

# Der Journalist der Zukunft: ein Alleskönner

## Bisher umfangreichste Online-Befragung unter Deutschlands Journalisten

Von Benjamin Bigl und Sebastian Sattler, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Die Aufgabe des Journalismus, Kritik und Kontrolle zu üben, verliert an Bedeutung. Wichtiger wird es, eine Rundum-Orientierung sowie Lebenshilfe und Nutzwert zu geben: So sehen Deutschlands Journalisten ihre berufliche Zukunft – oder genauer: Dies sind Antworten auf die Frage, wie sich der Journalistenberuf in den nächsten zehn Jahren verändern wird. Und hier noch eine andere bemerkenswerte Antwort: Der Beruf, früher eine unumstrittene Domäne der Männer, wird bald dominant „weiblich“ werden. Dies jedenfalls glaubt die über-

wiegende Mehrheit der männlichen Journalisten. Die Antworten entstammen der umfangreichsten Online-Befragung, die je unter deutschen Journalisten über ihren Beruf durchgeführt wurde. Sie gehört zum Projekt „Zukunft des Journalismus“, das am Lehrstuhl Journalistik unter der Leitung von Prof. Dr. Michael Haller durchgeführt wird.

### Dramatischer Funktionswandel

In der neuen Ära der Mediengesellschaft mit ihren zahllosen Kommunikationskanälen arbeiten viele Journalisten für verschiedene Medien mit unterschiedlichen Aufgaben und Funktionen. Hinzu kommt ein „schleichender“ Funktionswandel des

Journalismus, der das Berufsbild nachhaltig verändert.

Vor diesem Hintergrund interessierte die Forscher vor allem Eines: Wie nehmen die Journalisten diese Veränderungen wahr? Welche Folgerungen ziehen sie daraus für ihre künftigen Tätigkeitsfelder? Es versteht sich, dass diese – auf einen Zeithorizont von zehn Jahren angelegte – Erhebung wichtige Informationen für die Journalistenausbildung erzeugt. Sie sollte unter anderem ermitteln, welchen Herausforderungen sich die Journalisten von Morgen stellen müssen.

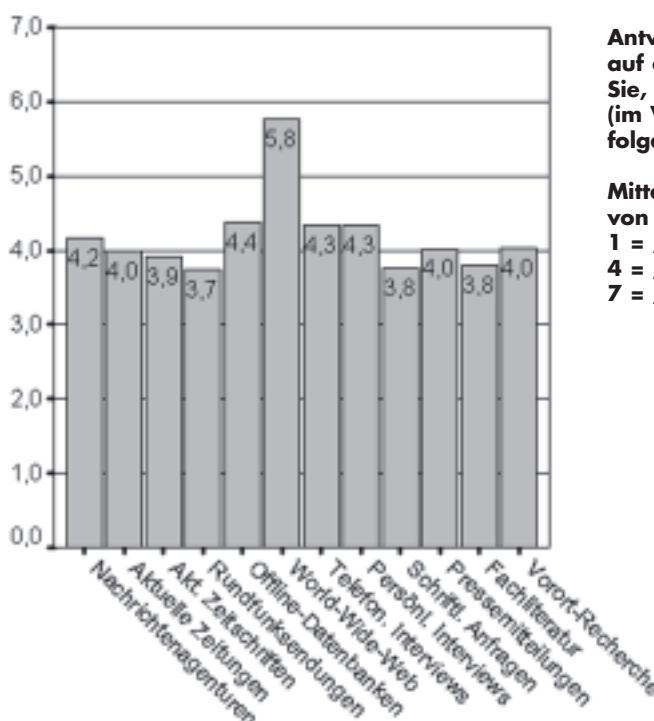
Die Idee, die „Zukunft des Journalismus“ wissenschaftlich auszuleuchten, ist nicht neu. Bereits Anfang der 1990er Jahre hat eine Münsteraner Forschergruppe um Professor Dr. Siegfried Weischenberg in einer so genannten Delphi-Studie Entscheider in

#### Die Befragten

Zwei Drittel der Befragten sind Männer, ein Drittel Frauen – möglicherweise liegt dies am Online-Design und einer größeren Computer-Affinität bei Männern. Denn die Schätzungen des Deutschen Journalistenverbandes gehen von 50% journalistisch tätigen Frauen aus.

