

Ausbildung von Online-Journalisten: Journalismus, Technik, soziale Kompetenz

Ziele, Inhalte, Methoden, Finanzierung, Vermittlungsquote und Qualitätssicherung am Beispiel des Weiterbildungslehrgangs „Online-Journalismus“ an der Journalistenakademie in München

Gabriele Hooffacker / Irene Stuiber

Online-Journalismus ist als eigener Bereich mit definierbaren Handwerks-Regeln neben Print-, Bild-, Radio- und Fernsehjournalismus getreten. In Organisation und Moderation der interaktiven wie kommunikativen Formen liegt die medienspezifische Besonderheit der Online-Medien: einen journalistisch, technisch und kommunikationsorientiert ausgestalteten Rahmen für die User-Aktivitäten zu bilden. Am Beispiel des Fachlehrgangs „Online-Journalismus“ an der Journalistenakademie in München wird dargestellt, unter welchen Rahmenbedingungen der Lehrgang stattfindet, welche Ziele bei der Konzeption des Lehrgangs ausschlaggebend waren, wie das Curriculum aussieht und mit welchen Methoden die Dozenten des Lehrgangs arbeiten.

Keywords: Online-Journalismus, Aus- und Weiterbildung

Online-Journalismus ist als eigener Bereich mit definierbaren Handwerks-Regeln neben Print-, Bild-, Radio- und Fernsehjournalismus getreten.¹ Analog zu anderen Medien hat sich ein eigenes Berufsbild entwickelt, das auf Spezifika des Mediums Internet abgestellt ist. Dies betrifft Arbeitsorganisation, Darstellungsformen, Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten sowie das Eingehen auf online-typische Rezeptionsgewohnheiten.² Die hypermediale Oberfläche „Internet“ integriert Internet-Journalismus, wie ihn Klaus Meier definiert³, Streaming Media (Audio- und Video-Elemente) und kommunikative Formate wie Weblogs und Communities.⁴ In Organisation und Moderation der interaktiven wie kommunikationsorientierten Formen liegt die medienspezifische Besonderheit der Online-Medien: einen journalistisch, technisch und kommunikationsorientiert ausgestalteten Rahmen für die User-Aktivitäten zu bilden.⁵

-
- 1 Klaus Meier (Hg.): Internet-Journalismus. Ein Leitfaden für ein neues Medium, 2. überarb. Aufl., Konstanz 1999, S. 21ff.
 - 2 Die Autorinnen glauben nicht, dass es einen grundsätzlichen, strukturellen Unterschied zwischen „herkömmlichem“ Journalismus und Online-Journalismus gibt, sie halten letzteren lediglich für eine medienspezifische neue Ausprägung mit den dazugehörigen Eigenheiten, insbesondere unter Einbeziehung der User-Aktivität.
 - 3 Meier a.a.O.
 - 4 Gabriele Hooffacker/ Martin Goldmann stellen die Bandbreite der neuen Formen und Formate vor in: (dies.), Online publizieren. Für Online-Medien konzipieren, texten und gestalten, Kilchberg 2001, S. 119ff.
 - 5 Ausführliche Beschreibung, wie die neuen Formate zu handhaben sind, in: Gabriele Hooffacker: Online-Journalismus. Schreiben und Gestalten für das Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München 2001.

Welche Tätigkeitsbereiche umfasst das Berufsbild des Online-Journalisten? Zu den online-journalistischen Tätigkeiten zählen insbesondere

- die Recherche und Gegenrecherche eines Themas,
- die Konzeption und Strukturierung eines multimedialen Drehbuchs (Storyboards),
- die Präsentation als Hypertext und die Gestaltung mit Hilfe der zur Verfügung stehenden multimedialen Möglichkeiten,
- das Redigieren und redaktionelle Bearbeiten von Content,
- die Moderation der Kommunikation zwischen den Usern wie auch zwischen Usern und Redaktion,
- die Organisation des redaktionellen Workflows und der Kommunikation zwischen Muttermedium und Onlineredaktion unter den erhöhten Aktualitätsanforderungen des Mediums Internet sowie unter Einbeziehung der neuen Möglichkeiten des cross-medialen Publishing,
- sowie die Dokumentation und Archivierung nach informationsökonomischen Gesichtspunkten.⁶

