



JOURNALISTISCHES
SEMINAR



Wer wird heute noch Journalist?

Wie Redaktionen um Talente und Vielfalt ringen: Deutschland, Schweden und Großbritannien im Vergleich

Alexandra Borchardt, Julia Lück, Sabine Kieslich, Tanjev Schultz, Felix M. Simon

Zusammenfassung: Die Studie und ihre Ergebnisse

Fragestellung und Ziele der Untersuchung

Die Digitalisierung verändert die Medienbranche rasant. Die wirtschaftliche Basis vieler Medienhäuser bröckelt, weil alte Geschäftsmodelle nicht mehr funktionieren. Journalisten haben beim Produzieren und Verbreiten von Informationen Konkurrenz bekommen. Sie entdecken zunehmend, dass sie bestimmte Leserinnen und Leser nicht (mehr) erreichen, der Journalismus steckt in einer Vertrauenskrise. Viele junge Leute betrachten den Beruf nicht länger als cool.

Für Redaktionen heißt das, sie müssen attraktiver für Berufseinsteiger werden: für qualifizierte und ambitionierte junge Leute, die sich von unsicheren Perspektiven nicht abschrecken lassen, und für vielfältige Talente, die aus eigener Kenntnis ein breiteres Bild der Gesellschaft abbilden können. Das Brexit-Referendum, die Wahl Donald Trumps und die Flüchtlingskrise waren Schlüsselmomente für die Branche. Selten zuvor wurde Journalisten so deutlich vor Augen geführt, dass sie den Kontakt zu ihrem Publikum verloren hatten. Nun hätten leitende Redakteurinnen und Redakteure gerne mehr Vielfalt in ihren Reihen. Nur wie lässt sich diese erreichen?

Das Ringen um Talente dürfte zu einer zentralen Herausforderung für Medienhäuser und den Journalismus werden. Für diese Studie haben wir Chefredakteure, leitende Redakteurinnen und Redakteure sowie Leiterinnen und Leiter von Journalistenschulen in Deutschland, Schweden und Großbritannien interviewt, um folgenden Fragen auf den Grund zu gehen:

- Wie ordnen sie die Nachwuchsproblematik im Vergleich zu anderen Herausforderungen ein, die der digitale Wandel mit sich bringt?
 - a. Gibt es noch genug an der Branche interessierten Nachwuchs?
 - b. Haben die heutigen Bewerberinnen und Bewerber ähnliche oder andere Beweggründe für ihre Berufswahl als jene früherer Generationen?
- Ist Vielfalt ein Thema bei der Kandidatenauswahl, und – wenn ja – um welche Art von Diversität geht es Redaktionen und Journalistenschulen in erster Linie?
- Schlägt sich redaktionelle Vielfalt in den journalistischen Produkten nieder, und prägt sie Arbeitsabläufe und die Unternehmenskultur?
- Was tun Redaktionen und Journalistenschulen, um „bunter“, vielfältiger zu werden?
- Was sind Konzepte, die funktionieren?

Methodik

- Der Bericht stützt sich auf halbstrukturierte Interviews mit 18 Chefredakteuren sowie leitenden Redakteurinnen und Redakteuren führender Medien in Deutschland, Schweden und Großbritannien. Hinzu kamen zehn Leiter und Schlüsselfiguren prestigeträchtiger Journalistenschulen. Wir haben die drei Länder ausgewählt, da sie in etwa vergleichbare Mediensysteme aufweisen. Allerdings unterscheiden sie sich in ihrer Sozialstruktur. Traditionell ist das soziale Gefälle in Großbritannien besonders ausgeprägt. Schweden gilt als recht egalitär, Deutschland nimmt eine Zwischenposition ein. In allen drei Ländern leben Migranten und ethnische Minderheiten in großer Zahl.
- Zusätzlich führten wir in Deutschland eine Online-Befragung durch. Befragt wurden junge Menschen, die an Universitäten oder an Journalistenschulen Journalismus studieren

(N=195). Außerdem diskutierten wir mit vier Fokusgruppen Studierender an drei Journalistenschulen und in einem Volontärsprogramm.

