das Panel 1 beschäftigte sich mit der Praxis des Volontariats im Rahmen der Journalistenausbildung.

Michael Geffken (Leipzig School of Media) konstatierte in seinem Statement, dass die Berei-

che Crossmedia, die Technikorientierung sowie die Nutzer- bzw. Leserorientierung zentrale Aspekte im Rahmen der Journalistenausbildung darstellen. Ein Studium ist nicht zwingend erforderlich, um ein guter Journalist zu werden.

Annette Hillebrand (Akademie für Publizistik, Hamburg) hob hervor, dass Teamfähigkeit und Handwerkszeug im Rahmen der Ausbildung erlernt werden müssten. Die Kooperationen von Hochschulen mit Verlagen sieht sie grundsätzlich positiv. Sie beklagt, dass häufig kein Feedback nach dem Volontariat erfolgt, und plädiert für ein Mentorenprinzip, um eine angemessene Betreuung zu gewährleisten.

Christian Lindner (Rhein-Zeitung, Koblenz) ging davon aus, dass Haltung, Werteorientierung, Persönlichkeit, Courage und Robustheit zu den Eigenschaften gehören sollten, die qualifizierte Berichterstatter auszeichnen sollten. Dabei muss nicht jeder alles können. Spezialisierung kann durchaus sinnvoll sein, um als Journalist erfolgreich zu sein. Auch er hält ein Mentorenprogramm für sinnvoll.

Prof. Dr. Ulrich Pätzold, der an der Universität Dortmund Journalistik lehrte, wies darauf hin, dass es inzwischen Zeitungen wie die Westfälische Rundschau gibt, die ohne eigene Redaktionen auskommen müssen. Inzwischen werden auch nicht mehr alle qualifizierten Volontäre von den Medien übernommen, an denen die ausgebildet worden sind. Er forderte weiterhin, dass der Journalismus mehr Migranten den Zugang in den Beruf ermöglichen solle, um dadurch neue Marktzugänge zu schaffen.

Maximiliane Rüggeberg (Nordbayerischer Kurier, Bayreuth) betonte, dass nicht „Technikfachidioten“ ausgebildet werden sollten, sondern Persönlichkeiten, die eine eigene Haltung besitzen. Das Handwerk dürfe nicht zu Lasten der Crossmediaorientierung aufgegeben werden. Auch sie plädiert für ein stärkeres Feedback nach der Ausbildungsphase im Medienunternehmen und forderte „Kümmert Euch um die Volontäre“.

Das Panel: „Buntes Treiben auf dem Campus – Studium zwischen Modell und Mode“ beschäftigte sich mit den unterschiedlichen Perspektiven an staatlichen und privaten Hochschulen.

Prof. Dr. Beatrice Dernbach (Hochschule Bremen) vertrat die Auffassung, dass die Ausbildung vielfältiger geworden ist. Die Akkreditierung ist wichtig, um Qualitätsmaßstäbe zu überprüfen. Es gibt einen Wettbewerb zwischen den Hochschulen um die besten Studierenden. Weiterhin zeichnet sich ab, dass attraktive Nischen für neue Studiengänge gesucht werden. Kreative Freiräume sind für die Persönlichkeitsentwicklung wichtig. Die Kooperation mit Zeitungsverlagen kann ein positiver Einstieg in den Job sein. Auch Dozenten sollten regelmäßig in die Unternehmen hospitieren, um die Anforderungen im Job besser einschätzen zu können.

Jana Lavrov (freie Journalistin, Berlin) sah neue Studiengänge wie Modejournalismus als Chance. Insgesamt werden eher Spezialisten als Alleskönner gesucht. Es sollte darauf geachtet werden, dass Journalisten von ihrer Vergütung auch leben können. Unternehmerisches

Denken und Handeln ist dafür eine notwendige Voraussetzung. Konkret können Module wie Entrepeneurship, in denen auch Geschäfts- und Finanzierungsmodelle erarbeitet werden, einen positiven Beitrag für die Selbstständigkeit und Unternehmensführung leisten. Ausgebildete Journalisten können auch in die Politik einsteigen oder bei Nichtregierungsorganisationen einsteigen. Studierende sollte bereits frühzeitig mit Unternehmen zusammen arbeiten und entsprechende Möglichkeiten während der Ausbildung nutzen.