Anders ausgedrückt ergeben sich also folgende idealtypische Qualifikationsmerkmale: Wer als Online-Journalist arbeiten will, darf keine Berührungängste haben – weder Menschen noch (digitalen) Medien gegenüber. Er oder sie muss gewandt sein im persönlichen Gespräch, am Telefon und selbstverständlich auch in der Online-Kommunikation. Er oder sie recherchiert (online wie mit klassischen Mitteln), trifft Kooperationspartner auf Messen und Meetings, organisiert, schreibt schnell und sicher, arbeitet multimedial, redigiert und bearbeitet digital, kommt mit der Technik klar, denkt ökonomisch und versteht, unter Zeitdruck effektiv zu arbeiten.

Am Beispiel des Fachlehrgangs „Online-Journalismus“ wird zunächst dargestellt, unter welchen *Rahmenbedingungen* der Lehrgang stattfindet, welche *Ziele* bei der Konzeption des Lehrgangs ausschlaggebend waren, wie das *Curriculum* aussieht und mit welchen *Methoden* die Dozenten des Lehrgangs arbeiten. Schließlich werden Ergebnisse und Vermittlungsquote des Lehrgangs und die von der Journalistenakademie zugrundegelegten Normen und Standards der Qualitätssicherung beschrieben.

1. Rahmenbedingungen

Berufliche Weiterbildung in journalistischen Berufen steht vor gleich mehreren Herausforderungen: Sie muss an hoch qualifizierte Erwachsene mit Berufserfahrung Fachwissen und -fähigkeiten vermitteln; sie muss ihre Studierenden, die oft in einer beruflichen Umbruchsituation, nicht selten in schwierigen Lebenssituationen stehen, motivie-

6 Klaus-Dieter Altmeppen/Hans-Jürgen Bucher/Martin Löffelholz (Hg.): *Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis* (Opladen 2001); Christopher Belz/Michael Haller/Armin Sellheim: *Berufsbilder im Journalismus. Von den alten zu den neuen Medien* (Konstanz 1999); *Blätter zur Berufskunde*: Ulrike Kaiser, *Journalistin/Journalist* (erhältlich über die Berufsberatung des Arbeitsamts); Deutscher Journalistenverband (Hg.): *Berufsbild des Journalisten* (Bonn 1996); Stephan Giesler: *dmmv-Multimedia-Gehaltsspiegel 2001. Die Gehaltsstruktur der Internet- und Multimedia-Branche* (München 2001); Gabriele Hooffacker: *Online-Journalismus* (München 2001); Walther von La Roche: *Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege* (München 1999); Christoph Neuberger: *Das Projekt: Journalismus & Internet*, <http://www.ku-eichstaett.de/SLF/JOUR/projekt>.

ren und integrieren, und sie muss sich daran messen lassen, wie gut die Vermittlung ihrer Absolventen in den angestrebten Beruf gelingt.

In Zusammenarbeit mit Walther von La Roche, der IG Medien Bayern und dem Arbeitsamt München hat die Journalistenakademie 1999 den Fachlehrgang „Online-Journalismus“ konzipiert. Der erste Kurs fand vom 27. März 2000 bis 23. März 2001 statt. Jährlich starten zeitversetzt etwa drei Lehrgänge. Derzeit laufen die Kurse OJ-04, OJ-5 und OJ-6. Die Dozenten sind Online-Journalisten, Autoren, Journalisten aus dem Print- und Rundfunkbereich sowie Presse- und Öffentlichkeitsfachleute, Grafiker, Psychologen und Management-Dozenten. Alle kommen aus der Praxis und verfügen über mehrjährige Erfahrung auf dem Gebiet der beruflichen Weiterbildung; fast alle sind selbst journalistisch oder in der Medienproduktion tätig. Regelmäßige Supervision zu Zielen, Inhalten und Methoden gehört zum Programm der Journalistenakademie.⁷

Der Fachlehrgang richtet sich an

- Geisteswissenschaftler mit Hochschulabschluss,
- Absolventen eines Lehramtsstudiums,
- (Fach-)Hochschulabsolventen der Fachrichtungen Sozial-, Natur- und Wirtschaftswissenschaften,
- Studienabbrecher mit mindestens Vordiplom und erster einschlägiger Berufserfahrung,
- Personen, die nach ihrem Studium bereits journalistisch tätig waren und sich nun für den Online-Bereich qualifizieren wollen.

