

Fit in die Zukunft? Herausforderungen für die Journalistenausbildung

Ulrich Brenner

Die Zukunft des Journalismus und der Journalistenausbildung
Vortrag für das Symposium zu Ehren von Heinz Pürer
am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
der Universität München, 19.10.2007.

Ganz herzlichen Glückwunsch Ihnen, lieber Herr Pürer, namens der Deutschen Journalistenschule. Alles Gute und vielen Dank für viele Jahre guter Zusammenarbeit. Dank besonders auch für die – trotz des Massenbetriebs auch an Ihrem Institut – persönliche, oft anteilnehmende Betreuung der Studentinnen und Studenten, die wir gemeinsam ausbilden. Und ganz persönlich: Herzlichen Dank für die Begleitung und die überaus anregenden Gespräche, die wir in den vergangenen fünf Jahren geführt haben.

Seit 1973 bildet das IfKW gemeinsam mit der DJS Journalistinnen und Journalisten aus. Als „Münchener Modell“ ist diese Kooperation weit über diese Stadt hinaus bekannt geworden. Ich habe diese Zusammenarbeit immer sehr positiv gesehen, nicht zuletzt deshalb, weil ich seit den frühen 80er Jahren als Dozent an der DJS die jungen Diplomstudentinnen und -studenten beobachten und mit ihnen arbeiten konnte – die allermeisten sehr ernsthafte, kreative, kritische und durchaus auch selbstkritische junge Leute. Und ich konnte verfolgen, wie sie später als verantwortungsbewusste und erfolgreiche Journalisten in vielen Redaktionen arbeiteten. Ich weiß, dass nicht alle Mitarbeiter des Instituts diese Kooperation ebenso positiv gesehen haben, im Gegenteil. Ich fand mich aber bestätigt in dem Aufsatz von Stephan Ruß-Mohl über Journalistenschulen in dem 2002 unter anderem von Walter Hömberg herausgegebenen Buch „Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt“.¹ Professor Ruß-Mohl spricht hier davon, dass in München „probiert wurde, was nach heutigem Erkenntnisstand als das wohl vielversprechendste Ausbildungsmodell gelten dürfte“. Er meint damit die Symbiose von universitärer – wissenschaftlicher – Ausbildung und praktischem Training an einer privaten Schule. Sach- und Reflexionswissen von der Universität vermittelt, das Fachwissen, das journalistische Handwerk, von einer Journalistenschule, dieses Modell werde, so Ruß-Mohl, auch im 21. Jahrhundert zukunftsweisend sein.

Ich bin fest davon überzeugt, dass wir das sein werden – zukunftsweisend –, auch mit dem neuen Masterstudiengang, den wir gemeinsam zum Wintersemester 2008/2009 starten. Vorausgesetzt, wir schaffen es, zwei Ausbildungsziele unter einen Hut zu bringen, die sich zu-

¹ Ruß-Mohl, Stephan (2002). Entdeckerdrang, Beobachtungskunst und hippokratischer Eid. In: Klaus-Dieter Altmeyden & Walter Hömberg (Hrsg.), *Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt. Diagnosen, Institutionen, Projekte* (S. 123-133). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

mindest teilweise zu widersprechen scheinen: unsere Studenten umfassend vorzubereiten auf die Erwartungen und Anforderungen der Medienunternehmen und auf das veränderte Mediennutzungsverhalten – und dabei gleichzeitig nie die journalistische Qualität und die große Verantwortung, die Journalisten in unserer demokratischen Gesellschaft tragen, aus den Augen zu verlieren.

