Berufsfeld Medien

Daniel Freienstein

- seit 1997 freiberuflich journalistisch tätig
- Print-, TV- und Online-Praktika in München und Hamburg
- Studienabschluss 1999
- Freier Autor für SZ und AZ
- Redakteur bei Taunusfilm/Deutsche Bank TV
- Online Redakteur bei Agentur in HH
- Volontariat bei Zeitschriftenverlag für Unternehmensmedien
- Redakteur
- Seit 2003 freiberuflicher Journalist

Berufsfeld Medien

- Redaktion vs. Produktion
- Journalismus vs. Public Relations

Ablauf der Veranstaltung

- Die Rolle des Journalisten in der Gesellschaft
- Arbeitsfelder im Journalismus
- Welche Medien gibt es hierzulande?
- Der Arbeitsmarkt für Journalisten
- Wie wird man Journalist?
- Was kann man in dem Beruf verdienen?
- Public Relations, Unternehmenskommunikation
- Berufsbild und Ethik
- Arbeitsweise
- Potentielle Arbeitgeber
- Arbeitsfelder in der PR
- Ihre Fragen

Die Rolle des Journalisten in der Gesellschaft

- **GG Artikel 5**: Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet, eine Zensur findet nicht statt.

Die Rolle des Journalisten in der Gesellschaft

Landespressegesetz Rheinland-Pfalz

- **§ 1:** Die Presse ist frei. Sie dient der freiheitlich demokratischen Grundordnung.
- **§ 2:** Die Pressetätigkeit einschließlich der Errichtung eines Verlagsunternehmens oder eines sonstigen Betriebs des Pressegewerbes darf von irgendeiner Zulassung nicht abhängig gemacht werden.

Die Rolle des Journalisten in der Gesellschaft

- **§ 3:** Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe, wenn sie in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt.
- **§ 6:** Sorgfaltspflicht: Die Presse hat alle Nachrichten vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit, Inhalt und Herkunft zu prüfen.

Was Journalisten tun (sollen):

- Nachrichten beschaffen, überprüfen, möglichst objektiv und verständlich verbreiten
- Stellung nehmen, Kritik üben
- Dadurch an der Meinungsbildung mitwirken

- **So dass alle Bürger die Möglichkeit haben:**
- die in einer Gesellschaft wirkenden Kräfte zu erkennen
- deren Wirken zu bewerten, sich eine Meinung zu bilden
- diese Meinung bei Wahlen, bzw. im öffentlichen Diskurs kund zu tun
- am demokratischen Prozess teilzunehmen

Was sie noch so tun …

- Nicht nur „Vierte Gewalt“ durch Meinungsbildung, auch Unterhaltung
- Nicht nur Wichtiges, auch Interessantes, Kurioses, Spannendes
- Vermischtes, Panorama, Aus aller Welt
- Boulevard-Journalismus
- Missionarischer Journalismus

Arbeitsfelder des Journalisten

- Print/Druckerzeugnisse: Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Verbandszeitungen, Anzeigenzeitungen, Zeitschriften
- Elektronische Medien: Hörfunk und Fernsehen, öffentlich-rechtlich und privat
- Online Redaktionen
- Presseagenturen
- Freier Journalismus
- Freie Redaktionsbüros

Zeitungen

- Lokale und regionale Abo-Zeitungen insgesamt: 333
- Mit lokalen Redaktionen/Ausgaben: 1511
- In den meisten Kreisen/kreisfreien Städten eine Zeitung
- Überregionale Zeitungen: 10
- Straßenverkaufszeitungen: 8
- Wochenzeitungen: 27
- Sonntagszeitungen: 6
- (Quelle: IVW, BVDZ)

Zeitschriften

- Insgesamt ca. 10.000 – 15.000 Titel (grobe Schätzung)
- Publikumszeitschriften ca. 870 Titel
- Fachzeitschriften ca. 3900 Titel
- Anzeigenblätter ca. 1420 Titel
- Verbandszeitschriften
- Konfessionelle Zeitschriften
- Corporate Publishing Titel, D/A/CH: ca. 14.000
- (Quellen: IVW, BVDA, VDZ, FCP)

