

Nachwuchs und Vielfalt im europäischen Journalismus

Interviews mit Chefredakteuren, Leitern von Journalistenschulen und angehenden Journalisten in Deutschland, Großbritannien und Schweden zur Zukunft des Berufs

Juli 2019



FOTO: GAUDILAB/SHUTTERSTOCK

Obwohl Journalist bei vielen jungen Menschen nach wie vor als Traumberuf gilt, fällt es Medien und Journalistenschulen in Deutschland, Schweden und Großbritannien zunehmend schwer, geeigneten Nachwuchs zu finden. Auch ein Mangel an Vielfalt in den Redaktionen wird konstatiert. Das Bewusstsein für die Problematik ist vorhanden, doch wird bislang wenig unternommen, um die Situation zu verbessern.

Der Journalismus kämpft mit großen Herausforderungen. Die Rolle der Medien in der Gesellschaft verändert sich, das Vertrauen in die Arbeit von Journalisten sinkt weltweit. Gleichzeitig gehen der digitale Wandel und damit die Veränderung der traditionellen Geschäftsmodelle ungebremst weiter. Journalismus gilt vielen als unsicheres Berufsfeld, was den Nachwuchs abschreckt. In jüngster Zeit – unter anderem vor dem Hintergrund von Brexit, Trump und #MeToo – wird verstärkt eine weitere Herausforderung erkannt: der Mangel an Vielfalt in den Redaktionen. Zeigen die Medien die Gesellschaft in all ihren Milieus und Facetten? Oder sind die Redaktionen zu sehr gefangen in ihrer eigenen Blase? Und welche Folgen hat all dies für das Vertrauen in die Medien und die Zukunft der Branche?

Dieser Thematik haben sich das Reuters Institute for the Study of Journalism der Universität Oxford und das Journalistische Seminar der Johannes Gutenberg-Universität Mainz angenommen. Um einen Überblick darüber zu erhalten, wie die Nachwuchsfrage und Diversität im europäischen Kontext diskutiert und welche Maßnahmen in Medienhäusern und Journalistenschulen ergriffen werden, führten Forscherinnen und Forscher beider Institute eine qualitative Studie in Deutschland, Schweden und Großbritannien durch. Unterstützt wurde das Projekt von der Deutsche Telekom Stiftung im Rahmen ihres Engagements für den Qualitätsjournalismus. Die Stiftung verleiht jedes Jahr den Medienpreis Bildungsjournalismus.

! ZUM ERGEBNISBERICHT

Die Studie „Are Journalists Today's Coal Miners? The Struggle for Talent and Diversity in Modern Newsrooms – A Study on Journalists in Germany, Sweden, and the United Kingdom“ (Englisch) sowie eine deutsche Zusammenfassung finden sich zum Download unter: www.telekom-stiftung.de/journalismus-studie

* Der besseren Lesbarkeit wegen verwenden wir zuweilen verallgemeinernd das generische Maskulinum. In diesen Fällen sind selbstverständlich alle Geschlechter angesprochen und mitgemeint.



Deutsche Telekom Stiftung

Wer wird heute überhaupt noch Journalist* und aus welchen Beweggründen? Wie sehen die Verantwortlichen die Frage von Talenten und Vielfalt im Vergleich zu anderen Herausforderungen im Journalismus? Wird Diversität in den Geschäftsführungen und den Redaktionen diskutiert, und wenn ja, wie? Welche Schritte haben Medienhäuser und Journalistenschulen unternommen, um Nachwuchs zu gewinnen? Und was kann und muss getan werden, um den Journalismus repräsentativer und diverser zu machen? Insgesamt wurden 18 Chefredakteure, leitende Redakteure und Manager von führenden Medien sowie zehn Leitungen von Journalistenschulen in den drei Ländern zu diesen und anderen Fragen interviewt. Zusätzlich führte das Team Fokusgruppengespräche in Deutschland und eine Befragung unter Studierenden deutscher und schwedischer Journalistenschulen durch.

Daraus ergibt sich bereits ein erster Befund: Der Journalismus hat einen Mangel an Talenten und an Vielfalt lange Zeit nicht als Problem erkannt. Während sich dieses Bild langsam wandelt und das Thema an Bedeutung gewinnt, wird konkret noch wenig getan, um die Situation zu verbessern.

