

Was mit Medien

Journalist werden – noch immer ein Traumberuf. Doch die Branche ist im Umbruch. Eine Karriere macht das nicht leichter.

Von Deike Uhtenwoldt

Online-Magazine, soziale Medien, Blogger, Youtuber und Instagram-Influencer – das gab es alles schon, und Facebook war geradezu ein alter Hut, als Clara Westhoff beschloss, ihre Zukunft im Printjournalismus, am liebsten im Politikressort, zu suchen. Das war im Jahr 2015: Westhoff war da gerade auf der Zielgerade zum Abitur und eine von diesen „Handyabhängigen“, wie sie selbst sagt. Aber zugleich und bis zuletzt auch Chefredakteurin der Schülerzeitung ihres Hamburger Gymnasiums: „Ich finde, es gibt nichts Geileres, als ein Magazin in die Hand zu nehmen, aufzuschlagen und darin seinen eigenen Text zu finden. Das bleibt und ist für mich viel aufregender als eine Online-Veröffentlichung“, sagt Westhoff.

Im Netz findet man den Namen der heute 22 Jahre alten angehenden Journalistin im Impressum des Inneneinrichtungs-Magazins „AD Architectural Digest“. Genauer in der „Redaktion ad-magazin.de“. Was auch bedeutet, dass die junge Frau noch nicht am Ziel ihrer Träume angekommen ist. „Ich bin jetzt tatsächlich in der Online-Redaktion gelandet, aber ich versuche daran zu arbeiten, dass nicht das eine gegen das andere ausgespielt wird.“ Hinter ihrem Namen steht in Klammern die Funktionsbezeichnung „Trainee“. Das sei aber wie ein Volontariat, „eine redaktionelle Ausbildung“, betont Westhoff.

Trainee und Volontariat sind nicht dasselbe, sagt dagegen der Medienjournalist Günther Bähr. „Ein Volontariat ist in Deutschland von den Verlegerverbänden geregelt, in der Regel auf zwei Jahre angelegt und führt zu der Berufsbezeichnung Redakteur.“ So wie Westhoff wollte Bähr nach dem Abitur so schnell wie möglich in den Printjournalismus einsteigen und volonteerte mit 18 Jahren in der Redaktion des Flensburger Tageblatts. Der entscheidende Unterschied: Das war vor mehr als 50 Jahren. „Das würde es heute nicht mehr geben“, sagt Bähr. Nicht nur, weil der Beruf akademisiert wurde und so mancher angehende Volontär eine Dreifachqualifikation aus Studium, freier Mitarbeit und Journalistenschule vorweisen muss, sondern auch, weil sich die Medienlandschaft stark verändert hat.

Als Günther Bähr in den siebziger Jahren in die Medienwelt einstieg, war das eine Branche auf Expansionskurs. „Die Hörzu war eine Gelldruckmaschine, der Stern beschäftigte 22 Fotografen, und der Bauer-Verlag kaufte in nur einer Nacht 69 Zeitschriften“, erinnert sich Bähr an die „Hoch-Zeit der Illustrierten“. Sie ist vorbei. Heute findet man viel Klatsch, Promis und Lifestyle online, nur eben gratis: „Alles umsonst ins Netz zu stellen war der Kardinalfehler. Diesen Geist kann man nicht in die Flasche zurückholen“, gibt sich Bähr pessimistisch und empfiehlt ein Jura-studium oder eine abgeschlossene Berufsausbildung, in jedem Fall Fachwissen und ein guttrainiertes Gedächtnis als Grundla-

ge für den Beruf. Nicht nur auf den Journalismus festgelegt zu sein, ist aus Sicht des 74 Jahre alten Fachmanns auch eine Art Zukunftssicherung: „Wenn es mal eng wird.“