Quellen und Infos

- DJV: Deutscher Journalisten Verband: www.djv.de
- DFJV: Deutscher Fachjournalisten Verband: www.dfjv.de
- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.: www.ivw.de
- BDZV: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.: www.bdzv.de
- BVDA: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e.V.: www.bvda.de
- Deutsche Fachpresse: www.deutsche-fachpresse.de
- VDZ: Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.: www.vdz.de
- FCP: Forum Corporate Publishing: www.forum-corporate-publishing.de

Nachrichtenagenturen

- dpa - Deutsche Presse-Agentur, www.dpa.de
- ddp - Deutscher Depeschendienst, www.ddp.de
- Reuters /Thomson-Reuters, www.reuters.com/de.reuters.com
- AP - Associated Press, www.ap-online.de
- AFP – Agence France-Press, www.afp.com

Hörfunk

- insgesamt ca. 300 – 400 private und öffentlich rechtliche Sender
- meist lokal/regional begrenztes Sendegebiet
- zunehmende Zahl an privaten Internet-Radioangeboten

Hörfunk bundesweit

- Deutschlandfunk
- Deutschlandradio Kultur
- Deutsche Welle
- Dokumente und Debatten

öffentlich rechtlicher Hörfunk

- Bayrischer Rundfunk: 10 Programme
- Hessischer Rundfunk: 6 Programme
- Mitteldeutscher Rundfunk: 10 Programme
- Norddeutscher Rundfunk: 14 Programme
- Radio Bremen: 4 Programme
- Rundfunk Berlin-Brandenburg: 8 Programme
- Saarländischer Rundfunk: 5 Programme
- Südwestrundfunk: 10 Programme
- Westdeutscher Rundfunk: 11 Programme

Privater Hörfunk

- unüberschaubare Zahl an Klein- und Kleinstsendern
- lokal/regional ausgerichtet
- www.wikipedia.de > „Liste deutschsprachiger Hörfunksender“

TV, öffentlich rechtlich

Bundesweit:

- Das Erste
- Zweites Deutsches Fernsehen
- Zusammen 15 Programme

Regional:

- Dritte Programme der Landesrundfunkanstalten
- Zusammen 10 Programme

TV, privat

- Pro7
- Sat1
- RTL, RTL2
- VOX
- Kabel1

- Und viele, viele andere …
- www.wikipedia.de > Liste deutschsprachiger Fernsehsender

Der Arbeitsmarkt für Journalisten

- Datenmaterial ist ungenau
- unterschiedliche Berechnungsgrundlagen und Berufsbezeichnungen
- Erhebungen durch Verbände und Wissenschaftler

Der Arbeitsmarkt für Journalisten

- Gesamtzahl/Schätzungen reichen
- **von 43.000** (Weischenberg, Siegfried u.a., 2006: Die Souffleure der Mediengesellschaft.)
- **bis 73.500** (DJV)

Der Arbeitsmarkt für Journalisten

- **Festangestellte Journalisten:**
- Tageszeitungen: ca. 14.000
- Rundfunk: ca. 9.200
- Zeitschriften und Anzeigenblätter: 9.100
- Online/Multimedia: ca. 2.000
- Agenturen und Pressebüros: ca. 1.000
- **Dazu kommen:**
- Pressestellen: ca. 7.000
- Volontäre: ca. 2.600
- Freiberufler: ca. 25.000

Entwicklungen

- Zuwachs an Stellen bis 2001
- Einbruch nach Wirtschaftskrise 2001
- Arbeitslose Journalisten 2000: 700; 2003: 9000
- Dunkelziffer durch Freiberufler hoch
- Auflagenrückgang TZ von ca. 30. Mio auf ca. 20 Mio. von 1999 bis 2009
- Tendenz weiterhin: Outsourcing, Medienkonzentration, Zusammenlegungen, Einsparungen, Personalreduktion, mehr Freie

Journalist werden

- Keine vorgeschriebene Ausbildung durch Staat oder Verbände
- Keine geschützte Berufsbezeichnung
- Grundgesetz: Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort und Schrift …

Persönliche Eigenschaften

- Neugierde
- Aufgeschlossenheit gegenüber Menschen und Themen
- Spaß am Lernen von Neuem
- Umfassende Allgemeinbildung
- Ausdauer, Hartnäckigkeit, Motivation
- Komplexe Sachverhalte schnell erfassen und verständlich mitteilen
- Sprachgefühl
- Zeitliche Flexibilität

Was muss ich lernen?