„Fit in die Zukunft? – Herausforderungen für die Journalistenausbildung“ hat mir Michael Meyen als Titel für meinen Beitrag vorgegeben. Fit für die Zukunft – mit Fragezeichen! Mit dem Fragezeichen bin ich, im Blick auf die gemeinsame Ausbildung im Aufbaustudiengang und ab dem nächsten Jahr im Masterstudiengang, nicht einverstanden. Es müsste da ein Ausrufezeichen stehen: Fit für die Zukunft! Das ist unser Anspruch. Und den erfüllen wir auch. Richtig ist dagegen die Unterzeile, wenn sie von Herausforderungen für die Journalistenausbildung spricht. Ich denke, dass es noch nie so schwierig gewesen ist, ein Curriculum zu entwickeln und zu realisieren, das angehende Journalistinnen und Journalisten tatsächlich fit für die *Zukunft* macht, nicht einmal fit für eine nahe Zukunft. Den Grund für diese Schwierigkeiten kennen Sie alle. Es sind die technischen Entwicklungen im Medienbereich, die dazu führten, dass jahrzehntelang bestehende, klar umrissene Berufsbilder nicht mehr taugen; dass die Grenzen zwischen den Medienbereichen, die früher durch die verschiedenen Verbreitungswege gezogen wurden, nicht mehr gelten. Und schwierig hat es vor allem die Rasanz gemacht – und macht es –, mit der sich diese Entwicklung vollzog und sich weitere Entwicklungen vollziehen werden.

Die Deutsche Journalistenschule war immer auf der Höhe der Zeit. Immer galt der Grundsatz: Wir müssen unsere Schülerinnen und Schüler so ausbilden, dass sie sofort nach der Ausbildung als vollwertige Arbeitskraft einsteigen können in der Redaktion, in der sie in den Beruf starten wollen. Dazu gehörte auch, sie so zu trainieren, dass sie immer sicher mit der jeweils aktuellen Technik umgehen konnten und diese beherrschten. Wenn ich in die Chronik der DJS schaue, so sehe ich, dass früher die Zyklen, in denen nach einem einmal gefundenen Ausbildungsplan unterrichtet wurde, immer viele Jahre umfassten. Natürlich drehten die Schulleiter und Dozenten immer wieder an Stellschrauben, aber wirklich große Schritte tat die DJS nur im Abstand vieler Jahre.

Heute fragen wir uns buchstäblich von Jahrgang zu Jahrgang, ja von Kurs zu Kurs, ob wir vielleicht einen Trend oder eine Innovation in der journalistischen Arbeitswelt übersehen haben, die wichtig sein könnte, wenn es um berufliche Fitness für die Zukunft geht. Müssen wir unsere TV-Ausbildung ergänzen, weil Handy-TV anders gestaltete Filmbeiträge erfordert als wir sie bisher für den größeren Bildschirm produziert haben? Gelten für einen Audio-Podcast

andere Gesetze als für einen klassischen Radio-Beitrag? Sind Blogs eine journalistisch relevante Mitteilungsform oder findet da eh nur Schwachsinn statt? Müssen wir mehr Gewicht auf Nutzwertjournalismus legen, weil das Publikum angeblich Service, Service, Service von den Medien erwartet? Ist dies oder jenes von Bestand oder ist es nur eine von den vielen Säulen, die in immer kürzeren Abständen durchs Dorf getrieben werden? Der Fragenkatalog ließe sich beliebig erweitern.

Die neuen Trends geben sehr oft nicht die Journalisten vor, sondern die Manager in den Medienhäusern, denen die neue Techniken ganz neue Möglichkeiten geboten haben und bieten, kaufmännische Kreativität zu entwickeln. Nehmen wir einen Kaufmann in einem Tageszeitungsverlag. Wenn der sich den idealen Lokalredakteur backen könnte, sähe dessen Job während einer Stadtratssitzung und danach folgendermaßen aus: Er rückt mit Schreibblock, Digital-Fotoapparat, Audio-Aufnahmegerät und Videokamera im Rathaus an, natürlich hat er auch seinen Laptop dabei. Er verfolgt die Sitzung, macht sich Notizen, schießt ein Foto, wenn er Glück hat von einer spannenden Abstimmungssituation, schneidet interessante Abschnitte der Debatte mit seinem Aufnahmegerät mit, dreht hinterher mit der Videokamera ein Interview mit dem Bürgermeister oder den Fraktionsvorsitzenden, das heißt, er stellt gleichzeitig die Fragen und filmt, behält das Licht im Auge und den Bildausschnitt. Dann setzt er sich an seinen Laptop, tippt eine Meldung für den Online-Auftritt der Zeitung und übermittelt sie samt dem Foto in die Redaktion oder gleich direkt auf die Website des Verlages. Der hatte ihm ja vor geraumer Zeit „online first“ als oberste Maxime für sein Tun vorgegeben. Anschließend schneidet der Redakteur, ebenfalls an seinem Laptop, einige gute Takes aus seiner Audio-Aufzeichnung, übermittelt diese ebenfalls, und dann dickt er, auch das am Laptop, das viel zu lange Video-Interview auf ein oder zwei Minuten ein und stellt auch dieses auf die Zeitungs-Homepage. Schließlich macht er sich daran, seinen Gemeinderatsbericht für die am anderen Tag erscheinende Zeitung zu schreiben, und vielleicht darf er ja auch noch einen Kommentar verfassen.

