

Studie: Ausbildung für den Online-Journalismus

Ergebnisse einer empirischen Untersuchung von Online-Volontariaten, durchgeführt von Fiete Stegers im Rahmen einer Magisterarbeit am Institut für Kommunikationswissenschaft Münster (Oktober 2001).

Online-Volontariate - betriebliche, speziell auf die Tätigkeit in Internet-Redaktionen ausgerichtete Ausbildungen von Journalisten - sind eine junge und bis vor kurzem auf einzelne experimentierfreudige Redaktionen beschränkte Erscheinung. Die meisten Online-Journalisten kommen von den klassischen Medien und haben sich ihre Internet-Kenntnisse nachträglich, nicht selten autodidaktisch, angeeignet.

Mit der zunehmenden Abnabelung des Online-Journalismus durch die Abkehr von der bloßen Zweitveröffentlichung von Inhalten und die Herausbildung medienspezifischer Formate gewinnt jedoch auch die Qualifizierung der Mitarbeiter in den Online-Redaktionen an Bedeutung.

Seit Ende 2000 haben deshalb zahlreiche große Medienhäuser eigene Online-Volontariate eingerichtet, Unternehmen und Journalisten-Gewerkschaft DJV bemühen sich um die Vereinheitlichung der Ausbildungsmodelle. Die vorliegende Studie stellt die erste wissenschaftliche Untersuchung dieser neuen Ausbildungsform dar.

Online-Volontariate gewinnen an Bedeutung

Schwerpunkte der im Rahmen einer Magisterarbeit am Institut für Kommunikationswissenschaft Münster durchgeführten Untersuchung waren Verbreitung, Inhalte und Struktur der neuen Ausbildungsform.

Dazu wurden zunächst im Frühjahr 2001 ermittelt, welche Medienunternehmen bereits journalistische Online-Volontariate oder vergleichbare Ausbildungsgänge eingerichtet hatten oder dies für 2001 planten. Alle ermittelten Anbieter erhielten anschließend einen Fragebogen, der neben detaillierten Angaben zu Struktur und Inhalten auch abfragte, welche Gründe die Medienhäuser zur Einrichtung der Online-Volontariate motivierten und welche zukünftige Entwicklung die Befragten auf diesem Gebiet erwarteten. Es antworteten rund zwei Drittel der Befragten, eine für schriftliche Befragungen hohe Rücklaufquote. Die Antworten wurden systematisch ausgewertet und anschließend mit den bisherigen wissenschaftlichen Erkenntnisse über die aktuellen und antizipierten Anforderungen an Journalisten in Internet-Redaktionen einerseits und dem klassischen journalistischen Berufsbild andererseits abgeglichen.

Ziel und Methode der Studie

Online-Volontariate werden derzeit von mindestens 40 Medienunternehmen angeboten. Insbesondere Großverlage sind stark engagiert - häufig durch Programme an den unternehmenseigenen Journalistenschulen. Daneben bieten die Internet-Redaktionen von Rundfunksendern, regionalen Tageszeitungen, Publikums- und Fachzeitschriften, reine Online-Magazine sowie Zulieferer-Agenturen Online-Volontariate an. Die beiden letzten Gruppen sind unter den Anbietern von Online-Volontariaten vergleichsweise über-, Tageszeitungen unterrepräsentiert.

Verbreitung von Online-Volontariaten

Die Zahl der Online-Volontariate liegt bereits über der von Nachrichtenagenturen angebotenen Volontariaten (40), aber weit unter den von Tageszeitungen angebotenen (rund 2500). Die 27 in der Studie befragten Unternehmen boten zusammen 86 reine Online-Volontariate sowie 30 Plätze an der RTL-Journalistenschule für TV und Multimedia an. Bei insgesamt mindestens 41 Anbietern kann die Gesamtzahl der journalistischen Online-Volontariate auf rund 120-150 geschätzt werden. Online-Volontariate sind also zwar noch eine Neuheit, aber keine absoluten Exoten mehr.