Tatsächlich steckt die Branche im Umbruch; den digitalen Wandel spüren auch die größten Arbeitgeber, die Tageszeitungen deutlich. Soll und darf man überhaupt noch für den Beruf ausbilden, wenn sich doch die Aufmerksamkeit immer stärker ins Digitale verlagert? Man muss, sagt der frühere Journalist und heutige Ausbilder Volker Lilienthal, denn es gehe um die journalistische Kernleistung, wie Kontrolle der Mächtigen und Aufklärung der Gesellschaft. „Mir ist es wichtig, die Leute dafür zu sensibilisieren, dass sie ein Wächteramt für die Demokratie wahrnehmen.“

Und wer bezahlt später Ihr Gehalt?

Lilienthal zählte mit zu den ersten Absolventen des Diplomstudiengangs Journalistik an der Universität Dortmund. Heute ist er Professor für „Praxis des Qualitätsjournalismus“ an der Universität Hamburg: „Wer gesellschaftliche Prozesse besser verstehen kann, wird auch seine Berufsrolle als Journalist besser wahrnehmen.“ Die 32 Masterstudierenden, die in Hamburg jedes Jahr ausgebildet werden, bringen dafür ein sozialwissenschaftliches Grundlagenstudium und erste Praxiserfahrungen mit. Sie sind zu 70 Prozent weiblich und wollen für den Journalismus von morgen ausgebildet werden. Multimediales Storytelling, Podcasts und Webvideos stünden dabei hoch im Kurs, sagt Lilienthal: „Die Studierenden sind eher auf visuelle, webgeignete Formate orientiert als auf Print.“

Was sie in Lilienthals Seminaren aber auch lernen müssen: Zwischen Nachricht und Kommentar zu unterscheiden, den Konjunktiv zu benutzen und ihn richtig zu bilden. „Bei aller Digitalität bleibt der sprachliche Ausdruck als Reflex genau-

Denkens überaus wichtig“, sagt Lilienthal und fügt hinzu: „Die Studierenden heute wischen über die Webseiten, dabei müssten sie intensiv Texte lesen.“ Die meisten bezögen Informationen aus frei verfügbaren Quellen, nur die wenigsten seien Abonnenten. „Und wer bezahlt später Ihr Gehalt?“ Auf diese Frage erhält der Professor „eher diffuse“ Vorstellungen von Werbeeinnahmen und muss dann deutlich machen, dass diese zu ziemlich großen Teilen bei Internetgiganten wie Facebook, Google oder Amazon landen.

Motivieren für einen zunehmend schwierigen Beruf und gleichzeitig die Schwierigkeiten im Medienbusiness thematisieren: Für Volker Lilienthal ist das wie ein „Ritt auf der Rasierklinge“. Aber dadurch erkenne der Nachwuchs, dass er sich spezialisieren und qualifizieren müsse. „Das ist das Schicksal der heutigen Generation: Die jungen Leute müssen drei Ausbildungen durchlaufen, Bachelor, Master und möglichst noch ein Volontariat.“

Viel lernen, damit kann Clara Westhoff etwas anfangen: „Ich habe das Gefühl, noch nicht ausgelern zu haben.“ Die Frage ist nur, wie die junge Frau ihre Weiterqualifizierung bezahlen soll. Für ihr Journalistik-Studium an einer privaten Hochschule in Berlin hat sie schon tief in die Tasche gegriffen, auch wenn sie darüber nicht so gerne spricht: „Wenn ich erzähle, dass ich an einer Privathochschule studiert habe und trotz Stipendium dafür einen Kredit aufnehmen musste, entsteht schnell der Eindruck, ich hätte mir den Abschluss gekauft.“