Science Fiction? Nicht mehr, oder nicht mehr lange, wenn vielleicht auch nicht in dieser überspitzten Form. Wenn Sie bei *google* die beiden Wörter „online first“ eingeben, erhalten sie ungefähr 105 000 Fundstellen – ausschließlich auf deutschsprachigen Seiten. Bei *Wikipedia* ist „online first“ ein eigenständiger Eintrag. Ein anderes Schlaglicht: Uwe Vorkötter, der Chefredakteur der *Frankfurter Rundschau*, war kürzlich zu einem Werkstattgespräch in der Journalistenschule. Auf die Frage, was denn nun nach der Umstellung seiner Zeitung aufs Tabloid-Format die nächste Herausforderung für ihn sein werde, antwortete er: „Nun ja, alle reden vom Bewegtbild.“ Bei Zeitungen, wohlgemerkt, reden sie alle vom Bewegtbild.

Was dabei herauskommt, wenn Verlage nicht nur von Bewegtbild reden, sondern von ihren Redakteuren Bewegtbilder produzieren lassen, können Sie sich anschauen auf den Webseiten so mancher Lokal- oder Regionalzeitung. Schlagen Sie mal die Seiten der *Glocke* oder des *Flensburger Tageblatts* auf, und Sie werden Ihre wahre Freude haben an den Wackelbildchen, den wilden Schwenks und Zooms, die Sie dort sehen. Sehr schön ist auch immer *Südkurier TV* aus Konstanz gewesen, ein erheiterndes Laienspiel.

Die RBB-Intendantin Dagmar Reim will die Hörfunk- und die Fernseh-Programmdirektion ihres Senders zusammenlegen. In einer Pressemitteilung ihres Senders nannte sie dies „einen mutigen Schritt in die digitale Welt“; die Konvergenz der Medien verlange neue Strukturen. Auf einer DJS-Veranstaltung in Berlin vor acht Tagen sprach die Intendantin von ihrem Ziel, eine „starke trimediale Redaktion“ aufzustellen, „die das Aktuelle macht“. Mit trimedial meint sie Radio, Fernsehen und Internet. Dagegen ist überhaupt nichts zu sagen. Aber die Versuchung ist natürlich groß, mit der Restrukturierung von Redaktionen gleich auch Geld zu sparen: weniger Dreierteams aus Journalist, Kameramann und Tontechniker einzusetzen, stattdessen VJs, die alles alleine machen und hinterher auch noch den Cutter sparen, weil sie selbst schneiden. Nicht nur bei den Privaten, auch in vielen Regionalstudios von öffentlich-rechtlichen Hörfunksendern ist es heute üblich, dass die Radioreporter von einem Termin auch einige Videosequenzen mitbringen, für den Internetauftritt des Senders.

Was heißt das alles für die Ausbildung? Einfach ignorieren? Das kann es nicht sein. Schon gar nicht, wenn dem Ausbilder journalistische Qualität am Herzen liegt. Natürlich haben wir an der DJS VJ-Ausrüstungen angeschafft und trainieren mit unseren Schülerinnen und Schülern diese inzwischen nicht mehr ganz neue Art, journalistisch für Fernsehen und Internet zu arbeiten – nicht Feuer und Flamme für dieses Sparmodell, sondern begleitet von sehr kritischen Hinweisen auf die Grenzen dieser Arbeitsweise – aber auch auf die Möglichkeiten.