Prof. Dr. Klaus Meier (Universität Eichstätt) hob die Anwendungsorientierung auch in der Forschung hervor, die auch durch die Kooperation mit Redaktionen möglich ist. Dabei sollte der Fokus auf Innovationen gerichtet werden. Journalismus kann als gesellschaftlicher Wert begriffen werden. Eine Reflexion über den Beruf mit ethischen Leitlinien ist dafür zentral. Zudem ist neben der Forschung auch die Praxisorientierung unverzichtbar, um den Marktanforderungen gerecht zu werden.

Jörg Sadrozinski (Deutsche Journalisten Schule, München) beklagte, dass die Sachkompetenz in den Studiengängen häufig zu kurz kommt. Nebenfächer wie Politik, Soziologie, Geschichte sind relevant, um eine komplette Ausbildung zu bewerkstelligen. Es gibt ihm zufolge zu viele Ausbildungsbetriebe. Zertifizierungen und Qualitätssiegel sind daher notwendig, um eine angemessene Vergleichbarkeit der Hochschulen zu erreichen.

Prof. Dr. Stephan Weichert (Macromedia-Hochschule, Hamburg) hob die Aspekte Technisierung, Internationalisierung und Ausdifferenzierung als zentrale Aufgaben einer angemessenen Ausbildung hervor. Man ist angehalten, auf die Marktbedürfnisse eingehen, damit es Berufsperspektiven für die Studierenden gibt. Es ist von zentraler Bedeutung, dass die Absolventen „gut unterkommen“. Innovationsförderung ist ebenso relevant, wie anwendungsorientierte Forschung. Er plädiert für Verbundprojekte mit Hochschulen und praxisnahen Projekten.

In Ihrem Schlusswort mit Ausblick stellte Ulrike Kaiser als Sprecherin der Initiative Qualität im Journalismus fest, dass der Unsicherheitsfaktor im Journalismus insgesamt groß ist. Ein häufiger Berufswechsel im Journalismus ist inzwischen nicht mehr die Ausnahme, sondern die Regel. Insgesamt wird crossmediales Arbeiten immer wichtiger.

Die interessante Fachtagung hat deutlich gemacht, dass der Praxisbezug und die Berufsperspektiven inzwischen die zentralen Kriterien für ein Studium darstellen. Ob es dabei eher auf Spezialisten oder Generalisten ankommt, wurde kontrovers diskutiert. Es wurde herausgearbeitet, dass unternehmerisches Denken und Handeln durch eine qualifizierte Ausbildung auch für den Journalistenberuf zentral ist, um erfolgreich am Medienmarkt in ganz unterschiedlichen Bereichen bestehen zu können. Dabei sollte der öffentliche Auftrag der Kontrolle und Kritik ebenso wenig aus den Augen verloren werden, wie die inhaltliche Abgrenzung zur PR.

Referentinnen und Referenten des siebten IQ-Herbstforums

Prof. Dr. Beatrice Dernbach

Dr. Beatrice Dernbach, Jg. 1964, ist seit 1999 Professorin an der Hochschule Bremen und leitet dort das Institut für Wissenschaftskommunikation (InWiKo). Sie studierte in Bamberg Germanistik mit Schwerpunkt Journalistik, volontierte bei der Nürnberger Presse und arbeitete dort als Redakteurin. 1994 wechselte sie in die Wissenschaft als Mitarbeiterin und Assistentin am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft/Journalistik in Bamberg, wo sie 1997 promovierte. Nach ihrem Ruf an die Hochschule Bremen baute sie dort den Internationalen Studiengang für Fachjournalistik auf, den sie bis 2007 leitete. Zudem engagierte sie sich als Prodekanin im Fachbereich Allgemeinwissenschaftliche Grundlagenfächer (2000-2008) und als Studiendekanin der Fakultät Gesellschaftswissenschaft (2008-2010). Seit 2007 begleitet Dr. Dernbach als Bologna-Expertin die Reform der Studiengänge. In der Fachgruppe Journalistik der DGPuK, deren Sprecherin sie von 2008 bis 2012 war, gilt ihr Augenmerk der Journalistenausbildung. Zusammen mit Dr. Wiebke Loosen gab sie 2012 den Sammelband zur „Didaktik der Journalistik“ heraus.