Der Lehrgang „Online-Journalismus“ dauert zwölf Monate. Die Chancen auf einen Einstieg in online-journalistische Berufstätigkeit sollen durch ein vom Arbeitsamt gefördertes Betriebspraktikum (bzw. eine so genannte Trainingsmaßnahme) bei einem der in München ansässigen Medienunternehmen erhöht werden.⁸

1.1 Berufsbild, Lernziele und Inhalte

Die Journalistenakademie reflektiert die einführend geschilderten Qualifikationsmerkmale von Online-Journalisten in ihrer Lehrgangsgestaltung folgendermaßen: Ziel des Weiterbildungslehrgangs „Online-Journalismus“ ist die Vermittlung von Kompetenzen in den drei Bereichen Journalismus, Technik, Social Skills in Klassen von maximal 16 Studierenden. Jeder Teilnehmer hat einen eigenen PC mit ständigem Internet-Zugang zu seiner Verfügung.

Thema und Hauptinhalt des Fachlehrgangs „Online-Journalismus“ ist das Konzipieren, Schreiben, Gestalten für Internet und Neue Medien. Dabei wurde bei der Wahl der Kursbezeichnung „Online-Journalismus“ von Online-Medien ausgegangen, die über den Bereich Internet hinausgehen.

Der Lehrplan bezieht ausdrücklich auch Radio- und Fernseh-Journalismus sowie die Entwicklung zu digitalem Hörfunk und Fernsehen ein. Auch das Schreiben und Konzipieren für mobile Kommunikationsmedien (SMS; Organizer, PDA oder Palmtop; UMTS) ist eigenständiger Bestandteil der Weiterbildung. Zunehmend verstärkt wird die Unterrichtseinheit Community-Management, die sich durch den gesamten Lehrgang

7 Gabriele Hooffacker: Visualisierung ist nicht alles. Bausteine für eine teamorientierte Online-Didaktik, in: Medien + Erziehung 43 (1999) 4, S. 226 – 229.

8 Zu den Praktikumsbetrieben (und oft späteren Arbeitgebern) zählen der Bayerische Rundfunk, dtv, VNU, die Unternehmensberatung McKinsey, Infineon u. a.

zieht. Die Unterrichtsthemen reichen vom Texten und Konzipieren eines Newsletters über die Moderation eines Chats bis hin zum Teasern und Verfassen von Foren-Beiträgen sowie zur Konzeption eines kompletten Online-Produkts, das möglichst viele online-journalistische Formen und Formate umfasst.

Die genuin *journalistische* Ausbildung bildet das Fundament des Lehrgangs. Damit wird auch die Abgrenzung von grafisch, technisch oder handwerklich orientierten Berufsbildern wie dem Screen-Designer, Mediengestalter, oder –Producer deutlich. Nicht angestrebt wird eine rein technische Ausbildung zum Programmierer oder eine technisch-administrative zum Web-Master. Einbezogen werden hingegen Überschneidungen zu konzeptionell oder kaufmännisch ausgerichteten Berufen wie demjenigen des Content-Managers.

Die Lehrgangsinhalte im Kurs Online-Journalismus umfassen journalistisches, medientechnisches und Management-Wissen. Die Themen verteilen sich auf die neunehalb Monate Vollzeitunterricht (1460 Unterrichtsstunden), dazwischen zwei bis vier Wochen Ferien, wie folgt:

- Online-Journalismus: Neue Stilformen und Formate, Online-Recherche, Hypertext, multimediales Arbeiten / 280,
- Textsicherheit: Journalistische Stilformen, Trennen von Information und Meinung, Sicherheit im Formulieren und Redigieren / 240,
- Redaktionelles Arbeiten: Konzept und Briefing, Regeln und Normen, Organisation und Team-Kommunikation / 220,
- Medientechnik: Internet und Intranet, Systeme und Server, HTML und weiterführende Sprachen, Trends im Online-Design und -Journalismus / 240,
- Online-Produktion: Communities, Chatrooms und Foren, Layout, digitale Bildbearbeitung, digitaler Audioschnitt, Streaming Media / 212,
- Medienrecht: Landesmediengesetze, Vertrags- und Urheberrecht, Datenschutz / 40,
- Marketing und Kalkulation: Medien-Mix, ökonomischer Mitteleinsatz, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Akquisition / 40,
- Persönlichkeitstraining: Selbst- und Zeitmanagement, Teamentwicklung, Präsentations- und Kommunikationstechniken, Bewerbungstraining / 168.

„Ohne Schlüsselkompetenzen in der Ausbildung ist der Start in ein Berufsfeld mit hohen Flexibilitäts- und Mobilitätsanforderungen kaum mehr denkbar“⁹. Von besonderer Bedeutung für Gruppen in der Erwachsenenbildung sind die Themen Persönlichkeits- und Kommunikationstraining. Wer in einem journalistischen Beruf arbeiten will, muss extrem kommunikationsfähig und belastbar (Arbeitsüberlastung, Zeitdruck, Arbeit in häufig wechselnden Teams) sein. Im Online-Journalismus sind diese Anforderungen besonders hoch: Online-Redakteure arbeiten oft an der Schnittstelle von Muttermedium und Online-Auftritt; die Zusammenarbeit mit Redaktionsbüros und freien Autoren will organisiert sein. Der geforderte Aktualitätsgrad ist besonders hoch.

An der Journalistenakademie kümmern sich mehrere Mitarbeiter um das persönliche Coaching der Studierenden sowie um die Gruppenprozesse im Verlauf der Ausbildung. Wie sich gezeigt hat, ist das nicht nur hilfreich für den einzelnen Teilnehmer, dem in ei-

9 Ulrich Pätzold, Qualifikationsprofile für Medienberufe der Zukunft: Was war und werden könnte, in: Jürgen Dörmann, Georg Hesse, Rolf Stefaniak (Hg.): Die Zukunft von Off- und Online-Medien, Hagen 1999, S. 39.

ner ohnehin schwierigen Lebenssituation persönliche Beratung gegeben wird, es unterstützt auch die Entwicklung von Team- und Kommunikationsfähigkeiten, in regelmäßigen Abständen an entsprechenden Trainings teilnehmen zu können und über die eigene Rolle im Team zu reflektieren.

Spätestens im Abschluss-Projekt, bei dem die Klasse eine Lehrredaktion bildet und die Redaktionsabläufe weitgehend selbst organisiert, werden diese Fähigkeiten auf ihre Praxistauglichkeit hin erprobt. Aber auch im alltäglichen Unterrichtsverlauf, der stark workshop-orientiert ist, zeigen sich rasch kommunikative und soziale Stärken oder Schwächen. Daher ist es bereits während der Vollzeit-Unterrichtsphase von großer Bedeutung, durch soziale und kommunikative Trainings Reibungsverluste, die den Lernprozess hemmen könnten, abzubauen oder gar nicht erst entstehen zu lassen.

Die beiden Praxis-Projekte stellen für jeden Lehrgangsteilnehmer erste Referenz-Arbeiten dar, die online publiziert werden und als Bewerbungsgrundlage dienen. Nach Lehrgangsende erhalten die Absolventen eine Teilnahmebescheinigung, ein Zertifikat und ein aussagekräftiges Zeugnis. Nach dem Betriebspraktikum stellt ihnen der Arbeitgeber zusätzlich ein qualifiziertes Arbeitszeugnis aus. Damit weisen die Absolventen ihre erste online-journalistische Berufserfahrung nach. Im Anschluss stehen ihnen zahlreiche Berufswege rund um die klassischen und Neuen Medien offen.