Etwa 80% der Befragten stammen aus den alten Bundesländern, 20% aus den neuen. Von letzteren arbeitet etwa ein Viertel im Westen, anders herum arbeiten 10% der „Westler“ im Osten. Die Mehrheit (70%) ist gewerkschaftlich organisiert. Im Durchschnitt arbeiten die Befragten seit rund dreizehneinhalb Jahren hauptberuflich als Journalist; der überwiegende Teil ist im Printbereich tätig. Knapp jeder Zweite (60%) ist fest angestellt, jeder Dritte (34%) ist freiberuflich oder als Pauschalist (6%) tätig.

Journalismus ist heute ein Akademikerberuf: Über zwei Drittel aller Befragten verfügen über einen Hochschulabschluss. Und: Journalisten sind fleißig: Der allgemeine Durchschnitt liegt bei 8,5 Arbeitsstunden pro Werktag.



**Antworten von Journalisten auf die Frage „Was vermuten Sie, wie werden Sie zukünftig (im Vergleich zu heute) folgende Quellen nutzen?“**

**Mittelwerte auf einer Skala von 1 = „viel seltener“ über 4 = „bleibt gleich“ bis 7 = „viel öfter“**



**Alles können, alles zugleich: Der Journalist der Zukunft muss mit viel Technik umgehen können – und braucht wohl vier Hände. Foto: Dietmar Fischer**

den Medienredaktionen nach deren Sicht befragt. Einflüsse durch das Internet oder die Digitalisierung konnten damals – die Studie war 1989 im Feld – noch nicht berücksichtigt werden. Auch die Wiedervereinigung der beiden deutschen Staaten war noch nicht abzusehen. Seither hat sich die Medienlandschaft in Deutschland radikal verändert. So entwickelte Prof. Haller 2002 das Konzept für eine (methodisch allerdings differenzierte) Follow-Up-Studie. Diese sollte aus der Münsteraner Studie so viele Items wie möglich übernehmen, um Vergleiche zu ziehen, zudem aber auch zeitaktuelle Fragen und Aspekte einbringen.

Im Sommersemester 2003 startete unter Prof. Hallers Leitung das Projektseminar Delphi I. Der zweistufig angelegten Delphibefragung von 60 leitenden Redakteuren aller Mediengattungen wurden Interviews mit 40 Experten vorgeschaltet. Deren Außensicht auf die Rahmenbedingungen journalistischer Medienproduktion floss in den Fragekanon ein. Im Laufe der folgenden drei Semester führten insgesamt 32 Studierende in zwei Wellen aufwändige, leitfadengestützte Interviews durch. Der Zeithorizont für Prognose-Aussagen wurde auf die nächsten fünf bis zehn Jahre gelegt.

Zeitgleich mit der ersten Erhebungswelle entwickelten mehrere Studierende die Idee, in einer zusätzlichen Online-Befragung wichtige Fragen des Leitfadens von möglichst vielen Journalisten in Deutschland beantworten zu lassen. Doch wer

eigentlich ist Journalist? Genügt es, Presetexte zu fabrizieren oder Radiomusik zu moderieren, um als Journalist zu gelten? Und was ist mit jenen, die im Journalismus arbeitslos geworden, aber noch immer „in den Medien“ tätig sind? Verschiedene Abklärungen und Berufsfeldanalysen ergaben: Als Journalist gilt, wer a) mindestens zwei Stunden pro Werktag entgeltlich als Journalist arbeitet und b) dies für ein journalistisches Produkt unter redaktioneller Verantwortung tut.

Verschiedenen Erhebungen zufolge gibt es in Deutschland zwischen 63 000 und 90 000 Journalisten. Freilich existiert kein Verzeichnis dieser Personen. Daher wurden in einem aufwändigen Verfahren, auch mit Hilfe der drei größten Berufsverbände und zwei der größten kommerziellen Datenbankanbieter die E-Mailadressen möglichst aller Berufsjournalisten erschlossen. Allein über das Universitätsrechenzentrum konnten im Mai dieses Jahres rund 17 000, vermittelt der Berufsverbände weitere rund 40 000 Mails verschickt werden.

Mit diesen Mails wurden die Empfänger auf die Erhebung hingewiesen und darum gebeten, mit Hilfe eines Links den Fragebogen aufzurufen und zu beantworten. Obwohl sich zeigte, dass sehr viele der Mailadressen ungültig oder die Empfänger un erreichbar waren, war die Reaktion überwältigend – was gewiss auch dem von Manuela Vieth (Utrecht) sehr professionell programmierten und von den Seminaristen sehr sorgfältig durchgetesteten Fragebogen geschuldet ist. Innerhalb weniger Wochen