Annette Hillebrand

Annette Hillebrand, Jg. 1953, hat Germanistik und Pädagogik in Tübingen studiert und bei der „Badischen Zeitung“ in Freiburg volontiert. Anschließend arbeitete sie drei Jahre als CvD bei der taz Hamburg und von 1988 bis 2001 als freiberufliche Journalistin, Moderatorin und Dozentin. 2001 übernahm sie die Leitung der Akademie für Publizistik in Hamburg, wo sie vor allem den crossmedialen Bereich ausbaute und Kooperationen mit Medienunternehmen und anderen Bildungseinrichtungen initiierte, wie jüngst das neue berufsbegleitende Masterstudium „Visuelle Publizistik“ gemeinsam mit der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg. Zusammen mit ihrem Team gelang es ihr so, die renommierte Akademie erfolgreich durch wirtschaftlich schwierige Zeiten zu steuern und das Programm zeitgemäß auszubauen. Im Mai dieses Jahres kündigte Annette Hillebrand an, dass sie sich künftig neuen beruflichen Aufgaben widmen und die Akademie verlassen möchte. Sie bleibt allerdings so lange im Amt, bis ihre Nachfolge in Hamburg geregelt ist.

Michael Geffken

Michael Geffken, Jg. 1950, ist seit 2010 Geschäftsführer und Direktor der leipzig school of media. Nach einem Studium von Germanistik und Sport in Münster und Hamburg volontierte Geffken bei der „Schaumburger Zeitung“ und spezialisierte sich später auf den Medienfachjournalismus mit Schwerpunkt Kommunikation und Marketing. Michael Geffken war unter

anderem Chefredakteur von „werben&verkaufen“ (1993-2000), Korrespondent der „WirtschaftsWoche“ in München (2000-2003) und berichtete zeitweise aus den USA. Daneben engagierte er sich in der Journalistenausbildung, unter anderem als Dozent an der Deutschen Journalistenschule. 2006 übernahm er die Leitung der Journalistenfortbildung an der VDZ Zeitschriften Akademie und 2007 parallel dazu die Chefredaktion des VDZ-Magazins „Print&more“, bevor er 2010 nach Leipzig wechselte. Michael Geffken ist Fachbuchautor und Herausgeber vom „Großen Handbuch Werbung“ und vom „Handlexikon Public Affairs“. 2002 wurde er mit dem Deutschen Wirtschaftsfilmpreis ausgezeichnet.

Ulrike Kaiser

Ulrike Kaiser, Jg. 1952, ist freie Medienfachjournalistin, stellvertretende DJV-Bundesvorsitzende und Sprecherin der Initiative Qualität im Journalismus (IQ). Ihr Zeitungsvolontariat absolvierte sie ab 1970 bei der „Rheinischen Post“, wo sie bis 1976 als Redakteurin arbeitete. 1976 bis 1980 Studium der Pädagogik, Psychologie und Soziologie an der Universität Bielefeld, Prädikatsabschluss als Diplompädagogin. Danach war Ulrike Kaiser von 1981 bis 1985 als Bildungs-referentin des Deutschen Instituts für publizistische Bildungsarbeit (Haus Busch) in Hagen tätig, bevor sie zum DJV-Medienmagazin ***journalist*** wechselte, dessen Chefredaktion sie von 1985 bis 2007 innehatte. Ehrenamtliche Tätigkeiten in journalistischen und medienpolitischen Gremien (u.a. DJV-AG Bildung und Qualität, LfM-Medienkommission, Rat für deutsche Rechtschreibung); ausgezeichnet mit dem Bert-Donnepp-Preis – Deutscher Preis für Medienpublizistik 2005 gemeinsam mit Volker Lilienthal für die Aufdeckung des Schleichwerbeskandals um TV-Serien wie „Marienhof“.

Werner Lauff

Werner Lauff, Jg. 1957, ist Unternehmensberater und Publizist mit den Schwerpunkten Medien und Internet. Begleitend zum Studium (Jura und Journalismus) war er von 1980 bis 1984 Wissenschaftlicher Assistent für Medienpolitik im Deutschen Bundestag. Er begann seine Berufslaufbahn 1985 als Abteilungsleiter Elektronische Medien beim BDZV. Von 1987 bis 1992 war Werner Lauff Geschäftsführer des Zeitungsverlegerverbandes Nordrhein-Westfalen, von 1992 bis 1998 Geschäftsführer der Tochtergesellschaften für elektronische Medien der damaligen WAZ Mediengruppe (heute Funke-Gruppe). Von 1998 bis 2002 war er bei Bertelsmann tätig, zunächst als Vice President AOL Europe, danach als Geschäftsführer der Bertelsmann Broadband Group. Werner Lauff engagierte sich ebenfalls in der journalistischen Aus- und Weiterbildung – unter anderem in der Gesellschaft für publizistische Bildungsarbeit (Haus Busch) in Hagen. Heute spezialisiert sich der zu Medienthemen gefragte Moderator als Coach überwiegend auf Reden- und Moderationstrainings.