Dabei kann man sich im Journalismus so schnell nichts kaufen: Als Westhoff sich parallel zu ihrer Bachelorarbeit bei der Henri-Nannen-Journalistenschule bewarb, war sie eine unter tausend, für das Volontariat bei der „Süddeutschen Zeitung“ hatte sie 400 Mitbewerber – und bekam in beiden Fällen eine Absage. Dabei hatte sie durch ihr Studium schon eine viel-

seitige Ausbildung für Multimedia mitgebracht – inklusive Sprechtraining mit Schwerpunkt Radio und Kamera- und Schnitttechnik – sowie Print- und Online-Praktika durchlaufen: „Allein die Kontakte, die ich darüber bekommen habe, sind unbezahlbar“, sagt Westhoff selbstbewusst. Dennoch werde dem Nachwuchs der Einstieg in den Beruf einfach zu schwer gemacht – mit teuren privaten Studiengängen, elitären Journalistenschulen und „Urgesteinen“ in Redaktionen, die nicht bereit seien, für junge Leute Platz zu machen, so sieht es die junge Frau. „Und das alles für einen Job, der am Ende des Tages weder gut bezahlt ist noch den besten Ruf genießt!“ In der Tat ist das Berufsbild des Journalismus ein zerrissenes: Ei-

nerseits Beschimpfungen als Lügenpresse, andererseits investigative Recherchekoperationen, der Begriff des Qualitätsjournalismus und junge Leute, die den Beruf nach wie vor als Traumjob sehen. Hier Stellenabbau und schwierige Produktionsbedingungen, dort von Medienunternehmen, Verbänden oder Kirchen getragene Journalistenschulen sowie eine schier unübersichtliche Zahl an öffentlichen oder privaten Studiengängen.

Schlechte Work-Life-Balance

Volker Lilienthal spricht von einem Überangebot, besonders an Fachhochschulen. „Dem Nachwuchs wird eine glorreiche Zukunft versprochen, die sich dann häufig

Schipperrn in eine ungewisse Zukunft:
Angehende Journalisten müssen mit Unsicherheit rechnen.

Foto Marina Pepaj

gar nicht einstellt.“ Etwa im „Digital Storytelling“: Aufwendig produzierte Texte, Grafiken, Videos und Podcasts werden verbunden – und nur wenig abgerufen: „Es ist auch viel modisches Geklingel in der Szene, das in Wahrheit vom Publikum gar nicht so stark nachgefragt wird.“

Weniger nachgefragt ist inzwischen auch der Beruf selbst, wobei von einem Mangelberuf noch keine Rede sein kann: 127 qualifizierte Bewerbungen hat etwa die Universität Hamburg in diesem Jahr auf die 32 Studienplätze erhalten. 2015 waren es aber noch 70 Bewerbungen mehr. „Das spricht für den Realitätssinn der jungen Leute“, findet Lilienthal. Von der Bezahlung über soziale Sicherheit bis zum Image sende der Beruf zu wenige positive Signale aus. Dazu kommt noch eine Arbeitsbelastung, die durch die Digitalisierung gestiegen ist. „Journalisten arbeiten zu jeder Minute, jeden Tag: Work-Life-Balance wurde für ihren Beruf nicht erfunden“, sagt Bähr – und schafft es trotzdem noch eine Lanze für den Beruf zu brechen: Bis vor kurzem war er noch als freier Medienkorrespondent tätig und kann sich im Nachhinein keine bessere Karriere vorstellen. „Es gibt keinen anderen Beruf, der so spannend ist: Man lernt ständig neue Bereiche, Themen und Menschen kennen.“

Auch Clara Westhoff ist von ihrer Berufswahl nach wie vor überzeugt. „Man kann hinter Kulissen schauen, die einem sonst verborgen bleiben.“ Als „Digital Native“ fühlt sie sich gut aufgestellt: „Es gibt gerade viel Spielraum, um sich frei Konzepte zu überlegen und das crossmedial umzusetzen. Das macht echt Spaß.“ Zusammen arbeiten, gemeinsam recherchieren, sich vernetzen: Vielleicht ist „was mit Medien“ zu machen in Zukunft ja doch besser als alle Bedenkenträger glauben.

