

POLITIKJOURNALISMUS IM WANDEL. MERKMALE, EINSTELLUNGEN & PERSPEKTIVEN DEUTSCHER POLITIKJOURNALISTEN ANGESICHTS AKTUELLER ENTWICKLUNGEN IM BERUFSFELD

von Margreth Lünenborg, Simon Berghofer



Politikjournalismus befindet sich, wie der gesamte Journalismus, in einem technologisch und ökonomisch bedingten Wandlungsprozess. Das Berufsfeld verändert sich: Ressortstrukturen lösen sich auf, digitale Produktions- und Kommunikationstechniken beschleunigen und verändern die alltägliche journalistische Arbeit. Hieraus ergeben sich neue Möglichkeiten, aber auch neue Herausforderungen für Journalisten. Vor diesem Hintergrund führte die Arbeitsstelle Journalistik der Freien Universität Berlin, gefördert durch den DFJV, eine Onlinebefragung unter deutschen Politikjournalistinnen und -journalisten durch. Dabei galt es, ein Bild des „typischen Politikjournalisten“ zu zeichnen sowie Veränderungen von Berufsfeld und Arbeitsalltag offenzulegen.

Der Beruf des Journalisten¹ ist in Deutschland auf besondere Art und Weise durch den Staat geschützt: Nicht nur der freie Berufszugang ist verfassungsrechtlich durch Artikel 5 des Grundgesetzes gewährleistet, sondern Journalisten genießen auch eine Reihe juristischer Privilegien. Diese rechtliche Herausstellung des Berufs ist demokratisch begründet. Indem er Öffentlichkeit herstellt, erbringt der Journalismus spezifische Leistungen für das Funktionieren demokratischer Gesellschaften: Er dient der diskursiven Konsensfindung über Themen von öffentlichem Interesse und soll zugleich den Bürger informieren, bilden und unterhalten sowie „die Mächtigen“ kontrollieren.

Vor diesem Hintergrund befassen sich zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen mit dem Journalismus und seinen Machern. Unterscheiden kann man hier zwischen Arbeiten, die eher subjektorientiert ausgerichtet sind und sich auf individuelle Einstellungen und politische Orientierungen der Journalisten konzentrieren² und Studien, die in ihrer empirischen und theoretischen Anlage stärker strukturelle Faktoren berücksichtigen.³ Zu Letzteren gehört auch eine Reihe von Untersuchungen, die sich mit den Auswirkungen von Internet und Digitalisierung auf das Berufsfeld „Journalismus“ beschäftigen.⁴

Auch wenn *Politikjournalismus* im wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskurs sowie innerhalb der Profession eine normativ begründete Sonderstellung einnimmt, gibt es bisher keine breit angelegten Studien in Deutschland, die sich explizit und ausschließlich mit seinen Machern – den Politikjournalisten – beschäftigen.⁵ Vor diesem Hintergrund wurde an der Arbeitsstelle Journalistik der FREIEN UNIVERSITÄT BERLIN im Herbst 2009 eine Onlinebefragung unter deutschen Politikjournalisten durchgeführt. Im Mittelpunkt der Studie standen zwei Schwerpunkte: Erstens galt es, aktuelle Daten zu soziodemografischen Merkmalen und ihrer beruflichen Situation zu erheben. Zweitens sollte ermittelt werden, wie Politikjournalisten die Auswirkungen aktueller ökonomischer und technischer Wandlungsprozesse auf ihre Tätigkeit wahrnehmen und bewerten. Die wichtigsten Ergebnisse werden im Folgenden knapp vorgestellt.

METHODIK

Politikjournalismus wird längst nicht mehr ausschließlich von fest angestellten Redakteuren in den Ressorts „Politik“ oder „Nachrichten/Aktuelles“ gemacht. Vielmehr ist eine Auflösung traditioneller Ressortstrukturen zu beobachten. Um diesen aktuellen Entwicklungen im Berufsfeld gerecht zu werden, haben wir die klassische Definition „Politikjournalist“ über die reine Ressortangehörigkeit hinaus erweitert. Befragt wurden daher auch (hauptberufliche) freie Journalisten, Journalisten ohne Ressortzuordnung und Journalisten aus anderen Ressorts, die sich nach eigenen Angaben vorrangig mit politischer Berichterstattung beschäftigen. Um eine möglichst große Anzahl an Politikjournalisten unproblematisch und kostengünstig zu erreichen, wurde die Befragung mithilfe eines Onlinefragebogens durchgeführt. Ende November 2009 haben wir 5.504 Einladungen zur Teilnahme an der Befragung per E-Mail versendet. Der Onlinefragebogen wurde insgesamt 916 Mal vollständig bearbeitet, das entspricht einer Ausschöpfungsquote von 17 Prozent – für ein Onlineinstrument in dieser intensiv befragten Berufsgruppe ein beachtlicher Rücklauf. Insbesondere mit Blick auf die Verteilung zwischen Mediengattungen und innerhalb der Hierarchie, können somit valide Aussagen über die aktuelle Situation von Politikjournalisten in Deutschland getroffen werden.