Jana Lavrov

Jana Lavrov, Jg. 1981, arbeitet als freiberufliche Journalistin und Dozentin in Berlin und Hamburg. Sie studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaft in Berlin mit Abschluss M.A. sowie audio-visuelle Kommunikation an der Universität Cardenal Herrera-CEU Valencia. Ihre journalistischen Erfahrungen sammelte sie als freie Mitarbeiterin u.a. der „Lübecker Nachrichten“ (2005-2007). 2006 wechselte sie in die Öffentlichkeitsarbeit zum Center for Global Politics an der FU Berlin. In der Unternehmenskommunikation der Studio Hamburg GmbH absolvierte Jana Lavrov 2008/2009 ein Volontariat und arbeitete dort bis 2011 als Referentin. Als Junior PR-Managerin und später als Redakteurin war sie bis September 2013 für Hanse Ventures tätig. In der Aus- und Weiterbildung plädiert Jana Lavrov für mehr Unternehmerjournalismus und engagiert sich als Lehrbeauftragte/Dozentin der Uni Hamburg, im Landes- und Bundesfachausschuss Junge Journalistinnen und Journalisten des DJV und als Ansprechpartnerin für das Mentoring-Programm des DJV Hamburg.

Christian Lindner

Christian Lindner, Jg. 1959, ist seit 2004 Chefredakteur der „Rhein-Zeitung“ und setzt in dieser Funktion redaktionell auf die konsequente Kombination von Print und Social Media. Lindner blieb in seiner bisherigen Berufslaufbahn dem regionalen Journalismus treu. Er volontierte von 1979 bis 1981 bei der „Rhein-Zeitung“, die schon damals in Ausbildung investierte und unter ihrem Ausbildungsleiter Horst Schilling ein bundesweit anerkannt systematisches Volontariat anbot. Auch bei den Online-Aktivitäten gehörte die „Rhein-Zeitung“ zu den Pionieren: 1995 startete sie einen Onlinedienst und baute seitdem ihre Onlineredaktion und die Präsenz in den sozialen Netzwerken nicht zuletzt auf Initiative Lindners systematisch aus. Dabei setzt der Verlag inzwischen auf Bezahlmodelle und verzichtet entsprechend auf eine Präsenz bei Google News. Im Jahr 2010 sorgte der als Chefredakteur mit den meisten Twitter-Aktivitäten bundesweit bekannte Lindner mit der Ankündigung in der Branche für Aufsehen, zwei von zehn Volontariaten an Blogger vermitteln zu wollen.

Prof. Dr. Klaus Meier

Dr. Klaus Meier, Jg. 1968, ist seit 2011 Professor für Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Er volontierte 1989 bei der „Frankenpost“ Hof, wo er bis 1991 als Redakteur arbeitete. Danach studierte er in Eichstätt Journalistik und arbeitete als freier Journalist für Print und Rundfunk. 1994 gründete er mit Kollegen eine Agentur für Kommunikation. Um sich dann stärker in die Aus- und Weiterbildung für Journalistinnen und Journalisten zu engagieren, wechselte er 1997 als wissenschaftlicher Mitarbeiter an die Uni Eichstätt und wurde nach seiner preisgekrönten Dissertation über Redaktionsorganisation bei Tageszeitungen 2001 als Professor für Journalistik an die Hochschule Darmstadt berufen. Dort leitete er den Studiengang Online-Journalismus und baute den Studiengang Wissen-

schaftsjournalismus auf. 2009 erhielt er einen Ruf an die TU Dortmund, wo er für den Lehrstuhl „Crossmediale Entwicklungen des Journalismus“ verantwortlich zeichnete. Seine Bindungen an Süddeutschland führten ihn 2011 wieder zurück nach Eichstätt.

Prof. Dr. Ulrich Pätzold

Dr. Ulrich Pätzold, Jg. 1943, ist emeritierter Journalistik-Professor und lehrte 30 Jahre an der Universität Dortmund im Journalistik-Studiengang, dessen Modellphase er mitprägte. Er studierte Publizistik in München und Berlin (1963-1969) und arbeitete als freier Mitarbeiter und später als Redakteur für Presse und Rundfunk (1966-1971). Mit seiner Dissertation „Warum Ausbildung für Journalisten?“ sorgte er Anfang der 1970er Jahre wesentlich dafür, dass die journalistische Ausbildung an Hochschulen verstärkt in den Fokus auch der wissenschaftlichen Debatte und Planung rückte. Ausgangspunkt für diese Bemühungen war die Kritik an der Praxis des Volontariates, das den Ansprüchen an journalistische Ausbildung nicht zu genügen schien. Dr. Pätzold engagierte sich neben seiner Hochschul-Tätigkeit auch in der überbetrieblichen Bildungsarbeit (von 1986 bis 2005 als Vorstandsmitglied, Direktor und Vorsitzender von Haus Busch in Hagen) und in DJV-Bildungsgremien. Heute setzt er sich auf verschiedenen Ebenen für mehr Vielfalt in den Medien ein.

Maximiliane Rüggeberg

Maximiliane Rüggeberg, Jg. 1990, ist seit Oktober 2012 Volontärin beim „Nordbayerischen Kurier“ in Bayreuth. Von 2009 bis 2012 studierte sie an der Ruhr-Universität Bochum Medienwissenschaft und Philosophie und schloss mit dem Bachelor of Arts ab. Bereits vor dem Studium hatte sie durch Praktika in Print- und Hörfunkredaktionen („Westfälische Rundschau“, Antenne Unna) erste journalistische Erfahrungen gesammelt, die sie während und nach dem Studium als freie Mitarbeiterin ausbaute und durch Weiterbildung vertiefte. Dass sie dennoch nur inakzeptable Angebote für (Schein-)Volontariate erhielt, erboste die junge Journalistin so, dass sie ihrem Ärger per Blog Luft machte und damit fachöffentliches Aufsehen erregte (u.a. „Ausbeutungsmaschine Journalismus“ auf Spiegel online). Dieser Mut trug ihr nicht nur viel Resonanz ein, sondern letztlich auch das Volontariat: Joachim Braun, Chefredakteur des „Nordbayerischen Kuriers“, war von der Gradlinigkeit Rüggebergs beeindruckt – und stellte sie ein. Übrigens zu tariflichen Konditionen.

Jörg Sadrozinski

Jörg Sadrozinski, Jg. 1964, leitet seit 2011 die Deutsche Journalisten-Schule in München, an der er auch selbst – in Kombination mit dem Diplom-Journalistik-Studium an der Münchner Uni (1985-1990) – das journalistische Handwerk lernte und als Freier für „Süddeutsche“ und dpa berichtete. Als Nachrichtenredakteur wechselte er 1991 zu „ARD aktuell“ nach Hamburg und wurde Chef vom Dienst bei „Tagesthemen“ und „Nachtmagazin“. Früh beschäftigte Jörg Sadrozinski sich mit der Medienkonvergenz und mit den digitalen Möglichkeiten des Journa-

lismus, die er auch in Aus- und Weiterbildung stärker verankert sehen möchte. 1998 wurde er zum Leiter des ARD-Onlineportals tagesschau.de berufen, das er mit aufgebaut hatte. In dieser Funktion gehörte er ab 2009 zum Chefredakteurskreis von ARD aktuell. Parallel zu seiner journalistischen Arbeit vermittelte der „Alpha-Onliner" (Leif Kramp) sein Wissen an verschiedenen Akademien und Journalistenschulen weiter. Ausgezeichnet wurde Jörg Sadrozinski 2007 mit dem Online-Award für den Tagesschau-Blog.

Prof. Dr. Michael Steinbrecher

Dr. Michael Steinbrecher, Jg. 1965, ist Professor und geschäftsführender Direktor am Institut für Journalistik der Technischen Universität Dortmund. Dort hat er zwischen 1985 und 1992 Journalistik studiert. Im Rahmen des Studiums absolvierte er 1987/1988 ein Volontariat beim ZDF, wo er die Moderation der Sendung „Doppelpunkt" übernahm. Mit 26 Jahren wurde er jüngster Moderator des „Aktuellen Sportstudios", arbeitete für die Sendungen „Frontal" und „37 Grad", produzierte die Interviewreihe „Steinbrecher& …" und moderierte Sportgroßereignisse wie Olympische Spiele und Fußballweltmeisterschaften. Für seine wissenschaftliche Arbeit in Dortmund, die er 2009 nach vorheriger Promotion und mehrjähriger Lehrtätigkeit übernahm, gab Dr. Steinbrecher jüngst seine Sportstudio-Moderation auf. Er lehrt in Dortmund Fernseh- und Crossmedialen Journalismus und ist verantwortlicher Projektleiter des Lernsenders nrwision. Ausgezeichnet wurde er u.a. mit dem Grimme-Preis (1988), dem Jakob-Kaiser-Preis (1989), dem Civis-Preis (1990) und dem Telestar (1992).

Dr. Willi Steul

Dr. Willi Steul, Jg. 1951, ist seit 2009 Intendant des Deutschlandradios. Nach dem Studium der Ethnologie, Philosophie, katholischen Theologie und Geschichte in Oxford, Paris, Frankfurt und Kabul promovierte er in Heidelberg zum Dr. phil. Parallel zum Studium und Feldforschungen in Afghanistan arbeitete er seit 1970 journalistisch für Presse und Rundfunk und absolvierte eine Ausbildung beim Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses (ifp) in München. Nach dem Studium begann er als politischer Redakteur beim SWF Baden-Baden. Es folgten Korrespondententätigkeiten für die ARD in vielen Teilen der Welt; 1991 war Dr. Steul Sonderkorrespondent im Golfkrieg. Seit 1992 hatte Dr. Steul verschiedene Leitungsfunktionen beim SWR/SDR, beim Deutschlandradio und im SWR inne, dessen stellvertretender Intendant er 1998 wurde. Von dort folgte er 2009 auf Gründungsintendant Ernst Elitz beim Deutschlandradio. 2003 Auszeichnung mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande und 2011 mit dem französischen Ordre Nationale de Merit im Rang eines Commandeur.

Prof. Dr. Stephan Weichert

Dr. phil. Stephan Weichert, Jg. 1973, ist Professor für Journalistik am Campus Hamburg der Macromedia Hochschule und leitet den berufsbegleitenden Masterstudiengang „Digital Journalism" (EMAJ) an der Hamburg Media School. Er studierte Soziologie, Journalistik und

Psychologie in Hamburg, war als wissenschaftlicher Mitarbeiter der Uni Hamburg und des Hans-Bredow-Instituts tätig und promovierte 2006. Von 2005 bis 2009 arbeitete Weichert am Berliner Institut für Medien- und Kommunikationspolitik, wo er unter anderem den Forschungsschwerpunkt „Qualitätsjournalismus und Prestige-Presse“ und die Redaktion des „Jahrbuchs Fernsehen“ verantwortete. Als Gründungsmitglied des Vereins für Medien- und Journalismuskritik (VfMJ) hat er das medienkritische Portal vocer.org und jüngst das Vocer Innovation Medialab für Nachwuchsjournalisten mitinitiiert, dessen Gründungsdirektor er ist. Weicherts Interesse als Kommunikationswissenschaftler und Buchautor (u.a. „Wozu noch Journalismus?“) gilt vor allem den Zukunftsfragen des journalistischen Berufs.

Teilnehmerliste
IQ-Herbstforum 2013

Anger	Michael	DJV-Bundesvorstand, Bayreuth
Appelhoff	Mechthild	Landesanstalt für Medien NRW
Beckmann	Sonja	Freie Journalistin, Berlin
Biallas	Jörg	Chefredakteur „Das Parlament“, Berlin
Brinkema	Torben	Freier Journalist, Berlin
Büttgens	Bernd	stv. Chefredakteur Aachener Zeitung
Dernbach	Prof. Dr. Beatrice	DGPuK-Fachgruppe Journalismus
Döhring	Kajo	DJV-Hauptgeschäftsführer, Berlin
Egli von Matt	Sylvia	maz - Die Schweizer Journalistenschule
Engels	Meike	Bildjournalistin, Wustermark
Franke	Volker	Cellische Zeitung
Friedt	Marina	DJV Hamburg
Fritsch	Alexander	Deutsche Welle TV, Berlin
Fuhrmann	Hans-J.	Leiter Kommunikation BDZV, Berlin
Gaisbauer	Sabrina	Bundeszentrale für pol. Bildung, Bonn
Geffken	Michael	Leiter Leipzig School of Media
Goderbauer-Marchner	Prof. Dr. Gabriele	Universität der Bundeswehr, München
Götz	Ursula	Deutsche Welle, Bonn
Große	Prof. Dr. Jens	Fachhochschule d. Mittelstands, Bielefeld
Großkopf	Monika	Akademie d. Bayerischen Presse
Heuser	Hans Ulrich	Vorsitzender DJV Hessen, Wiesbaden
Hillebrand	Annette	Direktorin Akademie für Publizistik, HH
Hummel	Volker	DJV-AG Bildung & Qualität, Kronberg
Ihmels	Teena	Netzwerk Recherche, Berlin
Jahn	Olaf	Berliner Journalisten-Schule
Kaiser	Ulrike	Sprecherin Initiative Qualität
Kirst	Reiner F.	Initiative Tageszeitung e. V., Bielefeld
Kolbe	Prof. Dr. Peter	Freier Journalist, Berlin
Kraass	Karl-Heinz	Freier Journalist, Jena
Kremer	Edda	Deutscher Presserat, Berlin
Krüer-Bürgermann	Otfried	AG Mentoring, DJV Hamburg
Kurp	Dr. Matthias	Freier Journalist, Remscheid
Lauff	Werner	Publizist und Medienberater, Düsseldorf
Lavrov	Jana	Freie Journalistin, Berlin
Lehnert	Sonja	Presse- u. ÖA, DJV Hessen, Wiesbaden
Lindner	Christian	Chefredakteur Rhein-Zeitung, Koblenz
Lungmus	Monika	*journalist*. Das Medienmagazin, Bonn
Maercks-Franzen	Ulrike	dju in ver.di, Berlin
Meier	Prof. Dr. Klaus	Kath. Universität Eichstätt-Ingolstadt

Mellino	Monica	SWR, Mainz
Meyer	Lily	Chefred. Radio mephisto 97.6, Leipzig
Miller	Anja	Ausbildungsredaktion BR, München
Osang	Dr. Helmut	Leiter Journ.ausbildung. DW-Akademie
Osthues	Angelika	Fotodesignerin, Münster
Pätzold	Prof. Dr. Ulrich	ehem. TU Dortmund, Berlin
Plote	Dr. Michael	Freier Journalist, Erfurt
Probst	Herbert	Freier Journalist, Berlin
Prostka	Jörg	AVU AG, Gevelsberg
Rörig	Dr. Horst	HS Bonn-Rhein-Sieg, Sankt Augustin
Rudolph	Marie-S.	Chefred. Radio mephisto 97.6, Leipzig
Rüggeberg	Maximiliane	Nordbayerischer Kurier, Bayreuth
Sadrozinski	Jörg	Deutsche Journalistenschule, München
Schäfers	Burkhard	Institut zur Förderung publ. Nachwuchses
Schicha	Dr. Christian	Mediadesign Hochschule, Düsseldorf
Schiller	Johannes	Programmdirektion Radio mephisto 97.6
Schott	Dr. Hendrik	Naspers Media Ltd., Berlin
Schulte	Michael	Deutschlandradio Berlin
Schümchen	Prof. Dr. Andreas	Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
Schwanenberg	Jennifer	Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
Seuser	Katharina	Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
Siegert	Wolf	Freier Journalist, Berlin
Siekmeier	Friedrich	Landesgeschäftsführer dju, Hannover
Steinbrecher	Prof. Dr. Michael	Institut für Journalistik der TU Dortmund
Steinhau	Henry	Freier Journalist, Berlin
Steul	Dr. Willi	Intendant Deutschlandradio, Berlin
Stoppacher	Timo	Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
Stracke-Neumann	Dr. Susanne	AG Junge der dju, Berlin
Streitbörger	Dr. Wolfgang	Freier Journalist, Bielefeld
Tiefenthal	Oscar	Leiter Ev. Journalistenschule, Berlin
Vassiliou-Enz	Konstantina	Neue deutsche Medienmacher, Berlin
Wagner	Anna Maria	DJV-Community Management, Berlin
Weichert	Prof. Dr. Stephan	Macromedia University/HMS, Hamburg
Wenk	Karin	Redaktion „Menschen machen Medien"
Werner	Eva	DJV-Bildungsreferentin, Berlin
Weyand	Arno H.	Deutscher Presserat, Berlin
Widlok	Dr. Peter	Landesanstalt für Medien NRW
Zörner	Hendrik	Pressesprecher DJV, Berlin
Zurstraßen	Dieter	Fachausschuss Presse- und ÖA, Berlin