Journalistenausbildung heute muss crossmedial sein. Es gibt wohl niemanden, der diesem Postulat widerspricht. Multimedial war die Ausbildung an der DJS schon immer. Es gibt da schon lange die Unterrichtsblöcke Print – Zeitung und Zeitschrift –, Radio, Fernsehen und seit einigen Jahren auch Online. Bis vor kurzem haben wir dazu gesagt: ideal, um Erfahrungen in den verschiedenen Medien zu sammeln und festzustellen, wo die persönlichen Talente liegen, was einem am meisten Spaß macht. Und sich dann, gut vorbereitet, für ein Medium zu entscheiden. Heute ist aus multimedial crossmedial geworden: die Aufbereitung ein und desselben Stoffes und Themas für verschiedene Medien. Es geht zwar immer noch darum, die Gesetzmäßigkeiten der einzelnen Bereiche Print, Radio, Fernsehen kennen und beherrschen zu

lernen und den Umgang mit der jeweiligen Technik zu üben. Aber es ist etwas Entscheidendes dazugekommen: In vielen Medienhäusern wird heute nicht mehr nur erwartet, dass ein junger Journalist in *einem* Bereich topfit ist, sondern er soll in allen, mindestens in mehreren, Content liefern können (wie das so schön heißt).

Das hat Folgen für die Ausbildung. Wenn wir ein Thema erarbeiten, kann die Frage nicht mehr nur lauten: Was ist dafür die optimale Darstellungsform? Oder: Wie machen wir daraus eine hervorragende Reportage für die Seite 3 oder einen spannenden Radio-Beitrag fürs Mittagsmagazin? Die Frage lautet jetzt: **Was machen wir wie für welches Medium?** Multimediales, crossmediales Denken also – es ist, da bin ich mir sicher, unabdingbar für eine erfolgreiche journalistische Laufbahn.

Um crossmedial denken zu können, muss man Ahnung haben von der Technik in den verschiedenen Medien – von Print-Redaktionssystemen, von Audio-Aufnahmegeräten und Kameras, und man muss die Schnittprogramme für Audio und Video beherrschen, dazu Grundlagen der Internettechnik. Deshalb trainieren wir das intensiv. Nicht alle Ausbilder vertreten diese Position, manche sagen, Technikkompetenz könne man sich später ganz schnell aneignen. Ich bin da skeptisch. Technikkompetenz, das Wissen, was technisch geht, ist die Grundlage für crossmediales Denken und ähnlich wichtig wie die eigentlichen, traditionellen journalistischen Qualitätsregeln der verschiedenen Medienbereiche. Was Letztere anbetrifft, sind die Ansprüche in den Medienhäusern teilweise dramatisch gesunken. Auf einer Ausbilder- und Personalleiterkonferenz, die kürzlich der MedienCampus Bayern veranstaltet hat, berichtete eine Volontärin einer Zeitschrift eines sehr großen deutschen Verlages, wie man ihr und anderen interessierten Volontären eine Videokamera in Hand gedrückt habe mit der Aufforderung: Jetzt filmt einfach mal. Der Chefredakteur sei hinterher total begeistert gewesen und selbstverständlich seien die Filme sofort auf die Homepage der Zeitschrift gestellt worden.