1.2 Systematische Verzahnung der Lerninhalte

Das Unterrichtsfach „praktischer Journalismus“ wird in Workshop-Form unterrichtet und zieht sich durch den gesamten Lehrgang. Bereits von der ersten Lehrgangswoche an erhalten die Teilnehmer/innen jeweils einen Leitfaden (Input) für die jeweilige Stilform und arbeiten dann selbstständig in ein- oder mehrtägigen Workshops am Thema. Im Anschluss daran werden die Beiträge in der Gruppe besprochen, gemeinsam redigiert und bearbeitet. Sobald die Technikenkenntnisse ausreichen, veröffentlichen die Studierenden, meist in Verbindung mit einer individuellen Autoren-Vorstellung, diese ersten Arbeiten auf dem hauseigenen Web-Server der Journalistenakademie.

Dieses Verfahren stellt sicher, dass alle Teilnehmer/innen eine individuelle Förderung erhalten. Gleichzeitig werden Kriterien zur Beurteilung journalistischer Produkte erarbeitet und der Vorgang des Redigierens eingeübt. Da der Unterricht Einführungen in den klassischen Journalismus sowie die Medienspezifika von Radio-, Fernseh- und natürlich schwerpunktmäßig Online-Journalismus umfasst, taucht etwa das Thema „Interview“ im Verlauf des Lehrgangs drei- bis viermal auf und wird für das jeweilige Medium eingeübt. Die journalistische Ausbildung findet somit nicht im Block statt, sondern in enger Verbindung mit technischem und medienspezifischem Unterricht. Innerhalb der ersten Woche laufen beispielsweise an zwei Tagen Workshops zu Nachricht und Bericht, an zwei weiteren Intensiv-PC-Kurse „Windows special“ bzw. „Word für Journalisten“, die die Teilnehmer/innen mit aktuellen Versionen des Betriebssystems sowie der Textverarbeitung vertraut machen. Ebenso verzahnen sich die Themen „Recherche praktisch“ (klassisches Recherchehandwerk) und Online-Recherche. Während der Workshop zu den journalistischen Formen weiterläuft, beginnt die Einführung in die Seiten-Auszeichnungssprachen HTML und (ab OJ-03) XML. Daneben werden mindestens zwei Design-Werkzeuge gelehrt. Beide Stränge laufen einige Wochen parallel, bis sie in der Unterrichtseinheit „Schreiben und Konzipieren fürs Internet“ zusammengeführt werden. Großer Wert wird hier

auf den sachgemäßen Umgang mit den interaktiven und kommunikativen Formaten gelegt.¹⁰

Nach etwa drei Lehrgangs-Monaten, in denen auch noch Blöcke zu Präsentationstechnik, Medien- und Multimediarecht, Grundzüge der Bildbearbeitung am PC sowie Teamarbeit stattfinden, sind die Teilnehmer/innen im Stande, ein übersichtliches Web-Angebot mit journalistischen Inhalten (Text und Bild) samt Navigation zu konzipieren und selbst umzusetzen. An dieser Stelle findet das erste, das so genannte „kleine“ Praxis-Projekt statt. Innerhalb von vier Wochen gestalten die Teilnehmer/innen völlig selbstständig in Zeiteinteilung, Mitteleinsatz und Materialbeschaffung in Ein- bis Zweipersonen-Teams eine Web-Site im Umfang von 5 bis 10 Seiten (bei Zweier-Teams: bis zu 20 Seiten). Den Auftraggeber suchen sich die Studierenden selbst; sie schließen einen Vertrag und erhalten dafür vom Auftraggeber eine Aufwandsentschädigung. Das (in der Regel auch erreichte) Ziel ist, dass das Projekt tatsächlich durch den Auftraggeber veröffentlicht wird.¹¹

Während zu Beginn des Projekts die Unsicherheit der Studierenden jeweils groß ist („Wie sollen wir das schaffen?“, „Reichen unsere technischen Kenntnisse aus?“), wächst ihre Sicherheit im Verlauf der vier Wochen des Projektverlaufs. Am Ende der vier Wochen gibt es eine Präsentation aller Projektergebnisse, zu der auch die Auftraggeber geladen sind. Am folgenden Tag werden die Projektergebnisse und der Verlauf des Projekts gemeinsam durchgesprochen. Das Ergebnis ist in der Regel nicht nur hohe Motivation, sondern auch deutlich gestiegenes Selbstbewusstsein bei den Studierenden, die jetzt wissen: Einen solchen Auftrag kann ich schaffen, und ich kann jetzt auch einschätzen, wie lang ich dazu brauche.