Die wichtigsten Ergebnisse im Einzelnen:

Die Suche nach (diversen) Talenten ist eine Herausforderung

In allen drei Ländern wird die Suche nach Talenten und mehr Diversität als eine große Herausforderung genannt, meist hinter Themen wie dem digitalen Wandel und dem Aufbau neuer Geschäftsmodelle. Eine Haupteckenerkenntnis der Studie ist jedoch auch eine gewisse Janusköpfigkeit in der Diversitätsfrage. Die Führungskräfte in Redaktionen und Journalistenschulen sorgen sich darum, ob es ihren Institutionen gelingt, den richtigen Mix an diversen Talenten für sich zu gewinnen, um damit mittelfristig die Gesellschaft besser zu repräsentieren, neue Zielgruppen zu erschließen und das Vertrauen in die Medien zu stärken. Gleichzeitig werden jedoch nur wenige spezifische Veränderungen eingeleitet, die zu mehr Vielfalt führen würden. Besonders Deutschland hinkt in diesem Punkt hinterher. Sehr oft wird Vielfalt eher als ein „nice to have“ denn als ein „must have“ für Redaktionen und Journalistenschulen gesehen – ein Aspekt, der besonders von den befragten Studierenden hervorgehoben wurde.



Diversität ist nicht gleich Diversität

Ein weiterer Befund der Studie: Vielfalt wird nicht überall gleich verstanden. Manche definieren sie politisch, andere denken bei dem Begriff hauptsächlich an Geschlechtergerechtigkeit. Ebenso variieren die konkreten Probleme und Lösungsansätze je nach Land. Es gibt jedoch einige Gemeinsamkeiten. So wurde in allen drei Ländern der Mangel an Journalisten, die aus ländlichen Gebieten stammen und Verständnis für die Situation dort aufbringen, als ein großes Problem genannt. Während viele Journalisten früher bei der örtlichen Zeitung anfangen und sich dann auf die nationale Ebene hocharbeiteten, hat der Niedergang des Lokaljournalismus zu einem Rückgang dieses Karrierewegs geführt. Viele der befragten Chefredakteure zeigten sich besorgt darüber, dass Redaktionen, die von in Städten sozialisierten Journalisten geprägt sind, nicht in der Lage seien, die Ansichten der Landbevölkerung nachzuvollziehen.

„UNS FEHLT DIESE LEIDENSCHAFTLICHE PERSON, DIE VIELLEICHT NICHT STUDIEREN WILL ODER NICHT DIE MITTEL DAZU HAT. UND ICH WEISS NICHT, WIE ICH SIE FINDEN KANN.“

Joanna Webster, Managing Editor for Strategy and Operations (EMEA) bei Reuters

Auch die fehlende Stimme von Menschen ohne akademischen Hintergrund wurde immer wieder als Problem genannt, besonders häufig in Großbritannien, wo der Journalismus stark von Absolventen der Eliteuniversitäten Oxford und Cambridge und Mitgliedern der Ober- und Mittelschicht dominiert wird. Zugleich zeigten sich die Interviewpartner besorgt, dass sie nicht genug Journalisten mit Migrationshintergrund oder aus ethnischen Minderheiten beschäftigen – nur Großbritannien schien in dieser Hinsicht etwas besser aufgestellt zu sein.

In puncto Geschlechtergerechtigkeit zeichneten alle Befragten ein positiveres Bild. Die Profession werde immer weiblicher. Allerdings gebe es noch viel zu tun, wenn es um Führungsrollen und anhaltende Benachteiligungen beim Gehalt gehe.



FOTO: DIEGO CERVO/SHUTTERSTOCK

„INZWISCHEN, GLAUBE ICH, GIBT ES SO EIN ERKLÄRMODELL, DASS MÄNNER IN BERUFE GEHEN, WO SIE MEHR VERDIENEN, UND DASS MAN IM JOURNALISMUS NICHTS MEHR VERDIENEN KANN. ICH WEISS NICHT, OB DAS WIRKLICH STIMMT. ES IST ABER TATSÄCHLICH SO, DASS WIR VIEL MEHR FRAUEN ALS MÄNNER HABEN. UND AUCH ZUNEHMEND MEHR BEWERBERINNEN ALS BEWERBER.“

Henriette Löwisch, Leiterin der Deutschen Journalistenschule

Wer wird heute noch Journalist?

Eine weitere zentrale Frage der Studie: Wer wird – aus Sicht der Führungskräfte – heute überhaupt noch Journalist? Was für Skills bringen Einsteiger mit? Was schreckt sie ab? Und hat sich daran etwas verändert? Laut den Interviewpartnern ist der Journalismus immer noch ein Traumberuf, jedoch häufig für besonders idealistische Menschen, denn Bedenken hinsichtlich der Jobsicherheit und des oft geringen Einkommens seien weit verbreitet.