Zentrale Ergebnisse

- Die meisten Befragten nannten das Ringen um Talente als eine der drei größten Herausforderungen für heutige Redaktionen. Oft stand sie an zweiter Stelle, unerwähnt blieb sie so gut wie nie. Nummer eins unter den Herausforderungen für redaktionelle Führungskräfte sind die Bewältigung des digitalen Wandels und eine entsprechende Anpassung der Geschäftsmodelle.
- Eine journalistische Karriere ist nach wie vor ein Traumjob für eine beträchtliche Zahl junger Menschen. Die junge Generation scheint dabei besonders von Idealismus getrieben zu sein, den Bewerbern geht es stärker als früheren Jahrgängen um eine sinnstiftende Tätigkeit, nicht nur um den „Spaß“ an der Arbeit. Allerdings haben viele Bedenken wegen der unsicheren Beschäftigungsaussichten und der schlechten Bezahlung.
- In den Augen von Chefredakteuren und Leitern/Leiterinnen von Journalistenschulen zeigt sich die neue Journalistengeneration hochmotiviert sowie flexibler und technikaffiner als vorherige Generationen. Gleichzeitig scheint der Nachwuchs weniger loyal gegenüber einem bestimmten Unternehmen und stärker an individueller Freiheit interessiert zu sein.
- Die neue Bewerbergeneration erwartet mehr Work-Life-Balance und Perspektiven zur beruflichen Weiterentwicklung. Für Redaktionen, die von Aktualität getrieben sind und rund um die Uhr produzieren müssen, ist dies eine Herausforderung.
- Den großen Playern der Medienbranche in den Metropolen mangelt es nicht an Journalistennachwuchs. Ihnen fällt es in der Konkurrenz mit Tech-Konzernen aber schwer, dringend benötigte Software-Spezialisten zu rekrutieren.
- Regional- und Lokalzeitungen außerhalb der Großstädte spüren den Mangel an geeignetem Nachwuchs stark. Er ist in Schweden besonders ausgeprägt und in Deutschland womöglich weiter verbreitet als in Großbritannien. In Schweden mussten schon Journalistenschulen aus Mangel an Bewerbern schließen, und es sei heute viel leichter, dort aufgenommen zu werden, hieß es. Die Qualität der Kandidaten geht damit zurück.
- Bei der Einstellung junger Journalisten achten die Chefredakteure und Schulleiter/-leiterinnen nach eigenen Angaben vor allem auf Wesensmerkmale wie Neugier und Hartnäckigkeit. Konkrete Fähigkeiten erwähnten sie eher selten mit einer Ausnahme: versierter Umgang mit Sprache.
- Alle Chefredakteure, leitenden Redakteurinnen und Redakteure sowie Leiterinnen und Leiter von Journalistenschulen nannten es als wichtiges Ziel, mehr Vielfalt in ihren Redaktionen oder Jahrgängen zu erreichen. Dies werde auch in Leitungsgremien diskutiert, allerdings mit unterschiedlichen Schwerpunkten:
 - Viele nannten die Vielfalt politischer Meinungen in der Redaktion als erstrebenswertes Ziel. Hier spiegelt sich die Debatte um die Vertrauenswürdigkeit der Medien.
 - Den großen Redaktionen in den Städten fehlen Journalisten, die vom Land stammen und die Landbevölkerung verstehen. Dies hat sich bei der Wahl von Donald Trump und dem Brexit-Referendum gezeigt; die Medien hatten die Unzufriedenheit der Bürger abseits der Metropolen nicht wahrgenommen. Der Mangel ist dem

Niedergang des Lokaljournalismus zuzuschreiben. Der Aufstieg vom Lokalredakteur zum Reporter bei überregionalen Medien war früher ein klassischer Werdegang. Dass dieser Karriereweg nun kaum noch möglich ist, wirkt sich auf die Qualität des Nachwuchses insgesamt aus und verringert Vielfalt eher noch.