In generellen Fragen der Ausbildungsziele herrschen große Übereinstimmungen zwischen den unterschiedlichen Anbietern von Online-Volontariaten. Deren Umsetzung im Detail differiert aber teilweise erheblich.

Online-Volontariate orientieren sich in Struktur und Konzeption überwiegend an Volontariaten der klassischen Medien. Sie dauern in der Regel 24, seltener 18 Monate, während derer die angehenden Journalisten vorwiegend durch praktische Mitarbeit in den Online-Redaktionen ausgebildet werden. Ergänzt wird die Ausbildung durch weitere Stationen: Ressortwechsel, überbetriebliche Seminare oder Seminarphasen in der Journalistenschule, Technik- und Web-Design, Marketing, Ausbildung in Print- oder Rundfunk-Redaktionen des Hauses (zum Teil auch außerhalb).

Dabei unterscheiden sich die Ausbilder deutlich. Die Struktur der Ausbildungen ist überwiegend offen bis sehr offen. Größere Anbieter und Journalistenschulen tendieren zu festeren Strukturen und mehr Stationen als kleinere Betriebe. Bei Online-Redaktionen mit einem traditionellen Muttermedium orientieren sie sich häufig sehr stark am dort üblichen Volontariat. In jüngeren Unternehmen sind Stationen in Marketing und Technik/Web-Design von größerer Bedeutung. Ausbildung für andere Medientypen wird dagegen fast ausschließlich von Ausbildern aus dem klassischen Medienbereich geleistet, macht jedoch meist weniger als 20 Prozent der Ausbildungszeit aus.

Die meist sehr offene und stark praxisorientierte Ausbildung geht mit entsprechend informellen Betreuung der Volontäre und Kontrolle ihrer Ausbildungsfortschritte einher. Während in rund zwei Drittel der erfaßten Redaktionen – wie bei Printmedien üblich – mindestens drei Online-Redakteure auf einen Volontär kommen, sind in einem Drittel zwei oder weniger Redakteure pro Volontär angestellt. Die Betreuung der Volontäre ist dort also vermutlich schwieriger zu gewährleisten, ihre Arbeitsbelastung größer. Sehr häufig vertreten Online-Volontäre bereits Redakteure.

Ihre Vergütung ist mit dennoch vergleichsweise gering (durchschnittlich ca. 2750 DM brutto, bei starken Unterschieden zwischen einzelnen Unternehmen). Die Arbeitszeit der Volontäre gaben zwei Drittel der Ausbilder mit 40 Wochenstunden an. Es ist aber zu vermuten, daß sie eher darüber liegt. In mehr als der Hälfte der Fälle verpflichten sich die Online-Volontäre, ihrem Arbeitgeber Autoren- und Verwertungsrechte zu überlassen. In vier der befragten Unternehmen können die Volontäre laut Ausbildungsvertrag nach ihrer Ausbildung zur Weiterarbeit verpflichtet werden.

Als wichtigste Fähigkeiten bewerten die Ausbilder Teamfähigkeit, journalistische Kerntätigkeiten (Recherchieren, Auswahl von Nachrichten, Verfassen von – v. a. nachrichtlichen – Beiträgen, Bewertung von Quellen), Online-Recherche sowie Textgestaltung für das Internet. Zur mediengerechten Umsetzung der Themen genügen offenbar der ebenfalls als sehr wich-

Struktur der Ausbildung

Arbeitsbedingungen der Online-Volontäre

Ausbildung an aktuellen Anforderungen orientiert

tig betrachtete Umgang mit dem Redaktionssystem und Grundlagenwissen über das Internet. Spezielle technisch-grafische Fähigkeiten für den Umgang mit dem Publikationsmedium Internet haben aber insgesamt einen geringeren Stellenwert. Es gibt jedoch hier erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern: Herausragend ist die von der Henri-Nannen-Schule angebotene sechsmonatige Schulung in Multimedia-Technik. Ähnliche Abstufungen gibt es ausbilderübergreifend bei den klassischen journalistischen Fähigkeiten. Markant ist der durchgehend geringe Stellenwert der Recherche vor Ort.