- Medienspezifische Darstellungs- und Vermittlungstechniken
- Gestaltung von journalistischen Produkten
- Methoden der Recherche und der Nachrichtenprüfung
- Medienrechtliche Grundlagen
- Struktur und Wettbewerb in den Medien
- Redaktionelle Abläufe und Anforderungen

Die Ausbildung

- Mehr als 80% aller Berufsanfänger absolvieren ein Volontariat bei Presse, Rundfunk oder Agenturen
- Insgesamt stehen jedes Jahr etwa 2600 Volontariatsplätze zur Verfügung
- Hinzu kommen Journalistenschulen und Studiengänge (siehe weiter unten)

Volontariate in Deutschland

- 1.100 bei Tageszeitungen
- 800 bei Zeitschriften
- 400 bei regionalen und lokalen Hörfunkstationen
- 200 bei den großen Rundfunkanstalten
- 100 bei Anzeigenblättern
- 70 bei Nachrichtenagenturen
- Keine gesicherten Zahlen bei Online

(Quelle DJV)

Volontariat – wie komme ich dran?

- Die Anforderungen an Volo-Bewerber sind hoch
- Weit mehr Bewerber als Stellen
- Grundvoraussetzungen sind in aller Regel Abitur und Studium.
- Journalistische Erfahrungen und Arbeitsproben müssen nachgewiesen werden
- 85% der Volontäre haben zuvor im Durchschnitt 3,5 Jahre als Freie gearbeitet
- Praktika machen

Praktika und freie Mitarbeit – wie komme ich dran?

- erste eigene Artikel verfasst haben (Schüler- und Studentenzeitungen)
- Wichtige Medien und Verlage kennen
- Vorkenntnisse: Welche Arten von Artikeln gibt es? Wie arbeiten Redaktionen?
- Gute PC-Kenntnisse
- Persönliche Kontakte

Wie fange ich an?

- Möglichst früh beginnen, Erfahrungen zu sammeln!
- Schülerzeitung
- Studentenzeitung
- Offene Kanäle
- Campusradio
- Medien beobachten, Medienseiten lesen
- Medien-Newsletter bestellen (www.newsroom.de)
- Medium-Magazin
- Engagement zeigen!
- Journalistische Motivation zeigen!

Andere Ausbildungswege

- **Journalistenschulen** - 17 in Deutschland
- Hohe Bewerberzahlen, pro Jahr nur etwa 320, zum Teil sogar kostenpflichtig
- Strenge Auswahlverfahren
- Lebensläufe, journalistische Erfahrungen und Arbeitsproben entscheiden
- Hohe Hürden durch sehr anspruchsvolle Testverfahren und Einzelgespräche
- Oft Höchstalter zwischen 27-30 Jahre
- Früher war nach der Ausbildung eine Festanstellung als Redakteur ziemlich sicher, dies ist heute nicht mehr der Fall!
- (DJV)

Die größten Journalistenschulen

- Deutsche Journalistenschule, München
- Henri-Nannen-Schule, Hamburg
- Kölner Journalistenschule
- Axel Springer Akademie, Berlin
- Burda Journalistenschule
- Georg von Holzbrinck-Schule
- RTL Journalistenschule

Journalistik als Studienfach

- nicht alle Angebote führen zu Abschlüssen, die für den praktischen Journalismus qualifizieren
- Manche sind kostenpflichtig! Vorsicht!
- Ganz wichtig: Die PRAXISPHASE! Praktika werden meist als Bestandteil des Studiums in Kooperation mit Verlagen und Rundfunkanstalten angeboten
- Auch hier: weit mehr Bewerber als Plätze
- Auch hier: oft sehr strenge Auswahlverfahren

Journalistik Studiengänge

- Bielefeld: 9 Trimester, BA, kostenpflichtig, zwei Praxissemester
- Dortmund: 8 Semester, BA, inkl. einjähriges Volontariat
- Eichstädt: 6 Semester, BA
- Gelsenkirchen: 6 Semester, BA
- Hannover: 6 Semester, BA

