



# Online-Redakteure

**DAS INTERNET VERÄNDERT DIE MEDIENWELT :: Keine Zeitung, kein TV-Sender und kein Fachmagazin kommen heute noch ohne eigenen Webauftritt aus.** Auch Unternehmen dient die eigene Webseite als wichtiges Sprachrohr. Zur inhaltlichen Gestaltung sind technisch versierte Journalisten und PR-Fachleute gefragt.

**Das Wörtchen »online« ist für Medienschaffende zugleich Schreckgespenst und Hoffnungsträger.** Die alteingesessenen Verlage und Sender müssen den zusätzlichen Informationskanal bedienen, um junge Web-affine Kunden zu gewinnen. Doch zugleich graben Online-Angebote ihnen Anzeigenumsätze und Leser ab. So gehen Internetjobbörsen zu Lasten von Stellenannoncen in Tageszeitungen; und viele Leser fragen sich, wozu sie noch Gedrucktes am Kiosk kaufen sollen, wenn es Informationen doch kostenlos per Mausclick gibt?

Unter Medienexperten ist unbestritten, daß Zeitungen und Zeitschriften keine andere Wahl bleibt, als ihre Online-Aktivitäten auszuweiten und zu professionalisieren. Müssen Print-Journalisten also künftig generell Webprogramme beherrschen? Oder bleibt es bei der Arbeitsteilung zwischen Layout, Technik und Redaktion? Michael Klehm, Online-Experte des Deutschen Journalistenverbandes (dju), erinnert sich an ähnliche Fragen vor der Einführung sogenannter Selbstfahrerstudios im Hörfunk. »Sollen Journalisten am Mikrophon auch die Studioteknik bedienen und selbst Beiträge schneiden«,

hieß es damals. Die Diskussion endete, bevor sie richtig begann: Selbstfahrerstudios setzten sich rasend schnell durch.

Klehm rechnet damit, daß sich die Entwicklung im Print-Bereich wiederholt: »Journalismus wird in Zukunft eine viel stärkere technische Ausprägung haben.« Denn um die Möglichkeiten des Internets zu nutzen und Inhalte multimedial aufzubereiten, brauche es Redakteure, die technisch auf der Höhe

Agenturen und Zeitungen, oder sie betreuen die Webauftritte von Unternehmen. Die zweigleisige Ausrichtung ist im Studiengang angelegt: Journalistische Techniken stehen ebenso auf dem Lehrplan wie Unternehmenskommunikation und Zielgruppenansprache. Und natürlich lernen die Studenten Hypertextformen, Webdesign, Website-Konzeption und den Umgang mit modernen Content-Management-Systemen.

»Journalismus wird in Zukunft eine viel stärkere technische Ausprägung haben.«

der Zeit sind – was nicht einfach sei. »Während gestern vor allem HTML- und Java-Kenntnisse nötig waren, müssen Online-Journalisten heute auch Ton- und Videosequenzen bearbeiten und integrieren«, sagt er. Zudem gebe es immer neue, verbesserte Techniken, um Inhalte zu vernetzen. Viel sei im Fluß, und das mache es schwer, bei Online-Fortbildungen aufs richtige Pferd zu setzen.

**Nichtsdestotrotz gibt es inzwischen jede Menge Weiterbildungsangebote.** Dagegen ist die Zahl der tatsächlich tätigen Online-Journalisten noch bescheiden. Laut einer Studie des ARD/ZDF-Medieninstituts sind nur 5 Prozent der deutschen Journalisten hauptsächlich im Web aktiv. Andere Quellen sprechen von 2.500 Online-Journalisten. Klehm schwankt bei der Frage, ob es mehr Festanstellungen in diesem Bereich geben wird. Zwar würden Zeitungen, TV und Hörfunk ihre Online-Angebote ausbauen und teils hätten sie die entsprechenden Redaktionen zuletzt auch leicht aufgestockt. Doch er rechnet eher damit, daß die Medienunternehmen aus Kostengründen vor allem auf Freie setzen – und im Umkehrschluß vielen Online-Journalisten nur der Weg in den Freiberuf bleibt.

Optimistischer ist Professor Konrad Scherfer. Der Leiter des Bachelorstudiengangs Online-Redakteur an der FH Köln stützt seine Zuversicht auf Erfahrungen seiner Absolventen: »Unser erster Jahrgang hat gerade abgeschlossen und ist gut untergekommen«, berichtet er. Teils fest und teils als feste Freie arbeiten die Online-Redakteure bei

Gut ausgebildete Online-Redakteure sind laut Scherfer gerade in der Wirtschaft gefragt, um Websites von Unternehmen professionell, spannend und gut lesbar zu gestalten. Vor allem Content-Konzeption sei stark im Kommen. Entsprechend hat Scherfer mehr Anfragen von Arbeitgebern als Absolventen. Denn der NC-bewehrte Studiengang nimmt nur 30 von 300 Bewerbern jährlich an. »Viele Teilnehmer brechen ihr bisheriges Studium in überlaufenen medienwissenschaftlichen Fächern ab, um zu uns zu wechseln«, berichtet der Professor. Das kleine Teilnehmerfeld ermögliche praxisnahe und individuelle Förderung. Und Scherfer wirbt für noch einen Vorteil: »Weil wir auf Online-Medien spezialisiert sind, behalten wir aktuelle technische Entwicklungen im Auge und beziehen sie sofort in unsere Lehre ein«, wirbt er. Die Einschätzung, welche Trends tatsächlich bedeutend sind, sei für Autodidakten schwierig.

**»Bachelor-Studiengang Online-Redakteur« der FH Köln, Infos unter**  
→ [www.online-redakteure.com](http://www.online-redakteure.com)

**Online-Journalismus gehört heute zum Curriculum vieler Journalistenstudiengänge und nahezu aller Journalistenschulen. Eine gute Übersicht gibt es hier:**  
→ [www.dju.de/journalist/ausbildungswege/](http://www.dju.de/journalist/ausbildungswege/)