DER PROTOTYP DES DEUTSCHEN POLITIKJOURNALISTEN

Beschreibt man den *typischen Politikjournalisten* in Deutschland rein statistisch, so ergibt sich folgendes Bild: Es handelt sich um einen Mann, 46 Jahre alt. Er ist verheiratet oder in einer festen Partnerschaft und hat Kinder. Er hat ein Studium abgeschlossen und arbeitet seit ca. 19 Jahren als Journalist – in Berlin, Bayern oder Nordrhein-Westfalen. Er steht politisch den Grünen nahe und gehört mit einem Durchschnittseinkommen von ca. 2.900 Euro netto zu den Besserverdienenden unter deutschen Journalisten. (→ **Abb. 1**)

Vergleicht man diesen Politikjournalist-Prototypen mit seinen Kollegen aus anderen Ressorts und Themenbereichen, so lassen sich einige Besonderheiten feststellen: Politikjournalisten sind häufig älter als ihre Kollegen. Während im Durchschnitt etwa ein Drittel (33 Prozent) der Journalisten in Deutschland jünger als 36 Jahre ist, gehört in unserer Befragung nur etwa ein Sechstel (15 Prozent) dieser Altersgruppe an. Das verhältnismäßig hohe Alter verweist auf eine überdurchschnittlich lange Berufszugehörigkeit: Mit durchschnittlich 19 Jahren Berufserfahrung gehören Politikjournalisten zu den älteren Redaktionsmitgliedern. Im Betrieb nehmen sie häufig hohe hierarchische Stellungen ein: Über 40 Prozent der Befragten geben an, Leitungs- (Chefredakteur, Programmdirektor) oder Teilleitungspositionen zu besetzen, was sich auch in ihrem vergleichsweise hohen Durchschnittseinkommen von ca. 2.900 Euro netto widerspiegelt. Zum Vergleich: WEISCHENBERG et al. ermittelten 2005 für deutsche Journalisten ein durchschnittliches Nettoeinkommen von knapp 2.300 Euro.⁶ Politikjournalisten bilden jedoch keine homogene Gruppe. Jenseits der statistischen Mittelwerte gibt es eine Reihe von Faktoren, die Einfluss insbesondere auf Alter, Einkommen und hierarchische Position haben. Allen voran spielt das Geschlecht eine entscheidende Rolle: Der Frauenanteil im Politikjournalismus liegt mit 32 Prozent insgesamt etwas niedriger als der Durchschnitt im Journalismus insgesamt (37 Prozent). Die Anzahl der Frauen im Politikjournalismus nimmt mit steigendem Alter allerdings drastisch ab. Zudem sind Journalistinnen in den höheren Hierarchieebenen proportional schwach vertreten: Während ihr Anteil auf Redakteur-sebene mit einem Drittel ziemlich genau dem Anteil an Frauen im Politikjournalismus insgesamt entspricht, sind sie insbesondere auf Ebene der Chefredaktion und Programmdirektion nach wie vor radikal unterrepräsentiert. (→Abb. 2)

Mit einem durchschnittlichen Nettoeinkommen von 2.600 Euro verdienen Frauen im Schnitt rund 400 Euro weniger als ihre männlichen Kollegen. Im Vergleich zu bisherigen Forschungsbefunden ist der Einkommensunterschied zwischen Männern und Frauen im Politikjournalismus zwar etwas schwächer als im journalistischen Durchschnitt (WEISCHENBERG et al. ermittelten ein durchschnittliches Einkommen von 1.882 Euro für Frauen und 2.520 Euro für Männer). Dennoch lässt sich keine nachhaltige Besserung feststellen: Frauen sind nach wie vor in den unteren Einkommensgruppen überrepräsentiert und in den oberen unterrepräsentiert, also ökonomisch diskriminiert.⁷ (→Abb. 3)

Auch die Mediengattung wirkt sich auf die täglichen Arbeitsabläufe, die Wahrnehmung von Arbeitsdruck und vor allem auch auf das Einkommen aus. Die von uns befragten Politikjournalisten⁸ arbeiten – in absteigender Reihenfolge – vor allem für Tageszeitungen (33 Prozent der Nennungen), Fernsehen (23 Prozent der Nennungen), Hörfunk (22 Prozent der Nennungen) sowie Zeitschriften /Nachrichtenmagazine (19 Prozent der Nennungen). Die Einkommensunterschiede bei Politikjournalisten, je nach Medium, sind bemerkenswert. Am besten verdienen Politikjournalisten im Rundfunkbereich (insbesondere in öffentlich-rechtlichen Sendern), gefolgt von Tageszeitungen und Nachrichtenagenturen; am schlechtesten verdienen sie bei Onlinemedien.(→Abb. 4)

ABB.1: POLITIKJOURNALISTEN IM STATISTISCHEN DURCHSCHNITT

Geschlecht:

68 % Männer; 32 %
Frauen

Altersdurchschnitt:

4,6 Jahre

Beziehungsstatus:

51,1 % verheiratet;
31,1 % in fester Partner-
schaft

Kinder:

61,6 % mit Kindern

Hochschulabschluss oder höherer

Bildungsabschluss:

83,8 %

Berufserfahrung:

im Schnitt ca. 19 Jahre

Arbeitsort:

Berlin (27,1 %),
Bayern (15,7 %),
NRW (14,7 %)

Durchschnittseinkommen:

2.900 € (netto)

ABB.2: JOURNALISTISCHE POSITION INNERHALB DER REDAKTION – VERTEILUNG NACH GESCHLECHT

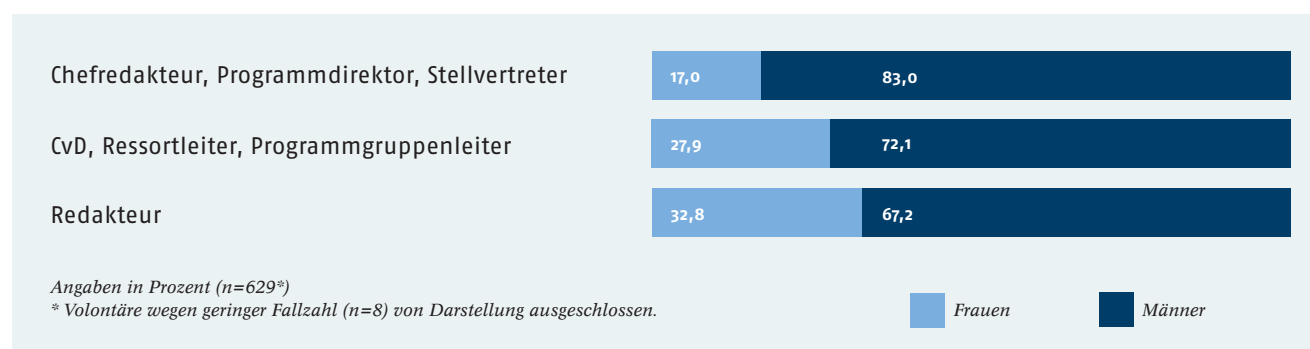


ABB. 3: NETTOEINKOMMEN IM VERGLEICH ZWISCHEN MÄNNERN UND FRAUEN

	FRAUEN (n=208)	MÄNNER (n=429)	GESAMT (n=637)
mehr als 7.000 €	0,5	1,2	0,9
bis 7.000 €	4,8	5,4	5,2
bis 6.000 €	4,8	5,6	5,3
bis 5.000 €	10,6	18,0	15,5
bis 4.000 €	18,8	26,2	23,7
bis 3.000 €	30,3	25,4	27,0
bis 2.000 €	23,6	15,9	18,4
bis 1.000 €	6,7	2,5	3,9
Gesamt	100,1*	100,2*	99,9*

Angaben in Prozent (n=629), * Abweichungen ergeben sich aus Rundungsdifferenzen*

SELBSTVERSTÄNDNIS VON POLITIKJOURNALISTEN: ERKLÄRER UND VERMITTLER

Was wollen Politikjournalisten mit ihrer Arbeit erreichen? Wie beschreiben sie selbst ihre Aufgabe? Dies wird in der nationalen wie internationalen Journalismusforschung unter dem Begriff „journalistisches Selbstverständnis“ verhandelt.⁹ Journalisten werden dabei nach ihrer persönlichen Zustimmung zu einzelnen Aussagen über mögliche Ziele journalistischer Arbeit befragt. Das Rollenselbstverständnis ist in der Forschung stark umstritten. Während stärker subjektorientierte Ansätze den individuellen Einstellungen Handlungsrelevanz, also unmittelbare Folgen für das journalistische Produkt zuschreiben¹⁰, werfen Kritiker diesen Studien vor, den Arbeitsprozess als *Blackbox* zu betrachten und strukturelle Aspekte der Medienproduktion außer Acht zu lassen.¹¹ Auch wir interpretieren im Folgenden unsere Befunde zum Selbstverständnis der befragten Journalisten in engem Zusammenhang zu strukturellen und organisatorischen Faktoren. Wichtig zudem: Die Selbstbeschreibungen der Journalisten sagen etwas über ihre Absichten und beruflichen Ideale aus. In welchem Maße diese jedoch im redaktionellen Handeln relevant werden, lässt sich nicht aus Befragungsergebnissen herleiten, sondern müsste beispielsweise durch Beobachtungen überprüft werden.

In unserer Erhebung dominiert die Zustimmung zu Aussagen, die ein auf Information und Vermittlung angelegtes journalistisches Selbstverständnis nahelegen. Die meiste Zustimmung erfährt hierbei das journalistische Ziel „komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln“: 96 Prozent der Befragten bestätigen, diesen Zweck mit ihrer Arbeit zu verfolgen. Fast drei Viertel der Politikjournalisten stimmen auch dem Ziel „Kritik an Missständen üben“ zu. Hierin unterscheiden sie sich von ihren Kollegen in anderen journalistischen Bereichen, in denen lediglich etwas mehr als die Hälfte dieses Ziel mit der eigenen Arbeit verfolgt.¹² Schwächer ausgeprägt ist hingegen die Zustimmung zu Aussagen, die auf Service und Unterhaltung zielen: Etwas weniger als die Hälfte der Befragten stimmt jeweils dem Ziel „Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln“ (49 Prozent) und „positive Ideale vermitteln“ (46 Prozent) zu.