Aufbau-Studiengänge

- Dortmund: 2 Semester, MA
- Hamburg: 4 Semester, MA
- Hamburg: 2 Jahre, MA, kostenpflichtig
- Leipzig: 4 Semester, MA
- Mainz: 4 Semester, MA
- München: 4 Semester, MA
- Stuttgart: 4 Semester, Diplom

Spezielle Fachschwerpunkte

- Aalen: Technischer Redakteur
- Berlin: Wissenschafts- und Kulturjournalismus, Wirtschaftsjournalismus
- Bremen: Fachjournalismus
- Hannover: Musikjournalismus
- München: Sport-, Mode- und Musikjournalismus, Theater- Film und Fernsehkritik
- Darmstadt: Wissenschaftsjournalismus
- U.a.

Der erste Tag …

- Als Anfänger (Praktikant, Freier) steigt man in 90% der Fälle bei einer Lokalredaktion ein.

- Die erste Tätigkeit ist meist die des Autors, bzw. Reporters bei kleineren Ortsterminen:

- Der klassische Kaninchenzüchterverein lädt zum Jahrestreffen
- Der Naturschutzbund lädt zur Pflanzung des Baumes des Jahres
- Preisverleihungen kleinerer Verbände (Handwerk, Industrie)
- Einweihungs- und Jubiläumsfeiern (Schulen, Kindergärten, Vereine)
- Richtfeste öffentlicher Gebäude
- Informationsveranstaltungen (Arbeitsamt, Gesundheitsamt etc.)

In der Redaktion

- Themenfindung
- Nachrichtenauswahl
- Seitenplanung
- Seitengestaltung
- Endlose Konferenzen
- Organisation
- Beauftragen, Briefing und Betreuung von freien Autoren
- Recherche
- Schreiben
- Redigieren
- Aufbau und Pflege von Kontakten aller Art

Was verdiene ich bei einer Tageszeitung?

- **Volontäre:**
- 1. Ausbildungsjahr
- Bis 22 Jahre alt: 1583.-
- Ab 22 Jahre alt: 1755.-
- **Redakteure:**
- 1. bis 3. Jahr: 2987.-
- 4. bis 6. Jahr: 3467.-
- 7. bis 10. Jahr: 4000.-
- Ab 11. Jahr: 4401.-
- **In leitender Stellung:** 4000.- bis 5553.-

Public Relations

- PR
- Öffentlichkeitsarbeit,
- Unternehmenskommunikation
- Organisationskommunikation
- Kommunikationsmanagement

Public Relations und Journalismus

- PR ist auch ein Teil der öffentlichen Kommunikation. Sie dient aber nicht so sehr der freiheitlich-demokratischen Grundordnung, sondern konkreten Unternehmen, Verbänden, Parteien, Personen oder gemeinnützigen Organisationen
- Damit steht sie irgendwo zwischen Journalismus und Marketing.

Image-Building

- Das Hauptziel der externen PR ist der strategische Aufbau einer Beziehung zwischen Unternehmen, gemeinnützigen Institutionen, Parteien etc. einerseits und Kunden, Lieferanten, Aktionären, Arbeitnehmern, Spendern, Wählern etc. anderseits um Sympathie und Verständnis in dieser Gruppen zu erzeugen.

Ethische Grundsätze

- Die großen PR-Berufsverbände haben Moral- und Verhaltenscodices verfasst
- Sie sehen sich als Informationsgeber im demokratischen Diskurs
- Sie sind sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst
- Siehe: Deutscher Rat für Public Relations, www.drpr.de > Moralcodices

Arbeitsweise in der PR

- Analyse: wo steht Unternehmen X in der öffentlichen Wahrnehmung?
- Zieldefinition: wo soll es mal stehen?
- Strategieplanung: wie soll das Ziel erreicht werden?
- Konzeption: welche konkreten Maßnahmen sollen wann stattfinden?
- Umsetzung der Maßnahmen
- Evaluation: Ziel erreicht?