Die Vermittlung journalistischer Normen und Reflexionswissens halten die Ausbilder jedoch weiterhin für eher wichtig. Ökonomisch orientierte Marketing-Fähigkeiten sind Teil der Ausbildung, spielen jedoch nur eine geringe Rolle. Deutlich mehr Wert wird auf organisatorische Kompetenz gelegt.

Ein Vergleich der von Online-Journalisten ausgeübten Tätigkeiten und der Ausbildungsschwerpunkte zeigt: Die Online-Volontäre werden vorrangig bedarfsorientiert für den augenblicklich in den Online-Redaktionen vorherrschenden Nachrichten-Journalismus ausgebildet. Dieser verlangt von den Online-Journalisten erheblich geringere technische Kenntnisse als in der Anfangsphase des Online-Journalismus, beschränkt aber auch die Nutzung potentieller Vorteile des Internets gegenüber anderen Medien zugunsten der Aktualität.

Die Ausbildungsinhalte der Online-Volontariate deuten nicht darauf hin, daß sich Rolle des Journalisten von der eines Gatekeepers der Informationen hin zu der eines Archivars, Lotsen oder Moderatoren wandelt. Dennoch gilt den befragten Ausbildern die stärkere Orientierung an den Nutzern als einer der wichtigsten Unterschiede zum herkömmlichem Journalismus.

Auch für eine Breitband-Zukunft, in der die Integration datenintensiver Multimedia-Inhalte problemlos möglich ist, werden die Online-Volontäre derzeit nicht ausgebildet. Die Bearbeitung von Audio- und Video-Inhalten für Online-Medien haben nach wie vor nur marginale Bedeutung, auch wenn ein Ausbilder anmerkte, daß diese in Zukunft wichtiger würden (allerdings sind Rundfunkunternehmen, bei denen diese Tätigkeiten eine wichtigere Rolle spielen, in der Studie nur schwach vertreten).

Die Bedeutung einer internetgerechten Aufbereitung von Texten durch Schreibstil und Gliederung haben die Ausbilder jedoch erkannt und stufen die webspezifische Textgestaltung als eines der wichtigsten Ausbildungselemente ein. Es läßt sich aufgrund des Forschungsdesigns allerdings kaum etwas darüber sagen, wie diese Problemanalyse in der Praxis umgesetzt wird. Inzwischen wird die nutzergerechte Gestaltung aber zunehmend in der Rezeptionsforschung aufgegriffen, in Medien-Fachzeitschriften thematisiert und von Bildungsträgern wie der Hamburger Akademie für Publizistik in Seminaren vermittelt.

Die Absolventen von Online-Volontariaten sind keine schreibenden Web-Designer oder Techniker, sondern in erster Linie auf das Internet spezialisierte Journalisten mit medienspezifischen Kompetenzerweiterungen, vor allem im technisch-grafischen sowie im sozialem Bereich. Sie sind jedoch keine rundum qualifizierten Multimedia-Journalisten. Online-Journalisten werden trotz eigener Grundkenntnisse auf die Zusammenarbeit mit Spezialisten für Technik, Grafik und Multimedia angewiesen sein. Alle Ausbilder unterstrichen die hohe Bedeutung der Teamfähigkeit im Online-Journalismus.

**Rolle der Journalisten
im Kern nicht verändert**

**Internet-Spezialisten, aber
keine Multimedia-Profis –
Teamfähigkeit sehr gefragt**

Während die Ausbilder in allen Bereichen davon ausgehen, daß die Anforderungen im Online-Journalismus gegenüber denen im klassischen Medienbereich gleich bleiben oder steigen, konstatieren sie einen erheblichen Bedeutungsverlust der Vor-Ort-Recherche, der sich auch in der Struktur der Volontariate niederschlägt.