## Journalismus im Übergang

Derzeit durchläuft der Journalismus einen Berufswandel, dessen Radikalität an die Zeit gegen Ende des 19. Jahrhunderts erinnert, als sich zeitgleich die Industrie- und Nationalstaaten mit ihrem institutionellen Charakter ausformten. Wie damals, so wird auch heute der aktuelle Wandel vordergründig mit neuen Medientechnologien und der Ökonomisierung der Gesellschaft begründet, die sich darin zeigen, dass die auf Gemeinwohl gerichteten Werte jene des Marktes weichen; als Kulturleistung darf nur mehr gelten, was einen Mehrwert erbringt. Hintergründig gesehen ist dieser Wandel nur ein – wenn auch sehr spektakulärer – Indikator für einen Transformationsprozess, der unsere gesamte politische Kultur erfasst hat. Er führt weg vom Institutionendenken der Staatsgesellschaft und hin zu einem auf Selbstregulation gerichteten, vernetzten Denken im Horizont der Zivilgesellschaft.

Die mit dieser Transformation verbundene Desorientierung zeigt sich allort. Derzeit prägt sie vor allem das Beziehungsgefüge aus Politik und Medien, die beide zustimmungsbedürftig und darin aufeinander angewiesen sind. In ihrer Bezogenheit werden Politik und Journalismus zu Dramaturgien, dazu da, den je anderen für seine Zwecke öffentlich zu inszenieren.

Diese Desorientierung spiegelt sich im Krisengefühl sehr vieler Journalisten, die mit der alten, demokratietheoretisch aufgeladenen „öffentlichen Aufgabe“ nicht mehr umzugehen wissen und nun nach einer zivilgesellschaftlichen Legitimation suchen (und diese oftmals mit Populismus verwechseln).

Das Projekt „Zukunft des Journalismus“ hat diesen Vordergrund durchleuchtet, um die hintergründigen Prozesse augenscheinlich zu machen – und um Antworten zu finden auf zwei einfache und zugleich höchst schwierige Fragen: Welche gesellschaftlichen Funktionen soll, welche kann der Journalismus in den nächsten zehn Jahren erfüllen? Und: Welche konkreten Folgerungen sind daraus für die Journalistenausbildung – zumal für die universitätsgebundene – zu ziehen?

Mir scheint, wir seien mit unserem Projekt – nicht zuletzt dank des engagierten und sachkompetenten Engagements vieler Journalistik-Studierender – auf der Suche nach den Antworten einen Riesenschritt weitergekommen.

*Prof. Dr. Michael Haller*

nutzten rund 8000 Journalisten den Link, davon 2000 noch am ersten Tag. Mehr als 5000 Journalisten gaben Antworten; und immerhin 3743 beantworteten alle 160 Fragen.

Eine erste Auswertung macht deutlich, dass sich die Journalisten vor allem den technischen Neuerungen werden stellen müssen. Ist der Laptop heute schon selbstverständlich, so werden in naher Zukunft ausgefeilte Kenntnisse erforderlich sein für den Umgang mit Redaktionssystemen, aber auch mit Internet- und Datenbankrecherche. Drei von vier Journalisten sind überzeugt, dass in Kürze das World Wide Web das wichtigste Rechercheinstrument werde (vgl. Grafik auf S. 10).

Freilich sehen die Befragten im neuen Medium auch allerhand Gefahren: Vor allem die Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung schwinde. Die aktuelle Diskussion um Schleichwerbung und Product Placement scheint diese Befürchtungen zu bestätigen. Die meisten Befragten prognostizieren auch eine verstärkte Abhängigkeit von Werbefinanzierung – und sehen darin einen wachsenden negativen Einfluss auf die Inhalte.

Übereinstimmend sagen auch die meisten Befragten, dass die handwerklichen Fertigkeiten wichtiger werden. Genügte früher meist die klassische „Schreibe“, um die Leser erfolgreich anzusprechen, werden immer breiter gefächerte Vermittlungskompetenzen erforderlich. Bereits heute sind über zehn Prozent der Journalisten gezwungen, ihre Produkte für verschiedene Mediengattungen aufzubereiten – mit steigender Tendenz. Mehr Knowhow wird aber auch erforderlich sein, um sich im zunehmend dichteren Informationsdschungel zu rechtzufinden; viele Journalisten meinen, dass sie es vermehrt mit unzuverlässigen und einseitigen Informationen zu tun haben. Auch werde das Einordnen und Gewichten von Informationen schwieriger und zugleich wichtiger werden.

### Eier legende Wollmilchsau?

Zu dieser Perspektive passt die Meinung jedes zweiten Journalisten, dass die Recherche aus Zeitmangel oberflächlicher werde. Nur jeder Fünfte glaubt, dass man in Zukunft gründlicher recherchieren wird als heute. Mit dieser Einschätzung verbindet sich die Sorge, dass auch die inhaltlichen Fehler zunehmen, während die sprachliche Aufbereitung (noch) schlechter werde.