Potentielle Arbeitgeber

- Alle Unternehmen, Organisationen, Institutionen, Verbände, Parteien, Einzelpersonen, die aktiv auf ihre Außendarstellung Einfluss nehmen wollen und dazu die Medien nutzen
- Größere Akteure haben häufig eigene PR-Abteilungen – mindestens jedoch eine Pressestelle -, kleinere und mittelgroße arbeiten eher mit Agenturen zusammen
- PR-Agenturen, ca. 2200 in Deutschland

Arbeitsmarkt

- 30.000 bis 50.000 Personen sind im PR-Bereich tätig (Schätzung des Statistischen Bundesamtes)
- Meist in Agenturen und Unternehmen
- Keine genauen Zahlen, viele freie Journalisten arbeiten auch als PR-Texter

Arbeitsfelder in der PR

- ***Pressearbeit***: Pressemitteilungen verfassen und verbreiten, Presseverteiler aufbauen und Kontakte pflegen, Themenbeiträge in verschiedenen Medien platzieren, Reden, Biografien, Pressekonferenzen, Beantworten von Presseanfragen, Journalistenreisen, Interviews, Infomaterial, Bildmaterial
- ***Medienbeobachtung***: Medienpräsenz dokumentieren, Berichterstattung auswerten, Pressespiegel erstellen, Medienresonanzanalysen
- ***Mediengestaltung***: Geschäftsberichte, Broschüren, Newsletters, Kundenzeitschriften, Anzeigen
- ***Veranstaltungsorganisation***: Planung und Durchführung von Konferenzen, Seminaren, Verbraucherveranstaltungen, Festen, Messen
- ***Interne Kommunikation***: Mitarbeiterzeitschriften, Veranstaltungen, Schulungen, Newsletters

PR-Ausbildung

- (noch) weniger strukturiert als im Journalismus
- häufig ausgebildete Journalisten als Quereinsteiger
- seit 2008 unabhängiger Prüfungsabschluss zum PR-Berater durch die drei großen Verbände DPRG, BdS, GPRA in der PZOK
- Oft Einstieg über Praktikum
- Seltener: PR-Volontariate (keine festgelegten Inhalte)
- Unternehmensinterne PR-Traineeships
- Traineeships in Agenturen
- Abitur und Hochschulstudium meist vorausgesetzt

PR im www

- www.dprg.de: Deutsche Public Relations Gesellschaft
- www.drpr.de: Deutscher Rat für Public Relations
- www.pr-guide.de: Gesellschaft Public Relations Agenturen
- www.pressesprecherverband.de: Bundesverband Deutscher Pressesprecher
- www.pzok.de: Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft

Corporate Publishing - Unternehmenspublikationen

- Kundenmagazine
- Mitgliedermagazine
- PR mit starkem journalistischen Einschlag
- Längerfristige Kundenbindungsmaßnahmen
- Gutes Arbeitsfeld für Journalisten, besonders Freie
- Oft hochwertige Publikationen
- Ist meist Teil einer umfassenderen PR-Strategie
- Von Verlagen und PR Agenturen umgesetzt
- Viele große Zeitschriftenverlage haben CP-Units (Burda, Gruner und Jahr)
- www.forum-corporate-publishing.de

Bücher Journalismus

- Bösel, Stefan und Karin Suttheimer: Freie Mitarbeit in den Medien. Westdeutscher Verlag 2002.
- La Roche, Walther von: Einführung in den praktischen Journalismus. Econ 2008.
- Mast, Claudia: ABC des Journalismus: Ein Handbuch. UvK 2008.
- Raue, Paul Josef und Wolf Schneider: Das neue Handbuch des Journalismus. Rowohlt 2003.
- Richter, Björn: Fuß fassen: Wege in den Journalismus. Uvk 2007.
- Schult, Gerhard und Axel Buchholz: Fernseh-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. List 2006.

Bücher PR

- Brauer, Gernot: Wege in die Öffentlichkeitsarbeit. Einstieg, Einordnung, Einkommen in PR-Berufen. UVK 2002.
- Brauer, Gernot: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Handbuch. UVK 2005.
- Deg, Robert: Basiswissen Public Relations. Verlag für Sozialwissenschaften 2009.
- Köhler, Tanja und Adrian Schaffranietz (Hg): Public Relations - Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert. Verlag für Sozialwissenschaften 2004.
- Knödler-Bunte, Eberhard und Klaus Schmidbauer: Das Kommunikationskonzept - Konzepte entwickeln und präsentieren. UMC 2004.
- Puttenat, Daniela: Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Gabler 2007.

- Fragen?
- Anmerkungen?