Weil das Berufsbild des Online-Journalisten oft an der Schnittstelle zwischen Print- und Online-Bereich angesiedelt ist, wird der zweite Lehrgangsblock eingeleitet mit einem Layout- und Print-Schwerpunkt. Um Kenntnisse des Printbereichs samt seiner technischen Anforderungen zu erwerben, werden die Teilnehmerinnen in die Grundzüge des Layouts für Printprodukte und Magazine eingeführt, nehmen einige Tage an einem Workshop zum Thema Typografie teil sowie an einer Einführung in ein aktuelles Layout-Programm (z. B. Quark XPress). Parallel dazu erfolgt eine Einführung in das Arbeiten mit dem Apple MacIntosh sowie in das Internet-Betriebssystem Linux. Hier sind eine Unterrichtseinheit „Datensicherheit und Datenschutz“¹² eingebettet sowie der Workshop „Mobilkommunikation“.

Bei der Konzeption des Lehrgangs wurde davon ausgegangen, dass der Journalist der Zukunft ein Medien-Allrounder ist. Deshalb schließt sich an den Print-Teil ein einwöchiger Workshop Fotografie mit einem Foto-Journalisten an. Die Verzahnung zur Weiterverarbeitung am PC bildet in der darauf folgenden Woche ein Workshop „digi-

10 Eine genaue Beschreibung dieser Formate findet sich in: Hooffacker, Gabriele: Online-Journalismus, S. 45 – 92 und S. 124 – 150.

11 Beispiele für diese „kleinen“ Lehrprojekte finden sich auf www.journalistenakademie.de unter „Leseproben“. Zu den Auftraggebern zählten bisher unter anderem ein Hamburger Tee-Versand, das Gedächtnisbuch für ehemalige Häftlinge des Konzentrationslagers Dachau, ein Architekt, eine Übersetzerin, ein Kinderbuchladen, eine Schreinerei, ein Heilpraktiker, lokale Schulen/Waldorfschulen, die „Literaturhandlung“ von Rachel Salamander in München, ein Vollwert-Supermarkt und ein Buchverlag mit einer Fachbuchreihe.

12 Gabriele Hooffacker/Sven Mainka: Datenschutz online. Tipps für die medienpädagogische Arbeit, in: Medien + Erziehung 42 (1998) 1, S. 28 – 32.

tale Bildbearbeitung für Print und Online“ mit einem gängigen Softwareprodukt (z. B. Photoshop).

Im Workshop Radio-Journalismus verflochten sich wiederum Technik und Journalismus. Der Workshop beginnt mit einer Einführung in die Handhabung der digitalen Aufzeichnungsgeräte und der digitalen Schnitttechnik am PC. Anschließend führt ein Radio-Journalismus-Dozent ins Schreiben fürs Hören, das Bauen eines Beitrags und die Sprechtechnik ein. In einem einwöchigen Workshop stellen sich die Studierenden ein Thema, recherchieren und sammeln O-Töne und weiteres Material. Die rasante Veränderung der Radio-Technik dokumentiert sich auch hier im Unterricht: Wurde im ersten Lehrgang OJ-01 noch zusätzlich das Schneiden an der Bandmaschine gelehrt und praktisch durchgeführt, erfolgt der Schnitt seit dem zweiten Lehrgang OJ-02 nur mehr rein digital am PC. Außerdem werden die gängigen Formate für Audio-Streams erläutert und von den Studierenden praktisch umgesetzt. Die fertigen Beiträge werden gemeinsam besprochen, überarbeitet und von einem Münchner oder Nürnberger Lokalradio ausgestrahlt.

Nach demselben Schema läuft die Einführung in den Fernseh-Journalismus und die technische Umsetzung von Streaming Video fürs Internet: Ein erfahrener TV-Journalist und Ausbilder führt in die Medienspezifika des Fernsehens ein; mit digitaler Kamera und Video-Schnitt am PC setzen die Studierenden eigene Themen um.