Dies stellt mit Sicherheit ein gravierendes Qualifikationsdefizit der Online-Volontäre dar, sollten diese einen Wechsel in ein anderes journalistisches Berufsfeld anstreben. Insgesamt haben Online-Volontäre trotz der Spezialisierung auf das Medium Internet wohl vermutlich ähnlich große Chancen zur beruflichen Mobilität wie Volontäre klassischer Medien vergleichbarer Größe, thematischer Ausrichtung und Renommées. Zu erwartender Skepsis gegenüber der neuen Ausbildungsform stehen nach Meinung der Ausbilder sehr günstige Übernahmeaussichten und Arbeitsmarktverhältnisse im Online-Journalismus gegenüber. Zugleich eröffnen sich Karrierechancen bei Unternehmen aus den journalismusnahen Segmenten des Internets.

Von einem einheitlichen Kanon der Ausbildung kann zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht gesprochen werden. Über grundsätzliche Schwerpunkte der Ausbildungsinhalte sind sich die befragten Ausbilder jedoch weitestgehend einig. Eine Einigung auf verbindliche Ausbildungsrichtlinien scheint angesichts der weitgehend kongruenten Vorschläge von Ausbilder- (Hamburger Initiative) wie Gewerkschaftsseite (DJV) aussichtsreich. Allerdings: Beide Vorschläge setzen nur einen groben Rahmen, der großen Raum für eigene Schwerpunkte und damit auch Qualitätsunterschiede zwischen einzelnen Ausbildern läßt. Zu enge Festlegungen müßten im Online-Bereich ohnedies wahrscheinlich sehr bald revidiert werden.

Vor allem bei kleineren Unternehmen könnte die Orientierung an den Richtlinien-Entwürfen zu einer strukturierten, vielfältigeren und eine adäquate Betreuung garantierenden Ausbildung führen und einen Maßstab für Ausbilder, Online-Volontäre und künftige Arbeitgeber setzen. Die Online-Volontariate größerer Medienhäuser entsprechen meist bereits den Eckpunkten von DJV und Hamburger Unternehmen, auch wenn diese nicht unterzeichnet wurden. Einige bieten eine vielfältigere Ausbildung als von den Richtlinien-Entwürfen verlangt. Die Übernahme des »Milchstraßen-Konzepts« würde teilweise sogar durch die Verpflichtung zu Weiterbildung im Unternehmen und Rechte-Übertragung sowie die geringere Vergütung die Stellung der Online-Volontäre eindeutig verschlechtern. Grundsätzlich ist von der Etablierung von Standards dennoch eine Verbesserung von Ansehen und Qualität der Online-Ausbildung zu erwarten.

Online-Volontariate stellen einen vielversprechenden Ansatz zur Stärkung und Sicherung der publizistischen Qualität bei journalistischen Internet-Medien. Das Online-Journalisten durch intelligente Agenten oder bloße Zweitwertung von Inhalten überflüssig werden, hält die Mehrheit der Ausbilder für unwahrscheinlich. Die Ausbilder erwarten stattdessen eine verstärkte Nachfrage nach journalistischer Qualität im Netz. Dafür wollen sie kompetente, netzversierte Journalisten ausbilden. Durch Konkretisierung des Berufsbildes, Entwicklung von Ausbildungsstandards und Normenvermittlung können Online-Volontariate zur Professionalisierung der Online-Journalisten beitragen.

In zwei Dritteln der befragten Medienhäuser sind die Volontariatsprogramme langfristig angelegt. Vereinheitlichungstendenzen und das Engagement führender Medienhäuser (vornehmlich aus dem Print-Bereich) sprechen für eine weitere Etablierung der Online-Volontariate. Die Erfahrung und die

Berufliche Mobilität

Gute Aussichten für einheitliche Ausbildungsrichtlinien

Zukünftige Bedeutung des Online-Volontariats

jüngsten Entwicklungen auf dem Stellenmarkt zeigen allerdings, daß Entwicklungen im Internet auch schnell eine andere Richtung einschlagen können. Die Integration umfangreicher Online-Anteile in die bestehenden Volontariate stellt eine gewichtige Alternative zum reinen Online-Volontariat dar, insbesondere, falls der Trend von der Abnabelung der Online-Redaktionen in einen zum alle Publikationsformen vereinigenden »multimedia newsroom« umschlägt.