Da sind wir schon ein wenig anspruchsvoller. An der Journalistenschule haben wir uns entschieden, die Ausbildungsblöcke Print, Radio und Fernsehen weiterhin hintereinander weg und aufeinander aufbauend abzuhandeln, sehr gründlich die verschiedenen journalistischen Arbeitsinstrumente, die unterschiedlichen Darstellungsformen, die Vermittlung komplizierter Sachverhalte, die Bewertungskriterien für Informationen usw. zu lehren und zu üben – diese Blöcke aber thematisch miteinander zu verzahnen und zum Schluss der Ausbildung in einem Internet-/Online-Block zusammenzuführen. Bei den Aufbaustudenten der Klasse 45A haben wir zum Beispiel die Unterrichtseinheiten zum Thema Wirtschaft von Anfang an mit drei Dozenten aus drei verschiedenen Medien besetzt: Ein Zeitungs-, ein Radio- und ein Fernsehredakteur haben über die Blöcke hinweg mit der Klasse den aktuellen Themenkomplex „Nach-

folge in mittelständischen Unternehmen“ beackert. Immer stand dabei die Frage im Raum: Was machen wir wie in welchem Medium? Es ging darum, zügig und sicher zu entscheiden, welches Element einer Geschichte in welchem Medium am besten erzählt werden kann, und dieses dann, und zwar von allen Schülern, auch umzusetzen.

Die Dozenten und die Schülerinnen und Schüler bewerteten diesen Versuch sehr positiv, wir werden damit verstärkt weitermachen, auch in anderen „Ressorts“. In den Kursen sind Stücke entstanden, die professionellen Ansprüchen absolut genügten. Mehrere Texte hat die Münchner *Abendzeitung* auf ihren Wirtschaftsseiten abgedruckt, zwei der Filme aus dem TV-Block wird das *Bayerische Fernsehen* senden.

Wohlgemerkt, ich rede hier von der Journalistenschule. Ich glaube nicht, dass das, was wir auf diese Weise im Unterricht trainieren, ein sinnvolles Modell für Qualitätsarbeit von Redaktionen sein kann. Die eierlegende Wollmilchsau ist im Zusammenhang mit Internet bzw. Crossmedia und künftigen journalistischen Berufsbildern oft bemüht worden. Ich bin überzeugt, dass die Qualität ihrer Tätigkeit in allen Bereichen leidet, wenn Journalisten arbeiten wie eingangs am Beispiel des Lokalredakteurs beschrieben. „Datenmüll“ sei erfahrungsgemäß das Resultat eines solchen Generalismus’, sagt Wolfgang Büchner, der Vize-Chefredakteur von *Spiegel Online*. Da hat er recht. Die Idee, die hinter unserem Ausbildungsmodell steht, lautet: **Alles wissen, kennen und können – also crossmedial denken können –, aber nicht alles machen.**

Noch wissen wir nicht, wo genau die Reise hingeht. Beim ersten Weltkongress für Journalismusausbildung, der vor einigen Wochen in Singapur stattfand, war wohl die Mehrheit der Teilnehmer der Ansicht, das Modell eines alle Mediengattungen beherrschenden Journalisten scheine „sich kaum voll durchzusetzen“ – so vage hat es Sylvia Egli von Matt, die Direktorin der Schweizer Journalistenschule MAZ in Luzern, in der *Neuen Zürcher Zeitung* formuliert. Wahrscheinlicher sei aus heutiger Sicht, dass die Journalisten der Zukunft bimedial arbeiten; auskennen müssten sie sich aber in allen Medien. Ich fürchte, es wird unter dem zunehmenden kommerziellen Druck nicht bei bimedial bleiben.

Interessant ist übrigens, dass die Wissenschaftler, Journalisten und Ausbilder auf dem Kongress sehr stark auf die *Haltung* angehender Journalistinnen und Journalisten abhoben, die aber nur sehr bedingt vermittelt werden könne und eher eine Voraussetzung für den angestrebten Beruf sei. Gesucht seien junge Frauen und Männer, die

- unvoreingenommen an ein Thema herangehen,
- es genau wissen wollen,
- eine skeptische Grundhaltung haben.

- leidenschaftlich ihren Beruf ausüben und
- im Journalismus eine verantwortungsvolle gesellschaftliche Aufgabe sehen.

All das sind Kriterien bei unserer Aufnahmeprüfung, und all das kann man sehr wohl im Rahmen der Ausbildung auch fordern und fördern, das können Dozenten vermitteln und vorleben, täglich neu, und mit den Studentinnen und Studenten üben an jedem konkreten Thema, das auf dem Stundenplan steht.