Nach diesen Unterrichtseinheiten sollten die Studierenden in der Lage sein, auch mit anspruchsvollen Design-Werkzeugen wie Dreamweaver oder Flash konzeptionell sinnvoll umzugehen, und erhalten daher Einführungen in die entsprechenden Programme. Eingestreut werden in dieser Lehrgangsphase außerdem Workshops zum Bewerbungstraining, zu Datenbank-Journalismus und Content-Management (wiederum anhand von Praxis-Workshops mit mehreren einschlägigen Münchner Medien-Unternehmen).

Am Ende des Lehrgangs steht das „große“ Praxis-Projekt, zu dem die Klasse eine Lehrredaktion bildet und Funktionen und Ressorts verteilt. Die Rollenverteilung und Teamorganisation erfolgt völlig selbstständig. Während der sieben Projekt-Wochen stehen wie bereits beim „kleinen“ Projekt die Dozentinnen und Dozenten beratend und unterstützend zur Verfügung. Auf Wunsch der Kursteilnehmer werden punktuell Spezialdozenten zu bestimmten Themen engagiert. Auch dieses Projekt wird in der Abschluss-Woche im Rahmen einer Präsentation vorgestellt.¹³ Die Auswahl der Projekte erfolgt dabei einerseits nach dem Kriterium der online-journalistischen Möglichkeiten, die das jeweilige Thema bietet, aber auch nach der Machbarkeit im Rahmen eines solchen Projekts. Auswahlkriterien sind außerdem die Repräsentativität und der Bewerbungsnutzen für die Absolventen.

Intensive Praxiskenntnisse und Berufserfahrung vermittelt schließlich das dreimonatige Betriebspraktikum in einem Verlag oder Medien-Unternehmen. Beim Finden eines geeigneten Praktikumsplatzes unterstützt die Journalistenakademie die Teilnehmer mit ihren Kontakten zur Online-, Verlags- und Medienbranche. Aus Budget-Gründen wird das Praktikum derzeit vom Arbeitsamt München nicht gefördert. Diese eigentlich be-

13 Im Rahmen der ersten beiden Lehrgänge entstanden die Web-Sites www.verbraucherzentrale-bayern.de und www.deutsches-museum.de/kinder/akademie. Bei letzterem Angebot handelt es sich um interaktive Kinderseiten für das Deutsche Museum in München. Beide Projekte wurden von den Auftraggebern für gut befunden und publiziert (vom Deutschen Museum auch auf einer eigenen CD-ROM); das Angebot der Verbraucherzentrale Bayern wird in Zusammenarbeit mit Absolventen der Journalistenakademie gepflegt und ausgebaut.

trübliche Tatsache hatte auf die Vermittlungsquote weniger Auswirkungen als erwartet: Bereits beim ersten Lehrgang trat bereits nur noch die Hälfte der Studierenden das Betriebspraktikum überhaupt an – die anderen 50 Prozent befanden sich zu diesem Zeitpunkt bereits in Volontariat, Trainee-Maßnahme oder Festanstellung.

2. Ergebnisse und Vermittlungsquote

Die so genannte Vermittlungsquote ist eine wichtige Kennzahl für die weitere Förderung des Lehrgangs und seiner Teilnehmer nach SGB III durch die Bundesanstalt für Arbeit. Beim hier vorgestellten Fachlehrgang „Online-Journalismus“ liegt sie bei 93 Prozent; dies ist für Weiterbildungslehrgänge mit arbeitslosen Akademikern im Alter zwischen 28 und 50 Jahren ungewöhnlich hoch. Im Hinblick auf Tätigkeitsbereiche, Arbeitsformen und Branchenverteilung ergeben sich folgende Ergebnisse für die Teilnehmer der Kurse OJ-1 bis OJ-3.