Die Studie ist bislang nicht veröffentlicht, ihre Publikation aber im Rahmen der Plattform [onlinejournalismus.de](http://www.onlinejournalismus.de) (<http://www.onlinejournalismus.de>) nach deren Relaunch geplant. Die kompletten Ergebnisse der Studie sind in der auf ihr basierenden Masterarbeit dokumentiert (siehe unten). Die von den Gutachtern mit 1,1 bewertete Arbeit ist auf Anfrage erhältlich.

Auch für Rückfragen steht Ihnen der Verfasser gerne zur Verfügung.

Fiete Stegers, Oktober 2001 Abschluß als Magister Artium in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Nebenfächer Neuere und Neueste Geschichte sowie Politikwissenschaft an der Universität Münster. Studienbegleitend freie Mitarbeit und Praktika u. a. bei *Spiegel Online*, *taz - die tageszeitung*, *Unicum*, *politik-digital*, *Cityweb*, *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*. Schwerpunkte Internet, Bildung, Jugend und Popkultur.

Der theoretische Teil stellt einführend die Bedeutung von Medien und Journalismus im Internet dar, faßt von Wissenschaftlern und Praktikern formulierte Erwartungen an Online-Journalismus und Online-Journalisten zusammen und stellt diese der in vorherigen Studien erhobenen Realität des Online-Journalismus (Inhalte, Arbeitsbedingungen) gegenüber. Außerdem gibt er einen aktuellen, kompakten Überblick über die unterschiedlichen Qualifikationswege für den Online-Journalismus, wobei besonders auf die Entstehung des Online-Volontariats eingegangen wird.

Der empirische Teil gibt zunächst ausführlich die Einzelergebnisse der Befragung der Anbieter von Online-Volontariaten wieder: *Ausbildungsinstitutionen, Ursachen für und Probleme bei der Einführung, Anforderungen an Bewerber, Arbeitszeit und Vergütung, Verpflichtungen der Volontäre, Betreuung und Lernkontrolle, Dauer und Struktur, Anpassungen des Ausbildungsplans laufender Volontariate, Ausbildungsinhalte, Vergleich mit den Anforderungen klassischer Medien, Aussicht auf Weiterbeschäftigung, Spezialisierung, Status des Online-Volontariats in den Ausbildungshäusern, Prognosen Online-Journalismus und Qualifizierung 2004.*

Abschließend werden übergreifende Befunde präzisiert und diese mit aktuellen Anforderungen und Erwartungen an den Online-Journalismus abgeglichen: *Ausrichtung auf Praxisanforderungen, Bedeutung crossmedialer Ausbildungsinhalte, Bedeutungsverlust der Vor-Ort-Recherche, Aufweichung des Berufsbildes, Generalisten vs. Themen-Spezialisten, Ausbildung muß Dynamik der Internet-Entwicklung folgen, Offenheit für Quereinsteiger, Gefahr der »Ausbeutung statt Ausbildung«, Volontariate des »Milchstraßen-Konzepts«.*

Die Komplet-Version (ca. 150 Seiten) umfaßt einen umfangreichen Anhang mit Literaturverzeichnis, Verzeichnis der Anbieter journalistischer Online-Ausbildungen, Dokumentation der Richtlinien der Initiative Hamburger Medienhäuser und dem Fragebogen der Untersuchung.

Veröffentlichung, Kontakt

Fiete Stegers
Rudolf-Harbig-Weg 44
48149 Münster
studie@netzjournalismus.de
[www.netzjournalismus.de/
studie.html](http://www.netzjournalismus.de/studie.html)

Verfasser

Vollständiger Inhalt der Studie