

Pressemitteilung

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Dr. Thomas Pleil

17.11.2000

<http://idw-online.de/de/news27092>

Forschungsergebnisse
Medien- und Kommunikationswissenschaften
überregional

Journalisten: Neue Arbeitsplätze im Internet

Fast 2000 Journalisten arbeiten in Deutschland bereits für das Internet. Dies hat eine Redaktionsbefragung der Katholischen Universität Eichstätt (KUE) ergeben. Bisherige Schätzungen werden damit erstmals durch eine Befragung erhärtet. Nach der Eichstätter Studie, bei der im Frühjahr 2000 187 Online-Redaktionsleiter befragt wurden, sind drei Viertel der Online-Journalisten in einer Festanstellung tätig. Überraschend hoch ist der Frauenanteil von 38 Prozent. Zu etwa einem Drittel ist der Beschäftigungszuwachs auf neue Online-Anbieter zurückzuführen, die nicht in der alten Medienwelt verwurzelt sind. Jeweils rund ein Viertel der Online-Journalisten ist bei Tageszeitungen und im Rundfunkbereich beschäftigt, der Rest in sonstigen Bereichen der Presse.

"Der Online-Journalismus hat sich bisher nur teilweise von den 'alten' Medien abnabeln können", bilanziert Projektleiter Christoph Neuberger, Kommunikationswissenschaftler am Eichstätter Journalistik-Studiengang. Dies gilt vor allem für die Tageszeitungen, bei denen zwei Fünftel der Online-Journalisten zugleich regelmäßig für die Printausgabe arbeiten. Die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderte Befragung, an der sich 59 Prozent der Online-Redaktionsleiter beteiligten, konzentrierte sich auf den Kernbereich des Online-Journalismus, dessen Ränder nach Einschätzung von Neuberger zunehmend zerfransen: Einerseits ermöglichte das Internet einen kostengünstigen Zugang zur Öffentlichkeit, was "zu einer Vielzahl parajournalistischer Angebote" geführt habe. Andererseits sieht Neuberger die Grenzen zwischen redaktionellem Teil und kommerziellen Angeboten verschwimmen. Journalistische Inhalte dienen oft als "Lockvogel" für Werbung und E-Commerce.

Negative Effekte des Internets für Presse und Rundfunk lassen sich bisher kaum feststellen. In einigen Fällen konnten über das eigene Online-Angebot sogar neue Leser gewonnen werden. Gravierend, so die Studie, sind die Veränderungen des journalistischen Tätigkeits- und Anforderungsprofils: Technische Aufgaben gewinnen ebenso an Bedeutung wie der unmittelbare Kontakt zum Publikum. Der Eichstätter Journalistik-Studiengang hat sich frühzeitig auf das neue Berufsfeld eingestellt und bietet neben der Ausbildung für die klassischen Medien regelmäßig auch Praxis- und Theorieveranstaltungen zum Online-Journalismus an.

Einzelheiten der Studie können im Internet abgerufen werden.

URL zur Pressemitteilung: <http://www.ku-eichstaett.de/SLF/JOUR/projekt>