Die Grundgesamtheit beinhaltet die 44 Teilnehmer der ersten drei Kurse. Einschränkend muss gesagt werden, dass der dritte Kurs OJ-3 zum Zeitpunkt dieser statistischen Auswertung (September 2001) noch andauerte.¹⁴ Doch auch für diesen Kurs lassen sich bereits Aussagen treffen: Einen Monat vor Praktikumsbeginn haben drei von 15 Teilnehmern des Kurses OJ-3 einen festen Arbeitsvertrag abschließen können, eine Teilnehmerin hat die Tätigkeit als feste Freie bei einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt aufgenommen und zehn Teilnehmer haben aussichtsreiche Praktika verbindlich vereinbart. Lediglich ein Teilnehmer dieses Kurses war noch auf der Suche nach einer Praktikumsstelle.

Bei den Tätigkeitsbereichen überwiegen Online- und Multimedia-Berufe. Die weit aus meisten Absolventen der Kurse der Journalistenakademie arbeiten als Online-Redakteure (26 Personen und 10 Praktikanten des laufenden Kurses), einige Teilnehmer fanden ihre berufliche Zukunft in angrenzenden Arbeitsbereichen als Lektor, PR-Assistent, Coordinator Sales Support, Content-Manager oder im Online-Marketing. Ein „Ausreißer“ unter den Absolventen fand Gefallen am grafischen Gestalten und eine Festanstellung als Layouter bei einem großen Münchner Computerverlag, ein anderer entschloss sich zu einer weiteren Ausbildung im höheren Verwaltungsdienst, in einem weiteren Fall wurde die Verlängerung des Praktikums vereinbart.

Mehr als die Hälfte der Absolventen ging nach Abschluss des Kurses in eine Festanstellung oder ein vergleichbares Arbeitsverhältnis als fester Freier bei einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt. Den Weg in die Freiberuflichkeit wählten diejenigen Absolventen, die sich damit aufgrund guter persönlicher Kontakte besser stellten als mit den festen Arbeitsverhältnissen, die ihnen angeboten wurden. Auch einige Frauen mit Kindern wählten diesen Weg, da sie hierin eine Möglichkeit zum Wiedereinstieg in die Arbeitswelt bei anhaltend großen familiären Verpflichtungen sahen. Zwei jüngere Absolventen (unter 30) ergriffen die Gelegenheit, ihre Ausbildung mit einem Volontariat oder Trainee-Programm zu vervollkommen. In diesen Fällen wurde eine Festanstellung im Anschluss an diese Maßnahme in Aussicht gestellt.

Bei der Branchenverteilung zeigt sich deutlich, dass Online-Journalisten durchaus in den klassischen Medien sowie in Unternehmensberatungen und PR-Agenturen ihren Platz finden. Bis auf fünf Personen arbeiten alle Absolventen der Journalistenakademie

¹⁴ Zwei Teilnehmer wurden ausgenommen, sie mussten die Maßnahme aus gesundheitlichen Gründen abbrechen.

in diesem Bereich, die Tätigkeitsbereiche der anderen fünf umfassen Dozententätigkeiten und Öffentlichkeitsarbeit zum Beispiel für eine Stiftung des öffentlichen Rechts, in einem Fall auch die Weiterbildung zum Verwaltungsfachwirt.

3. Finanzierung und Qualitätssicherung

Die Arbeit der Journalistenakademie ist eingebunden in ein Netzwerk formalisierter und informeller Kontakte, in dessen Rahmen viele inhaltliche und methodische Diskurse geführt werden: So konzipiert und organisiert sie zum Beispiel u. a. die Moduleinheiten rund um den Multimedia-Journalismus für die Münchner Multimedia-Akademie, eine gemeinsame Einrichtung der Landeshauptstadt München, der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern (IHK) sowie der Fachhochschule München (FHM). Die Münchner Multimedia-Akademie (www.mucma.de) versteht sich als Weiterbildungsportal: Sie führt keine eigenen Veranstaltungen durch, sondern organisiert Aus- und Weiterbildungskurse im Bereich Medien und Multimedia gemeinsam mit den Mitgliedern. Sie ist vernetzt mit dem Mediencampus e.V., einem von der Bayerischen Landesregierung initiierten Verband von Medienunternehmen und Ausbildern, der sich als Plattform für journalistische Ausbildungseinrichtungen einerseits, für Auszubildende wie Berufstätige in Medienberufen andererseits versteht (www.medien-campus-bayern.de). