

Bedingt bereit für den Aufbruch

Eine Studie untersucht, wie Redakteurinnen und Redakteure die gegenwärtigen Herausforderungen im Journalismus sehen und wie sie die Zukunft einschätzen.

VON BIRGER SCHÜTZ

Stellenabbau in den Redaktionen, sinkende Auflagenzahlen und die wachsende Konkurrenz aus dem Internet – die Nachrichten aus der Zeitungsbranche sind beunruhigend, inzwischen aber auch schon Gemeinplätze. Auch in der Wissenschaft ist der digitale Wandel längst ein Dauerthema. Keine Studie kommt heute ohne einen Hinweis auf die Veränderungen in der Pressebranche aus.

Doch wie sieht die Stimmung unter den Redakteuren aus? Sehen die Zeitungsmacher die Umbruchsphase als Chance oder als Bedrohung für ihren Beruf? Sind die Redakteure offen für Innovationen? Was denken sie über die Rolle des Journalismus in der Zukunft?

Bisher lagen zu diesen Fragen kaum wissenschaftlich erhobene Informationen vor. Drei alte Bekannte aus der Medienbranche haben sich nun aufgemacht, diese Leerstelle zu füllen. Stephan Weichert, Professor für Journalistik an der Macromedia Hochschule in Hamburg, der Kommunikationswissenschaftler Leif Kramp von der Universität Bremen und Martin Welker, Vertretungsprofessor für Medienwissenschaft an der Universität Braunschweig, haben dafür eine Repräsentativbefragung unter 130 Zeitungsredaktionen durchgeführt. Sie interessierte, wie die Arbeit von Redakteuren in Zeiten der Krise aussieht.

Wird also der Journalismus in Zukunft noch relevant sein? Ja und nein meinen die Befragten. So glaubt die Mehrheit der Redakteure, dass die Bedeutung journalistischer Arbeit in naher Zukunft eher noch zunehmen wird. Gleichzeitig gilt aber der Niedergang der Tageszeitung in vielen Redaktionen als ausgemachtes Szenario. Als Grund für diese Befürchtung machen die Autoren die Konkurrenz von nicht ausgebildeten Journalisten im Internet aus. Zwar beurteilt das Gros der Redakteure die publizistischen Aktivitäten von Bloggern und Bürgerjournalisten nicht als Bedrohung des klassischen Journalismus. Aber unter denen, die die Tageszeitung in der Krise sehen, wird die Konkurrenz überaus kritisch gesehen.

Und wie sieht die Bereitschaft aus, sich auf multimediales Erzählen einzulassen? Ist man bereit, neue Arbeitsweisen auszuprobieren? Ja, meinen die Autoren, vor allem die Jüngeren wollen das. Gemeinsam ist allen Befragten die hohe Wertschätzung von sozialen Netzwerken für die redaktionelle Arbeit. Auch Datenjournalismus wird als wichtig erachtet. Blogs und Podcasts spielen überraschenderweise eine untergeordnete Rolle.

Für eine weitere Einbeziehung der Leser in die redaktionelle Arbeit sprechen sich kaum Befragte aus. Die Autoren vermuten die oft jahrzehntelange Distanz zum Leser als Grund. Wie man sieht, bietet die Studie auch gehörigen Anlass, das eigene journalistische Selbstverständnis zu hinterfragen.



STUDIE

Stephan Weichert, Leif Kramp, Martin Welker:
Die Zeitungsmacher – Aufbruch in die digitale Moderne.
 Springer VS, Wiesbaden 2015.
 239 Seiten, 34,99 Euro.
 ISBN 978-3-658-02104-7

SEMINARE Weiterbildungsangebote für Journalisten

Vereinsberichterstattung

24. und 25. Februar 2015, Hannover, ABZV, 260 Euro inkl. Übernachtung, Verpflegung
 In diesem Seminar beschäftigen Sie sich mit einer modernen Vereinsberichterstattung: Welche Konzepte und Trends gibt es, was sagt die Medienforschung? Was heißt Qualität im Lokalen – bei chronischer Personalknappheit? Wird der klassische Vereinsbericht unter dem Einfluss hyperlokaler Websites überflüssig? Wie finden Sie neue Themen im scheinbar Gleichen? Eine kluge Vereinsberichterstattung bindet Leser, schafft Raum für frische Themen und tiefe Recherche – und kann Spaß machen. Referent: Christian Sauer.
www.tinyurl.com/ogvnxdr

Blattmacher 4.0

11. und 12. März oder 15. und 16. Juni 2015, Berliner Journalistenschule (BJS), 390 Euro
 Es wird der Komplexität der Leserbedürfnisse nicht gerecht, dieselben Inhalte in geringer Varianz oder sogar weitgehend gleich gestaltet online, auf mobilen Geräten und auf Papier zu präsentieren. Doch wie setzt man die neuen Anforderungen um, ohne die Kosten maßlos zu erhöhen und die Redaktion zu überfordern? Wie kann man Gratis- und Bezahlinhalte differenzieren? Welches sind die Anforderungen, und wie schule ich mein Personal? Dieses Seminar gibt Antworten und Anregungen. Dozent: Joachim Widmann.
www.tinyurl.com/cv4sh2w

LESER-TELEFON

Haben Sie noch Fragen zum Angebot der *drehscheibe*? Rufen Sie uns an:
030-695 665 24



Sascha Lübke ist Redakteur der *drehscheibe*.