- In Redaktionen fehlt die Perspektive sozial schwächerer Schichten. Das wird speziell in Großbritannien als Problem angesprochen, wo viele angehende Journalisten Universitätsabschlüsse aus Oxford oder Cambridge haben. Es wird aber auch in Deutschland und Schweden erwähnt, wo Hochschulbildung egalitärer ist. Es scheint schwierig zu sein, junge Journalisten abseits von klassischen Mittelstandsfamilien zu rekrutieren, da diesen entsprechende Vorbilder, finanzielle Mittel und Chancen sowie ein spezieller bildungsbürgerlicher Habitus fehlen.
- Unseren Interviews zufolge sucht man allorts junge Journalistinnen und Journalisten, die die Perspektive von Migranten bzw. ethnischen Minderheiten mitbringen. Vor allem in Schweden mit einer relativ jungen Einwanderungsgeschichte werden mangelnde Sprachkenntnisse als Herausforderung genannt, in Deutschland spielt dies ebenfalls eine Rolle, obwohl viele Einwanderer schon seit mehreren Generationen im Land leben. In England, wo viele ethnische Minderheiten Muttersprachler sind, ist das Problem geringer.
- Es ist kein Problem, qualifizierte Frauen zu finden, da der Beruf mittlerweile mehr Frauen anzieht – womöglich auch deshalb, weil er für Männer an Attraktivität verloren hat. Allerdings wird die ungleiche Bezahlung von Frauen und Männern regelmäßig als große Herausforderung erwähnt, die auch eine Folge von anderen Karrierewegen ist.
- Bei den Fernseh- und Radiosendern scheint der Druck in Sachen Vielfalt höher zu sein als bei den Print- und Onlinemedien, da der Mangel hier sichtbar und hörbar ist. Dies dürfte ein Grund dafür sein, dass öffentlich-rechtliche Sender bei den Bemühungen um Diversität oft Vorreiter sind.
- Die Interviewpartner nannten zahlreiche Hürden für die Rekrutierung von Nachwuchskräften, die dem Vielfalts-Kriterium entsprechen:
 - Unzureichende sprachliche Fähigkeiten werden als Hindernis Nr. 1 thematisiert, wenn es um die Einstellung ethnischer Minderheiten, aber auch von Bewerbern mit schwachem sozioökonomischem Hintergrund geht.
 - In einigen Kulturen gilt Journalismus nach der Beobachtung vieler unserer Interviewpartner nicht als ehrenwerter Beruf. Wenn Eltern große Opfer bringen, um der Familie im Ausland eine neue Existenz aufzubauen, sehen sie es oft lieber, wenn ihre Kinder prestigeträchtigere Berufe wie Ärztin oder Anwalt ergreifen.
 - Es reicht nicht, bei der Einstellung auf Vielfalt zu achten. Ebenso wichtig ist es, auf möglicherweise andere Bedürfnisse einzugehen und solche Mitarbeiter entsprechend zu unterstützen. Jemand, der einer Minderheit angehört, Klassenschranken durchbricht, finanzielle oder sprachliche Schwierigkeiten hat, steht unter anderem Druck und braucht unter Umständen Ermutigung und Hilfe.
- Die deutschen Studierenden in den Gruppendiskussionen stellten den Redaktionen in Sachen Vielfalt ein überwiegend schlechtes Zeugnis aus. Sie sahen keine überzeugenden Anstrengungen, die Diversität zu erhöhen und mit dieser umzugehen. Sie werteten entsprechende Bekundungen meist als Lippenbekenntnisse oder Alibi-Maßnahmen. Ihre

Sicht wich damit deutlich von jener der Branchenvertreter ab. Von denen sagten viele, zwar täten sie noch nicht genug zur Förderung von Diversität, aber aus ihrer Sicht doch bereits eine ganze Menge.