Diese Prognosen bedeuten keineswegs das Ende des klassischen Journalismus, sie verkünden vielmehr eine Schwerpunktverschiebung: Der Journalist von Morgen werde zunehmend zum Dienstleister, der seinem Publikum mehr Nutzwert, mehr Orientierung und auch mehr Unterhaltung verschaffen müsse – ein Trend zur „Eier legenden Wollmilchsau“.

In der von Prof. Haller geplanten Buchpublikation werden die Ergebnisse von Delphi I und II zusammenfließen und wertvolle Erkenntnisse für die Entwicklung des Berufs des Journalisten und der hochschulgebundenen Ausbildung bringen.

Weitere Informationen im Internet:  
[www.uni-leipzig.de/~zdi](http://www.uni-leipzig.de/~zdi)

## Michael Haller über die Studie und die Studierenden „Professionell durchgezogen“

**Herr Professor Haller, die Wiener Zeitung „Die Presse“ titelte im vergangenen Jahr „Blogger – die Zukunft des Journalismus“. Vermutlich ein Teil der Wahrheit?**

Eher nicht. Immer dann, wenn sich die Medien in einem Transformationsprozess befinden, in aller Regel bedingt durch technische Innovationen wie zuletzt das Internet, gibt es eine basisdemokratische Tendenz zu einer Form, die man Bürgermedium nennen könnte. Jedes Mal heißt es: Jetzt bekommen wir eine diskursive Gesellschaft, die ohne die journalistischen Medien auskommt. Aber dem ist nicht so.

**Wie sieht sie denn laut Ihrer Studie aus, die Zukunft?**

Die Studie erfasst Einschätzungen über Trends, die Zukunft selbst kann man ja nicht untersuchen. Aber die von uns befragten Experten und Journalisten sehen die technischen Änderungen und den verschärften ökonomischen Druck als prägende Größen. Insbesondere wird von vielen Befragten auf neue crossmediale Produktionsmuster hingewiesen. Zwischen Print und Online werden sich wohl die Grenzen zunehmend verwischen.

**Inzwischen schickt sogar der MDR Videoreporter los, also Redakteure, die zugleich die Kamera bedienen. Ist in Zukunft die Eier legende Wollmilchsau gefragt?**

Natürlich ist durch den großen Druck, die Produktionskosten zu senken, eine Tendenz entstanden, dass man solche Eier legende Wollmilchsäue wünscht, die wenn möglich auch noch Honig geben. Es gibt aber auch einen Gegentrend bei den Medien, die eine Zielgruppe ansprechen, die sich zu den besser Ausgebildeten rechnet.



Hier werden vermehrt Sach- und Fachkompetenzen gefragt in Verbindung mit hoher Vermittlungskompetenz.

**Bei Ihrer Studie handelt es sich sozusagen um die zweite „Zukunft des Journalismus“. Es gab 1993 eine erste Studie zu diesem Thema. Haben sich die damaligen Einschätzungen bewahrheitet?**

Dass das Internet eine so herausgehobene Rolle spielen würde, war damals nicht absehbar. Aber Einiges hat sich bestätigt. Es wurde beispielsweise gesagt, dass es eine sehr starke Ausdifferenzierung geben wird, dass also insbesondere im Zeitschriftenmarkt sich der Wettbewerb verschärfen und eine weitere Pluralisierung der Titel herbeiführen und damit die Kuchenstücke für einzelne Unternehmen immer kleiner ausfallen werden. Auch die verschärfte Kommerzialisierung ist im Prinzip vorausgesagt worden.

**An der neuen Studie haben Studierende mitgewirkt. Wie hoch war ihr Anteil?**

Sehr hoch. Das ist das eigentlich Begeisterte an dem ganzen Projekt. Als ich es im Sommersemester 2002 in einem Projektseminar vorgeschlagen habe, waren die Studierenden gleich sehr interessiert und haben sich in die Methodologie gestürzt. Wir haben das Delphi-System dann über die Semester weitergezogen, auch methodische Verbesserungen entwickelt. Später hatten die Studierenden die Idee, zusätzlich zu den Interviews eine Internet-Befragung zu machen. Da war ich zunächst sehr skeptisch. Aber die haben das professionell durchgezogen – und die Befragung verlief überraschend erfolgreich. So verfügen wir über erstklassige Daten.

*Interview: Carsten Heckmann*