Heute mit unseren Ansprüchen und nach unserem Verständnis Journalisten auszubilden, ist auch so etwas wie eine Abwehrschlacht – die Abwehr von Angriffen auf früher unbestrittene Wertmaßstäbe in diesem Beruf. Und es ist ein Balanceakt zwischen der Vermittlung dieser Wertmaßstäbe und den Erwartungen der Unternehmen oder den Bedingungen, die beispielsweise das Internet diktiert und die a priori ja nicht schlecht sein müssen. Das lässt sich an vielen Beispielen festmachen. Ich kann sie hier nicht alle aufzählen, will aber kurz deutlich machen, was ich meine:

Völlig unwidersprochen sagen heute Chefredakteure oder Personalchefs, wenn es um die Qualifikation junger Medienschaffender geht, diese müssten Verständnis und Sinn für die ökonomischen Bedingungen mitbringen, unter denen sie arbeiteten. Stichwortgeber sind Finanzjongleure wie David Montgomery, der der *Süddeutschen Zeitung* sagte: „Für wie wichtig wir das halten, sehen Sie daran, dass wir unsere Chefredakteure immer auch in das Verlagsgeschäft integrieren.“ Sinn für die ökonomischen Bedingungen – was heißt das denn konkret? Giovanni di Lorenzo, damals noch Chefredakteur des Berliner *Tagesspiegels*, sagte schon vor einigen Jahren beim Mainzer Mediendisput, das „Ansinnen“ und der Druck auf die Redaktion aus der Anzeigenabteilung und aus der Geschäftsführung werde immer massiver. Und Jan Weiler, einst Chefredakteur des SZ-Magazins, inzwischen als Bestsellerautor selbst Gegenstand der Berichterstattung (und früher eher dem unterhaltenden Journalismus zugeordnet als dem knallhart kritischen), sagte kürzlich in einem Interview mit Christoph Lindenmeyer im *Bayerischen Rundfunk*: „Die Grenzen zwischen Marketing, Werbung und Information verschwimmen. In den Redaktionen findet ein schleichender Abschied von früher ganz festen moralischen Grundsätzen statt: zum Beispiel dem einfachen Grundsatz, dass man sich nicht zahlen lässt von dem, über den man berichtet.“ Kaum eine Woche, in der wir nicht von Fällen von Schleichwerbung lesen. Wir setzen dem an der DJS das Bild vom unabhängigen Journalisten gegenüber, der sorgfältig, umfassend und wahrhaftig berichtet und auf „jegliche Vorteilsnahme und Vergünstigung verzichtet“, wie das *netzwerk recherche* in seinem Medienkodex formuliert hat.

Ein zweites Beispiel, Stichwort Balanceakt: Die Unternehmensberatung Roland Berger hat eine Studie darüber erarbeitet, was junge Unternehmer und Entscheider in der Wirtschaft von den Medien erwarten. Nicht schlecht, was dabei herauskam, ich zitiere aus der *Süddeutschen Zeitung*: „Als größte Gefahr für qualitativ hochwertigen Journalismus sehen die Befragten insbesondere eine ‚Überhitzung‘ bei bestimmten Themen, also den Wettbewerb um exklusives Material.“ Soweit okay. Aber dann liest man den nächsten Satz in dem SZ-Bericht: „Laut Berger-Studie fordern gerade junge Leser alles auf einmal: hohe Qualität, Schnelligkeit und gute Analyse.“ Sollen wir den Studenten sagen: Macht nicht mit beim „Rattenrennen um Information“ (Hans Leyendecker). Nehmt euch Zeit für Gegenrecherche, fürs Abwägen und Gewichten, kapiert erst mal selbst einen Vorgang, bevor ihr dazu etwas publiziert.

Sehr sympathisch, diese Haltung – aber so richtig schnell geht das in der Regel nicht. Schnelligkeit wird aber erwartet. Wir versuchen beides an der DJS zu vermitteln: den Grundsatz „Sicherheit vor Schnelligkeit“, aber wir bauen auch Druck auf, trainieren schnelles Entscheiden, Schreiben, Drehen. Und wir gehen vermehrt raus aus dem Sandkasten, produzieren zum Beispiel unter realen Bedingungen – und das bedeutet Zeitdruck – Zeitungen und Zeitschriften, die in hoher Auflage gedruckt werden und unter die Leute kommen.

Noch ein Zitat von Jan Weiler aus dem BR-Interview: „Was die Medien brauchen, ist immer mehr für immer weniger Geld von Leuten, die immer weniger qualifiziert ausgebildet sind.“ Wenn das so stimmt, liegen wir dann überhaupt noch richtig mit unserer Ausbildung, in der wir sorgfältige, umfassende Recherche für unabdingbar halten, in der wir die große Reportage, das einfühlsame Porträt und den kundigen Kommentar pflegen und Wert auf gute Sprache legen? „Früher war Grammatik wichtig“, sagte Hubert Burda kürzlich bei der Verabschiedung eines Volontärsjahrganges, „heute sind es Algorithmen.“ Die journalistische Grundausbildung der Burda-Volontäre wurde um ein Viertel gekürzt, das obligatorische Tageszeitungspraktikum ebenfalls, dafür das Crossmediatraining deutlich verlängert. Online zuerst – oder: in erster Linie Online?

Wenn wir unser Programm und unsere Ansprüche aufgeben, gäben wir uns selber auf – aber wir müssen uns darüber im Klaren sein, dass wir für den einen oder anderen unserer Studenten den Keim zu Konflikten legen, ihn in Gewissensnöte bringen können, wenn er – oder sie – mit dem bei uns vermittelten Bewusstsein in die Medienrealität einsteigt. Und wenn das alles doch nicht so kommt, wenn Weiler und die anderen Kritiker und Schwarzseher am Ende gar nicht recht haben? Der neueste Bericht des amerikanischen *Project for Excellence in Journalism*, über den Nikolaus Piper im April dieses Jahres in der *Süddeutschen Zeitung* berichtet hat, setzt sich mit den „epochalen“ Veränderungen im US-Journalismus auseinander, mit den

Gefahren für die konventionellen Medien, die von Gratisblättern, Internetangeboten und dem sogenannten „Bürger-Journalismus“ drohen. Das alles müssten die traditionellen Medien dringend ernst nehmen. Aber, und jetzt wörtlich aus Pipers Bericht über die PEJ-Studie: „Professioneller Journalismus sei nicht tot, aber er müsse sich darauf einstellen, dass die Bürger heute ungleich mehr Autonomie im Umgang mit Informationen haben als früher. Die Profis“ – und hier verlässt der ehemalige Wirtschaftsressortleiter der SZ den Konjunktiv – „Die Profis müssen deshalb einfach besser werden.“

Das ist eine Perspektive nach unserem Geschmack. Noch besser auszubilden, da sind wir gerne dabei. Heute schon, und auch in Zukunft mit unserem gemeinsamen Masterstudiengang. Die Wissenschaftler, Journalisten und Ausbilder beim Weltkongress in Singapur haben im Auftrag der Unesco ein „ultimatives Curriculum“ für die Journalismusausbildung in Entwicklungsländern skizziert. Es wird nicht nur für solche Länder gelten. Die Experten propagieren, ich zitiere noch einmal die *Neue Zürcher*, „einen Bachelor-Abschluss in einem Sachgebiet – möglichst (und das kann ich Ihnen jetzt nicht ersparen) nicht in Kommunikation ... Idealerweise kommt ein praxisorientierter Master-Abschluss in Journalismus hinzu.“

Das also ist das „ultimative“ Konzept für die Journalistenausbildung der Zukunft. Es ist doch großartig, lieber Herr Pürer, das wir beide mit unseren Kolleginnen und Kollegen dieses Konzept noch einige Jahre gemeinsam umsetzen können. Ich freue mich jedenfalls darauf.