- Gemessen an der Dringlichkeit und Intensität, mit der Vielfalt als Herausforderung in der Branche diskutiert zu werden scheint, verfügen überraschend wenige Organisationen über konkrete entsprechende Programme. Zu den Maßnahmen, auf die wir hingewiesen wurden, gehören folgende:
 - Aktives Zugehen auf die betreffenden gesellschaftlichen Gruppen statt Warten darauf, dass Kandidaten sich von selbst bewerben
 - Unterstützung von potenziellen Kandidatinnen und Kandidaten bei ihren Schwierigkeiten (finanziell oder im Hinblick auf ihre Kenntnisse, z. B. Sprachkurse)
 - Programme zur Unterstützung von Kandidatinnen und Kandidaten, die Minderheiten angehören (besonders in Großbritannien)
 - Engagement der Führungsebene, die laufend die Bedeutung von Diversität betonen sollte und auf diese Weise ein Bewusstsein dafür schafft
 - Verändern von Laufbahnprofilen (z. B. Deutsche Presseagentur dpa in Form unterschiedlicher Volontärs-Programme für unterschiedliche Talente)
 - Angehen von Ungerechtigkeiten wie ungleicher Bezahlung und Diskriminierung
 - Reaktivieren von Karrierewegen für ungewöhnliche Kandidatinnen und Kandidaten und solche ohne Hochschulabschluss (z. B. das „Vom Büroboten zum Redakteur“-Programm bei *The Sun*).
- Bedeutung der Erkenntnisse für die Branche:
 - Die Suche nach qualifiziertem Nachwuchs ist in Lokal- und Regionalredaktionen besonders schwierig, sodass die großen Marken von (einigen) kleineren Playern etwas über innovative Lösungen lernen könnten.
 - Redaktionen werden künftig nicht um aktive Rekrutierung sowie veränderte Einstellungsverfahren herumkommen. Der Ansatz, unter den Bewerbungen nur „den Rahm abzuschöpfen“, ist überholt.
 - Ebenso wenig reicht es, den Bewerberpool zu erweitern, wenn strukturelle Formen von Diskriminierung fortbestehen. Ohne Kulturwandel in den Redaktionen wird es keine Vielfalt geben, oder sie wird zumindest nicht die gewünschten Effekte haben.
 - Es werden innovative Ansätze im Management der Arbeitsbelastung – zum Beispiel Job-Sharing – gebraucht, um dem Bedürfnis nach mehr Flexibilität im Arbeitsleben Rechnung zu tragen.
 - Der Beruf wird weiblicher. Dennoch muss das Ungleichgewicht zwischen den Geschlechtern auf sämtlichen Führungsebenen im Blick behalten werden.
 - Von Vielfalt geprägte Redaktionen haben eine Schlüsselrolle dabei, das Vertrauen des Publikums und dessen verschiedener Segmente zu gewinnen. Sie verbreitern nicht nur die Inhalte, weil sie einen besseren Zugang zu bestimmten Quellen und gesellschaftlichen Gruppen haben. Sie sind auch möglicherweise versierter im Entwickeln von Erzählformen, die zum jeweiligen Publikum passen und es dort abholen, wo es steht. Redaktionen sollten diesen Effekt quantifizieren, um ihre Argumente zugunsten von mehr Vielfalt damit zu unterstreichen.
- Vielfalt ist kein nettes, aber im Zweifelsfall entbehrliches Extra. Ohne ein nachhaltiges, mit Zahlen und Instrumenten unterfüttertes Engagement sind entsprechende Bestrebungen zum

Scheitern verurteilt. Ebenso dürften Bemühungen um Vielfalt nur zögerlich vorankommen, wenn tiefer liegende Themen wie Diskriminierung, Sexismus und Rassismus in den Redaktionen nicht angegangen werden.