„ICH SEHE, DASS VIELE LEUTE HEUTE IN DEN JOURNALISMUS GEHEN, WEIL SIE DIE WELT VERÄNDERN WOLLEN. SIE MÖCHTEN ETWAS POSITIVES BEWIRKEN.“

Olle Zachrisson, Nachrichtenchef bei Sveriges Radio (Schweden)

Generell zeigten sich die Chefredakteure und Schulleitungen erfreut über die junge Generation an Journalisten. „Motiviert“, „flexibel“ und „gut im Umgang mit Technologie“ waren nur einige Attribute, die positiv hervorgehoben wurden. Gleichzeitig bemerkten viele jedoch auch, dass die Ansprüche des Nachwuchses gestiegen seien. Viele junge Journalisten wollten eine bessere Work-Life-Balance und seien eher als vorherige Journalistengenerationen gewillt, das Unternehmen zu wechseln, wenn sich anderswo bessere Möglichkeiten böten – eine Herausforderung für die Branche, die bei diesen Vorstellungen oft nicht mithalten könne.

Was denken die angehenden Journalisten?

Um nicht ausschließlich die Perspektive „von oben“ zu repräsentieren, wurden für die Studie auch Fokusgruppen und Journalismus-Studierende in Deutschland befragt. Deren Aussagen zur Berufsmotivation deckten sich weitestgehend mit den Beobachtungen der Chefredakteure und Schulleitungen. Viele Studierende gaben an, auch aus Neugier und Leidenschaft Journalisten werden zu wollen. Genauso spielt der Drang, Missstände in der Gesellschaft aufzudecken, eine wichtige Rolle. Wie von den Führungskräften angenommen, zeigten viele der Journalistenschüler einen hohen Idealismus, hatten aber nur geringe Hoffnungen, einmal gut zu verdienen. Bedenken hinsichtlich niedriger Gehälter und prekärer Arbeitsverhältnisse – besonders als Freiberufler – waren weit verbreitet. Viele kritisierten auch die allgemeinen Arbeitsbedingungen im Journalismus und zeigten sich besorgt über die mangelnde Vereinbarkeit von Beruf, Privat- und Familienleben.

Beim Thema Vielfalt hingegen unterschieden sich die Ansichten der Nachwuchs-Journalisten zum Teil stark von der Selbstwahrnehmung der Branche in Deutschland. Während diese vielfach davon ausging, dass sie zwar noch nicht genug, aber doch bereits recht viel tue, um Vielfalt zu verbessern, und sich selbst bescheinigte, auf das Thema zu achten, waren die Studierenden skeptischer. Sie sahen keine überzeugenden Bemühungen von Medienorganisationen oder Journalistenprogrammen zur Steigerung der Vielfalt und empfanden das meiste davon als pure Lippenbekenntnisse oder Alibi-Maßnahmen.

„NACH AUSSEN HIN WIRD IM FERNSEHEN VIelfALT DEMONSTRIERT. SEHT HER, WIR HABEN TÜRKISCHSTÄMMIGE MODERATOREN! SEHT HER, WIR HABEN ARABISCHSTÄMMIGE MODERATOREN! TUT MIR LEID, ABER ICH FINDE, DAS IST FAKE.“

Journalismus-Student/in

Nicht überall folgen auf Worte auch Taten

Trotz der Dringlichkeit und Intensität, mit der Vielfalt in der Branche diskutiert zu werden scheint, verfügen überraschend wenige Organisationen über konkrete Strategien zur Lösung des Problems. Am weitesten entwickelt waren diese in Großbritannien und Schweden. Zu den Maßnahmen, die ergriffen und beschrieben wurden, gehören unter anderem die aktive Ansprache von geeigneten Kandidaten und die Unterstützung von Kandidaten, die aus schwierigeren Verhältnissen stammen, zum Beispiel durch Sprachkurse. Vor allem in Großbritannien haben viele Organisationen auch ihre Bewerbungsverfahren umstrukturiert und spezielle Einsteiger- und Trainingsprogramme für bestimmte Zielgruppen (zum Beispiel Muslime und ethnische Minderheiten) eingeführt.

Was kann getan werden? Handlungsanweisungen für die Branche

Um die Vielfalt in Redaktionen zu steigern, sind strukturelle Veränderungen auf verschiedenen Ebenen nötig: An allererster Stelle steht ein klares Bekenntnis zu mehr Vielfalt von der Spitze. Nur wenn Führungskräfte mit gutem Beispiel vorangehen, immer wieder die Notwendigkeit von mehr Vielfalt vermitteln und Aufmerksamkeit für das Thema schaffen, kann sich die Redaktionskultur in dieser Hinsicht positiv entwickeln. Gleichzeitig müssen bestehende Ungleichheiten wie zum Beispiel die „Gender Pay Gap“ (Geschlechter-Einkommenslücke) adressiert und beseitigt werden.

„WIR WISSEN, DASS DER JOURNALISMUS NICHT GENÜGEND MENSCHEN MIT SOZIAL UNTERSCHIEDLICHEN HINTERGRÜNDE ANZIEHT, EINSTELLT ODER HÄLT, UND WIR HABEN VIEL ZU TUN, UM SICHERZUSTELLEN, DASS ES MEHR VIelfALT IN BEZUG AUF HINTERGRÜNDE UND PERSPEKTIVEN IN DEN REDAKTIONEN GIBT.“

Katie Lloyd, Development Director bei der BBC

„WIR REDEN SEIT SO VIELEN JAHREN ÜBER VIelfALT, ABER WIR LEBEN SIE NICHT.“

Sven Gösmann, Chefredakteur der Deutschen Presseagentur (dpa)

Aktive Rekrutierungsprogramme für Kandidaten mit vielfältigen Hintergründen, besonders in Hinblick auf Herkunft und Schichtzugehörigkeit, und eine Neuaufstellung von bestehenden Rekrutierungsverfahren sind für Redaktionen ein Muss. Weder wird es in Zukunft noch genügen, nur von der Spitze des Bewerbungsstapels auszuwählen, noch ist es zielführend, den Bewerberpool zu „erweitern“, wenn strukturelle Formen der Diskriminierung innerhalb der Organisation bestehen bleiben. Medienhäuser und Journalistenschulen müssen auf diverse Kandidaten und Communitys aktiv zugehen – zum Beispiel durch Veranstaltungen oder gezielte Werbung. Wichtig in diesem Kontext ist, dass sie diverse Kandidaten aktiv in ihre Überlegungen einbeziehen. Anstatt „top down“ davon auszugehen, dass man schon weiß, was hilft, muss „bottom up“ erfragt werden, was helfen würde.

Da Vielfalt nicht nur eine Frage des Rekrutierens ist, sondern es genauso wichtig ist, diverse Talente zu halten und zu fördern, müssen Medienhäuser innovativer und flexibler werden, wenn es um die Gestaltung des Arbeitsumfelds und von Rollen geht. Besonders deutlich wird dies bei der Gleichberechtigung von Frauen. Wenngleich der Journalismus insgesamt weiblicher wird, verbessert sich das Gleichgewicht bisher zumeist auf den unteren Ebenen, während die Führungsebene oft fest in männlicher Hand verbleibt.

Fazit

Die Nachwuchs- und Talentfrage sowie die Notwendigkeit von mehr Vielfalt in Medienhäusern haben sich zu den drängendsten Herausforderungen im europäischen Journalismus entwickelt. Sei es in Deutschland, Schweden oder in Großbritannien – der Mangel an (diversen) Talenten wird länderübergreifend als Problem begriffen, wenngleich adäquate Gegenmaßnahmen vielerorts noch auf sich warten lassen. Von mehr Diversität zu schwärmen, ist leicht, sie konkret in die Tat umzusetzen und Talente mit vielfältigen Hintergründen einzustellen, zu fördern und zu halten, ist es nicht.

Dass vielfältige Medien notwendig sind, daran besteht kein Zweifel. Es handelt sich dabei nicht ausschließlich um eine Frage der Fairness und der adäquaten Abbildung der Gesellschaft. Der Journalismus muss diverser werden, wenn er weiterhin das Vertrauen der Bevölkerung für sich beanspruchen und mittelfristig überleben will. Wer sich in den Medien nicht widergespiegelt findet – sowohl in Bezug auf die Journalisten als auch in den Themen, über die sie berichten – wird ihnen nur schwerlich vertrauen, geschweige denn, sich davon überzeugen lassen, für ihre Erzeugnisse zu bezahlen. Dementsprechend hat der Journalismus nicht nur eine moralische Verpflichtung, vielfältiger zu werden; er muss es, um sein eigenes Überleben zu sichern und die Demokratie zu stärken.

Diversität stellt sich weder von selbst ein, noch ist sie ein „nice to have“. Im Gegenteil: Wer das Thema nicht ernst nimmt, riskiert, den ohnehin angeschlagenen Ruf der Branche noch weiter zu beschädigen. Schöne Worte und Ideen vonseiten der Verantwortlichen nützen nichts, wenn sie nicht durch aktive Maßnahmen und strukturelle Veränderungen in der Kultur und Organisation von Medienhäusern unterfüttert werden. Während es in allen drei Ländern positive Ansätze in dieser Hinsicht gibt, muss insbesondere in Deutschland weitaus mehr getan werden, um aus Worten auch Taten werden zu lassen.

! KONTAKT

Daniel Schwitzer
Referent Kommunikation

Deutsche Telekom Stiftung
Graurheindorfer Straße 153
53117 Bonn

Telefon: 0228 181-92021
daniel.schwitzer@telekom-stiftung.de
www.telekom-stiftung.de