

Fünf Tage für guten Journalismus

Annette Hillebrand, Direktorin der Akademie für Publizistik, fordert von Verlagen und Sendern eine Selbstverpflichtung zur jährlichen Weiterbildung

Hamburg, August 2010. Wenn eine Ärztin das moderne Ultraschallgerät in ihrer Praxis einsetzen will, braucht sie eine Schulung. Wenn ein Lehrer neue Lernformen ausprobieren möchte, macht er eine Fortbildung. Wenn ein Printjournalist crossmedial arbeiten will, braucht er... Genau.

Doch was für Lehrer und Ärzte selbstverständlich ist, wird in Medienhäusern nicht mal diskutiert: verpflichtende kontinuierliche Weiterbildung. Für Journalisten gelten offenbar andere Maßstäbe. Genau gesagt keine. Das ist hochriskant. Denn ohne regelmäßige Fortbildung ist die Qualität journalistischer Arbeit bedroht. Weiterqualifizierung für Journalisten sollte daher nicht die Ausnahme, sondern die Regel sein.

Qualitätsjournalismus in Gefahr

1. Die Erlöse aus Vertrieb und Anzeigen sind in Folge der Medien- und Wirtschaftskrise stark zurückgegangen. Die Verlage haben Mitarbeitende entlassen und Redaktionen verkleinert. Die geschrumpfte Belegschaft soll weiterhin gute, nein: noch bessere journalistische Produkte liefern. Das kann nicht gelingen – und es gelingt auch nicht.
2. Die meisten Journalisten sind angesichts vieler neuer Aufgaben überfordert. Sie sollen handwerkliche Fertigkeiten beherrschen, die in ihrer Ausbildung nicht vorkamen: teasern, twittern, podcasten. Sie sollen sich geschmeidig am Newsdesk und im Newsroom bewegen, den neuen Organisationsformen ihrer Redaktion.
3. Im Kampf um die Aufmerksamkeit ihrer Leser, Hörer und Zuschauer haben die Medien eine wirkungsmächtige Konkurrenz bekommen: allen voran die Blogger, die sich der Möglichkeiten des Internets bedienen – an allen Kanälen der etablierten Medien vorbei. Und diese Publizisten finden Leser, Hörer und Zuschauer. Da hilft kein Jammern und Klagen, da hilft nur besser sein mit

eigenen Strategien fürs Netz. Nur so gewinnen die etablierten Medien ihre Aufmerksamkeit zurück und nur so gelangen sie an die gewünschten Erlöse.

Selbstverpflichtung zur Weiterbildung

Wenn Qualität im Journalismus so wichtig ist, wie auf allen Kongressen beschworen, dann sollten wenigstens die Qualitätsmedien diese auch befördern. Ich schlage daher vor, dass Verlage und Sender eine Selbstverpflichtung eingehen: Fünf Tage Weiterbildung pro Jahr für alle Journalisten. Ziel und Inhalt der Weiterbildung legen Mitarbeiter und Führungskraft im jährlichen Mitarbeitergespräch individuell fest. Der Journalist veröffentlicht die für die Redaktion relevanten Erkenntnisse, die er beim Seminar gewonnen hat. So profitieren auch die Kollegen. Die Führungskraft gibt den Weiterbildungsinstitutionen Feedback, wie nützlich und gut ihr Seminar war. Daraus wieder lernen die Institutionen.

Wo der Bedarf am größten ist, das erfahren wir an der Akademie für Publizistik von den vielen Journalistinnen und Journalisten, die als Teilnehmer und Dozenten jährlich in unser Haus kommen:

1. **Handwerk:** neue Publikationsformen, Audio, Video und Recherche im Netz, Storytelling, Textdramaturgie, Teaser, Vorspann- und Interviewtechniken.
2. **Informationen** über die Entwicklung des Medienmarktes, Mediennutzungsverhalten, social media, Marketingstrategien, Interessen des Publikums, Medienökonomie und Finanzierungsmodelle von Medien in Deutschland, Europa, Übersee.
3. **Kommunikations- und Führungstechniken:** Der schreibbegabte Einzelkämpfer wird weiterhin gebraucht. Aber der teamfähige Gruppenspieler ist wichtiger geworden. Das heißt: Training in Teamführung, Gesprächsführung, Motivation, Konfliktgesprächen.

Wenn Weiterbildung zur Arbeit gehört wie Lesen und Schreiben, wird guter Journalismus eine Zukunft haben.

Weitere Informationen zur Akademie für Publizistik: www.akademie-fuer-publizistik.de

Die **Akademie für Publizistik** in Hamburg bietet seit 1970 Aus- und Weiterbildung für Journalistinnen und Journalisten aller Medien an. Renommierete Dozenten aus der Medienbranche unterrichten in Kompaktkursen für Volontäre und in Weiterbildungsseminaren zu aktuellen Themen der journalistischen Praxis. Getragen wird die Akademie für Publizistik von einem gemeinnützigen Verein, dessen Mitglieder Verlage, Verleger- und Journalistenverbände sind.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Kirstin Marquardt
Akademie für Publizistik
Telefon 040 / 41 47 96 -22
E-Mail: K.Marquardt@Akademie-fuer-Publizistik.de

Andrea Krüppel
Mann beißt Hund – Agentur für
Kommunikation GmbH
Telefon 040 / 890 696 -27
E-Mail: ak@mann-beisst-hund.de