Interessant ist, dass sich eine Verschiebung gegenüber bisherigen Forschungsbefunden zeigt, in denen die Erklärer- und Vermittlerrolle eine stärkere Zustimmung erhält als das Ziel, das Publikum neutral und präzise zu informieren.¹³ Dies verweist auf eine verstärkte Publikumsorientierung der Politikjournalisten. Sie geben an, im Durchschnitt täglich 38 Minuten der Arbeitszeit für Kontakte mit ihrem Publikum aufzuwenden – im Vergleich zu früheren Studien eine Steigerung auf das Doppelte.¹⁴ Mehr als ein Drittel der Befragten erhält häufig oder sehr häufig Kommentare und Reaktionen auf die eigene journalistische Arbeit vonseiten der Rezipienten. Die befragten Journalisten informieren sich auch aktiv über ihr Publikum: Mehr als die Hälfte (57 Prozent) gibt an, sich über

Marktforschungszahlen zu informieren, und über drei Viertel der Print- und Rundfunkjournalisten bestätigen, dass sie sich über Verkaufszahlen bzw. Sendungsquoten auf dem Laufenden halten. Eine zunehmende Rezipientenorientierung kann einerseits als Indiz für eine verstärkte Anpassung an ökonomische Handlungslogiken sein, andererseits aber auch darauf hindeuten, dass das Publikum – erleichtert durch neue technische Kommunikationsmöglichkeiten – mehr Einfluss auf den journalistischen Schaffensprozess gewinnt. Indem Vorlieben und Interessen der Rezipienten stärkere Beachtung bei Politikjournalisten finden, kann die Berichterstattung weniger elitär und so den (normativen) demokratischen Ansprüchen an Politikjournalismus besser gerecht werden.

ZWISCHEN ORGANISATORISCHER NEUSTRUKTURIERUNG UND TECHNISCHEM WANDEL

Das Internet und die Digitalisierung von Daten führen zu einer Anpassung der Arbeitsroutinen innerhalb der Redaktionen. GOOGLE ist aus dem journalistischen Arbeitsalltag nicht mehr wegzudenken. Neue Formen redaktioneller Organisation wie Newsdesk, zentrale Produktionseinheiten und digitale Produktionstechniken beeinflussen die tägliche Arbeit von Politikjournalisten. Der technische Wandel findet parallel zur zunehmenden Kommerzialisierung von Medienunternehmen statt und steht häufig im Zeichen ökonomischer Rationalisierung. Wie machen sich solche Entwicklungen im Politikjournalismus bemerkbar?

Ein Drittel der befragten Politikjournalisten arbeitet in Redaktionen ohne feste Ressortstruktur. Über die Hälfte gibt an, dass in ihrer Redaktion mit Newsdesks gearbeitet wird. Neun von zehn Journalisten bestätigen zudem, dass ihre journalistischen Produkte im Internet zweitverwertet werden, und drei Viertel der Befragten sind der Auffassung, dass die crossmediale Zusammenarbeit in ihrer Redaktion in den letzten fünf Jahren zugenommen habe. Politikjournalismus, häufig als Kernbereich der Profession beschrieben, befindet sich in einem Wandlungsprozess: Traditionelle Organisationsmuster in Redaktionen lösen sich zugunsten flexibler Arbeitsformen auf.

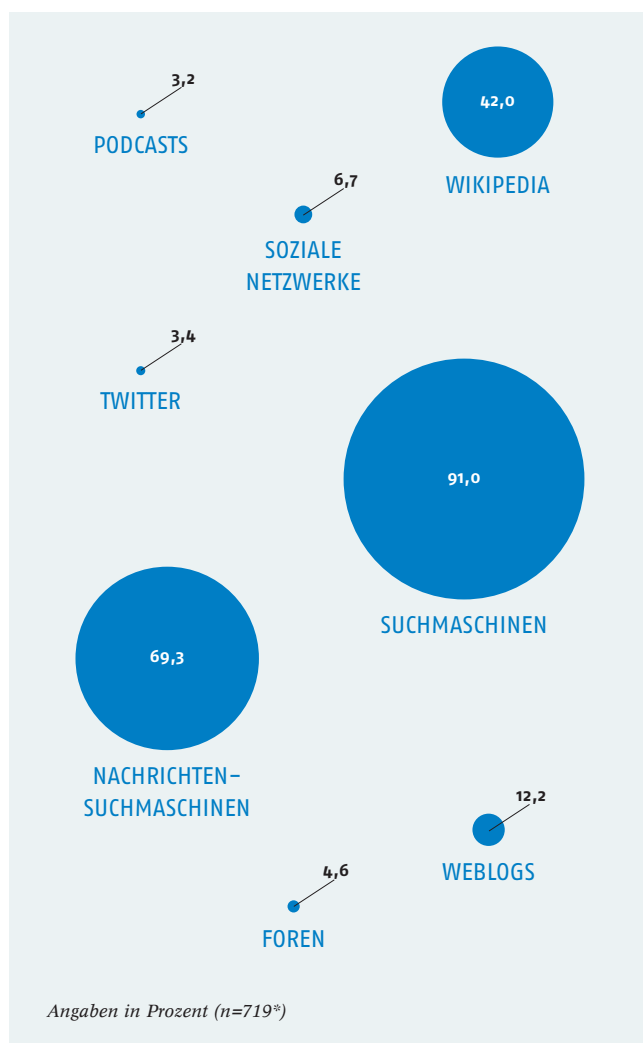
Wie werden diese Veränderungen von den Journalisten bewertet? Explizit abgefragt haben wir zunächst die Einschätzung der Auswirkungen von Newsdesks auf die tägliche Redaktionsarbeit. Die Ergebnisse fallen ambivalent aus: Newsdesks organisieren die Redaktionsarbeit neu und verändern dadurch die Kommunikationsstrukturen in den Redaktionen. Etwa die Hälfte der Befragten (52 Prozent) sehen die Kommunikation innerhalb der Redaktion durch Newsdesks verbessert. Der Aussage „Der Einsatz von Newsdesks verbessert die crossmediale Zusammenarbeit“ stimmen etwas mehr als zwei Drittel (67 Prozent) der Befragten zu. Ihr Einsatz verändert jedoch

ABB. 4: NETTOEINKOMMENSGRUPPEN NACH MEDIENTYP

	FERNSEHEN (n=110)	RADIO (n=99)	TAGES ZEITUNG (n=150)	NACHRICHTEN- AGENTUR (n=36)	ZEITSCHRIFT (n=54)	WOCHEN- ZEITUNG (n=32)	ONLINE (n=30)
bis 1.000 €	0,9	2,0	2,0	2,8	9,3	6,3	3,3
bis 2.000 €	8,2	13,1	16,0	11,1	24,1	31,3	30,0
bis 3.000 €	20,9	24,2	28,0	30,6	29,6	28,1	40,0
bis 4.000 €	32,7	22,2	32,0	33,3	9,3	21,9	13,3
bis 5.000 €	20,0	22,2	16,0	16,7	11,1	9,4	3,3
bis 6.000 €	5,5	10,1	2,7	2,8	9,3	0,0	6,7
bis 7.000 €	10,0	6,1	3,3	2,8	5,6	3,1	3,3
mehr als 7.000 €	1,8	0,0	0,0	0,0	1,9	0,0	0,0
Gesamt	100,0	99,9**	100,0	100,1**	100,2**	100,1**	99,9**

Angaben in Prozent (n=511*)
 * Fälle, die bei „Medientyp“ mehrere Antworten angegeben haben, wurden für diese Darstellung ausgeschlossen.
 ** Abweichungen ergeben sich aus Rundungsdifferenzen

ABB. 5: HÄUFIGE ODER SEHR HÄUFIGE NUTZUNG VON ONLINEINFORMATIONSQUELLEN



auch die beruflichen Anforderungen an die Redakteure: Knapp zwei Drittel (61 Prozent) der Journalisten machen sie für eine Zunahme des Arbeitsdrucks verantwortlich. Etwas mehr als die Hälfte (56 Prozent) vertritt die Auffassung, Newsdesks begünstigten den Stellenabbau in den Redaktionen. Einen negativen Zusammenhang zwischen dem Einsatz von Newsdesks und journalistischer Qualität sieht nur eine Minderheit der Befragten (27 Prozent).

Außer durch Veränderungen in der Organisationsstruktur und den Arbeitsabläufen innerhalb der Medienbetriebe wandelt sich die tägliche Arbeit der Politikjournalisten durch den Einsatz des Internets als Recherchemittel und Quelle. Hier dominiert vor allem der Suchmaschinengebrauch: Neun von zehn Politikjournalisten setzen häufig oder sehr häufig Suchmaschinen ein, mehr als zwei Drittel nutzen spezifische Nachrichtensuchmaschinen. Nach ihrer Nutzung journalistischer Angebote im Internet gefragt, werden fast ausschließlich Onlineauftritte etablierter Medienmarken genannt. Die drei meistgenannten Onlinemedien stammen aus denselben Medienhäusern wie die am häufigsten genannten Offlinemedien aus den Bereichen Zeitschriften (SPIEGEL), Tageszeitungen (SÜDDEUTSCHE ZEITUNG) und Fernsehen (TAGESSCHAU). Am häufigsten genannt wurde SPIEGEL ONLINE: Neun von zehn Politikjournalisten geben an, den Onlineableger des Printmagazins regelmäßig zu nutzen.

Die Druckausgabe des Magazins nennen ebenfalls neun von zehn Befragten. Dadurch dürften die Spezifik und Dynamik, mit denen die SPIEGEL-Medien Themen setzen und verhandeln, eine maßgebliche Bedeutung für die Orientierung von Journalisten haben. Partizipative Medien wie Blogs oder soziale Netzwerke werden durch Politikjournalisten nur wenig genutzt, mit Ausnahme der Internetenzyklopädie WIKIPEDIA. Die Nutzung des Internets als Recherchemittel verändert folglich die Rechercheroutinen insbesondere unter der Bedingung knapper Zeitressourcen. Als Quelle verstärkt es jedoch offenbar vor allem die mediale Selbstreferenz im Politikjournalismus, ohne neue Akteure oder Quellen in nennenswerter Weise auf den medialen Wahrnehmungsradar der Journalisten zu bringen. Hierin unterscheiden sich deutsche Journalisten von ihren Kollegen in den USA, bei denen beispielsweise Weblogs eine höhere Bedeutung als Informationsquelle haben. (→ Abb. 5)

Journalisten nur wenig genutzt, mit Ausnahme der Internetenzyklopädie WIKIPEDIA. Die Nutzung des Internets als Recherchemittel verändert folglich die Rechercheroutinen insbesondere unter der Bedingung knapper Zeitressourcen. Als Quelle verstärkt es jedoch offenbar vor allem die mediale Selbstreferenz im Politikjournalismus, ohne neue Akteure oder Quellen in nennenswerter Weise auf den medialen Wahrnehmungsradar der Journalisten zu bringen. Hierin unterscheiden sich deutsche Journalisten von ihren Kollegen in den USA, bei denen beispielsweise Weblogs eine höhere Bedeutung als Informationsquelle haben. (→ Abb. 5)

ENTWICKLUNGSTENDENZEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Kommerzialisierungs- und Ökonomisierungsprozesse können die journalistische Produktgestaltung auf verschiedene Art und Weise beeinflussen. Zum einen kann die redaktionelle Zusammenarbeit unter ökonomischen Kriterien optimiert werden – beispielsweise durch Personalabbau, Outsourcing, den Einsatz von Newsdesk Systemen und einer verstärkten crossmedialen Zusammenarbeit. Zum anderen kann das Primat der Ökonomie eine verstärkte Leser- bzw. Zielgruppenorientierung der journalistischen Produktgestaltung mit sich bringen. Dies äußert sich in Form einer veränderten Themen- und Nachrichtenselektion durch Journalisten bzw. in einer verstärkten Boulevardisierung bzw. Personalisierung der journalistischen Inhalte – was wiederum Einfluss auf die Qualität der Berichterstattung hat.

Die aktuelle Wirtschaftskrise und die damit verbundenen Einbrüche auf den Werbemärkten haben den ökonomischen Druck auf Medienunternehmen erhöht. Teilweise drastische Spar- und Rationalisierungsmaßnahmen sind die Folge. Wie stark fühlen sich Politikjournalisten, also im journalistischen Kerngeschäft Tätige, hiervon in ihrer täglichen Arbeit betroffen?

Zur Ermittlung der aktuellen Arbeitssituation haben wir nach Entwicklungen im beruflichen Umfeld in den letzten fünf Jahren gefragt. Dabei wurde zunächst nach der persönlichen (beruflichen) Situation, dann detailliert nach Veränderungen innerhalb der Redaktionen gefragt. Die Entwicklung ihrer eigenen beruflichen Situation bewerten die befragten Politikjournalisten – mit einer leichten Negativtendenz – verhältnismäßig undramatisch: Jeweils etwa ein Drittel der Befragten gibt an, ihre Situation habe sich verschlechtert (38 Prozent), sei gleich geblieben (31 Prozent) oder habe sich verbessert (32 Prozent). Journalisten bei Nachrichtenagenturen und Tageszeitungen schätzen ihre persönliche Lage schlechter ein als ihre Kollegen bei anderen Medien.

Die Bewertung der Arbeitssituation in der eigenen Redaktion fällt deutlich negativer aus: Fast drei Viertel (74 Prozent) der Befragten geben an, der Arbeitsdruck in der Redaktion habe zugenommen. Etwa die Hälfte (55 Prozent) bestätigt, dass sich die Personalsituation in ihrer Redaktion verschlechtert habe, und ähnlich viele (47 Prozent) Journalisten sind der Auffassung, die Recherchezeit habe abgenommen. Negative Auswirkungen auf die journalistische Qualität räumt aber nur ein Bruchteil der Befragten ein: Nur ein Drittel (34 Prozent) der Politikjournalisten ist davon überzeugt, dass eine Abnahme der journalistischen Qualität feststellbar sei. Ein Viertel (23 Prozent) zeigt sich vom Gegenteil überzeugt – die Qualität habe in den letzten fünf Jahren zugenommen.¹⁵ Im Medienvergleich sind es vor allem wieder Nachrichtenagenturen und Tageszeitungen, bei denen eine negative Entwicklung besonders stark wahrgenommen wird. Hinsichtlich der Einschätzung der Entwicklungen im Politikjournalismus ist insbesondere die starke Diskrepanz zwischen den Angaben zur eigenen Situation und der Bewertung der Situation in der eigenen Redaktion auffällig. Eine Ursache hierfür könnte darin liegen, dass wir nur Journalisten mit Beschäftigung befragt haben. Arbeitslose Journalisten, also diejenigen, die von Sparmaßnahmen am radikalsten persönlich betroffen sind, werden in unserer Erhebung nicht berücksichtigt. (→Abb. 6)

Welche Entwicklungen beschäftigen Politikjournalisten in beruflicher Hinsicht? Worin sehen sie derzeit die größten Herausforderungen für das Berufsfeld? Um Entwicklungstendenzen in der Profession zu ermitteln, haben wir in unserer Schlussfrage explorativ nach der Zukunft des Politikjournalismus aus Sicht der Macher gefragt. Bestimmte Aspekte werden dabei immer wieder genannt, sodass wir die Antworten kategorisieren konnten. Damit lassen sich zentrale Themenfelder benennen, denen Politikjournalisten eine hohe Relevanz für die Entwicklung des Berufsfeldes zusprechen. Am häufigsten thematisiert wer-

ABB.6: EINSCHÄTZUNG DER VERÄNDERUNG DER ARBEITSSITUATION IN DER EIGENEN REDAKTION NACH MEDIUM INNERHALB DER LETZTEN FÜNF JAHRE

	FERNSEHEN (n=132)	RADIO (n=113)	TAGES- ZEITUNG (n=168)	NACHRICHTEN- AGENTUR (n=39)	ZEITSCHRIFT (n=64)	WOCHEN- ZEITUNG (n=34)	ONLINE (n=30)
Recherchezeit	2,6	2,5	2,4	2,2	2,8	2,9	2,5
personelle Ausstattung	2,6	2,6	2,1	2,2	2,6	2,7	2,6
journalistische Qualität	2,9	2,8	2,7	2,8	3,2	2,9	3,5
Arbeitsdruck	3,9	4,1	4,1	3,9	3,8	3,8	3,8

(arithmetisches Mittel, bei 1 = stark abgenommen und 5 = stark zugenommen)

den die Bereiche „Digitalisierung/Internet“, „ökonomischer Druck“ und „journalistische Qualität“. So befürchtet eine 36-jährige Fernsehjournalistin einen zunehmenden journalistischen Qualitätsverfall angesichts von Einsparungen, Personalreduktion und Quotendruck:

„Es wird immer schwerer, angesichts der radikalen Sparmaßnahmen in allen Medien, Qualitätsjournalismus anzubieten. Es besteht die Gefahr, dass die Medien sich aufgrund von Rationalisierungsmaßnahmen immer ähnlicher werden (und zwar auf niedrigerem Niveau). Den Politikjournalisten muss es gelingen, den Herrschenden (egal ob in der Stadt, im Landkreis oder auf Bundesebene) genau auf die Finger zu schauen und ihr Tun – im Positiven wie im Negativen – öffentlich zu machen.“

Der Großteil der genannten Herausforderungen und Entwicklungen im Berufsfeld ist negativ konnotiert. Lediglich die Digitalisierung und das Internet werden in ihrer Bedeutung für den Politikjournalismus ambivalent bewertet, wie beispielsweise das Statement eines 44-jährigen Journalisten dokumentiert:

„Politikjournalismus ist – verglichen mit anderen Ressorts – krisenfest und wird zum Glück existieren, solange es Politik gibt. Neue technische Möglichkeiten via Internet machen das Geschäft allerdings noch schneller, damit auch fehleranfälliger – allerdings können sich damit wesentlich mehr Menschen in Debatten einmischen und sich Gehör verschaffen – das macht die Politikberichterstattung sogar vielfältiger und spannender (...)“



Im Rahmen der von uns durchgeführten Onlinebefragung lassen sich hier nur grobe Tendenzen identifizieren. Mittels Leitfadengesprächen mit einzelnen Journalisten sind tiefer gehende Analysen möglich, die differenzierter Aufschluss über aktuelle Wandlungsprozesse im Politikjournalismus und deren Folgen für das professionelle Handeln geben.

FAZIT

Der strukturelle und konjunkturelle Wandel im Journalismus lässt auch seinen normativen Kernbereich nicht unberührt. Politikjournalisten sind – genau wie ihre Kollegen in anderen Bereichen – von technologisch und ökonomisch induzierten Veränderungen betroffen. Immer weniger Politikjournalisten arbeiten mit klarer Ressortzuordnung. Newsdesks, zentrale Produktionseinheiten und digitales Content-Management haben auch in die Politikredaktionen Einzug gehalten. Journalistische Produkte werden zunehmend crossmedial verwertet, provozieren neue Arbeitsroutinen und fordern neue Fähigkeiten. Politikjournalisten haben durchschnittlich mehr Berufserfahrung, höhere hierarchische Positionen und ein besseres Einkommen als ihre Kollegen. Das schützt sie

aber nicht vor einer spürbaren Zunahme der Leistungsanforderungen und verstärktem Produktionsdruck: Etwas mehr als ein Drittel kommt zu dem Schluss, dass sich ihre berufliche Situation in den letzten fünf Jahren verschlechtert habe, mehr als die Hälfte der Befragten beklagt gestiegenen Leistungsdruck und/oder eine Verschlechterung der personellen Situation in der eigenen Redaktion. Besonders ausgeprägt sind diese Tendenzen bei Tageszeitungen und Nachrichtenagenturen. Eine direkte Rückwirkung auf die Produkte ihrer Arbeit sehen aber die wenigsten der Befragten: Nur eine Minderheit ist der Auffassung, die journalistische Qualität habe in den letzten Jahren abgenommen. Hinweise auf Veränderungen im Berufsfeld machen sich jedoch mit Blick auf das berufliche Selbstverständnis von Politikjournalisten bemerkbar: Unsere Befunde deuten auf eine zunehmende Publikumsorientierung hin. Politikjournalisten sehen sich vermehrt als Erklärer und Vermittler, bringen zunehmend Zeit für ihren täglichen Kontakt mit dem Publikum auf und informieren sich aktiv über Zielgruppe und Reichweite ihrer Medienprodukte. Wohin geht es also zukünftig mit dem Politikjournalismus? Aus Sicht der Macher liegen die Herausforderungen der nächsten Jahre vor allem im Bereich der Digitalisierung und des Internets, einer Zunahme des ökonomischen Drucks auf die journalistische Arbeit und in der Sicherung der journalistischen Qualität. Politikjournalisten sind zwar mit einer Reihe von Wandlungsprozessen konfrontiert, haben aber offensichtlich die zentralen Herausforderungen ihrer Profession erkannt. In welcher Form sich qualitativ hochwertiger Politikjournalismus auch in Zukunft machen lässt, ist angesichts der aktuellen Entwicklungen schwer vorherzusagen. Dass es aber auch zukünftig Politikjournalismus und auf Politik spezialisierte Journalisten geben wird, darüber bestehen – trotz struktureller Veränderungen im Berufsfeld – keine Zweifel.//

→ Die vollständige Studie kann kostenlos über www.journalistenspiegel.de heruntergeladen werden

ENDNOTEN

- ¹ Bei der Beschäftigung mit Politikjournalistinnen und -journalisten wird nachfolgend die Bezeichnung „Politikjournalisten“ verwendet, um männliche und weibliche Vertreter der Profession zu bezeichnen. Eine explizite sprachliche Unterscheidung erfolgt jedoch bei der Beschreibung von Differenzen und/oder Ähnlichkeiten zwischen den Geschlechtern.
- ² Vgl. beispielsweise frühere Studien von Hans Mathias Kepplinger, Wolfgang Donsbach und Renate Köcher.
- ³ Vgl. Weischenberg / Malik / Scholl (2006). Einen strukturell orientierten Ansatz verfolgen auch Schneider / Schönbach / Stürzebecher (1993).
- ⁴ Vgl. hierzu exemplarisch die Arbeiten von Thorsten Quandt / Martin Löffelholz, Peter Bihl; Marcell Machill; Christoph Neuberger und Jan Schmidt.
- ⁵ Die meisten Arbeiten richten ihr Augenmerk vor allem auf die Gesamtheit der hauptberuflichen Journalisten, ohne sich im Detail den Politikjournalisten zu widmen. Zwar lassen sich aus ihnen einige interessante Befunde hinsichtlich der Arbeitsroutinen und Einstellungen von Journalisten im Ressort „Politik“ ermitteln (vgl. hierzu: Altmeyen / Löffelholz (1998), S. 102 ff.), dennoch ist eine Feinanalyse anhand der publizierten Daten nur eingeschränkt möglich.
- ⁶ Vgl. Weischenberg et al. (2006), S. 61.
- ⁷ Vgl. Weischenberg et al. (2006), S. 64. Für einen Vergleich der beruflichen Situation von Männern und Frauen im Journalismus siehe vor allem auch Schwenk (2006).
- ⁸ Mehrfachnennungen möglich.
- ⁹ Vgl. beispielsweise Weischenberg et al. (2006), sowie die für den angloamerikanischen Raum relevanten Arbeiten von Weaver et al.
- ¹⁰ Siehe frühere Studien von Hans Mathias Kepplinger, Wolfgang Donsbach und Renate Köcher.
- ¹¹ Vgl. Schneider et al. (1993); Altmeyen / Löffelholz (1998); Weischenberg et al. (2006).
- ¹² Vgl. Weischenberg (2006), S. 106.
- ¹³ Vgl. Weischenberg (2006), S. 102.
- ¹⁴ Zum Vergleich: Weischenberg et al. ermittelten 2005 einen Wert von 18 Minuten. Vgl. ebd. (2006), S. 270.
- ¹⁵ Dies sind subjektive Qualitätsbewertungen vonseiten der befragten Journalisten. Objektive Aussagen über die Qualität journalistischer Produkte lassen sich anhand einer Befragung nicht treffen. Hierfür wäre methodisch eine Inhaltsanalyse oder Beobachtung nötig.

LITERATUR

- Altmeyen, K.-D. / Löffelholz, M.** (1998): Zwischen Verlautbarungsorgan und vierter Gewalt. Strukturen, Abhängigkeiten und Perspektiven des politischen Journalismus, in: Sarcinelli, U. (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Wiesbaden, S. 97-125.
- Lünenborg, M.** (2008): Die Aufmacher – Geschlechterverhältnisse im Politikressort. In: Dorer, J. / Geiger, B. / Köpl, R. (Hrsg.): Medien – Politik – Geschlecht. Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden, S. 155-171.
- Schneider, B. / Schönbach, K. / Stürzebecher, D.** (1993): Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit, in: Publizistik, 38, S. 5-30.
- Schwenk, J.** (2006): Berufsfeld Journalismus. Aktuelle Befunde zur beruflichen Situation und Karriere von Frauen und Männern im Journalismus, München.
- Weischenberg, S. / Malik, M. / Scholl, A.** (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland, Konstanz.



Die Autorin **PROF. DR. MARGRETH LÜNEBORG** leitet als Professorin die Arbeitsstelle *Journalistik am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der FREIEN UNIVERSITÄT BERLIN* und ist Direktorin des *Internationalen Journalisten-Kollegs*.



Der Autor **SIMON BERGHOFER, M.A.**, hat *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und Literaturwissenschaft an der FREIEN UNIVERSITÄT BERLIN* studiert.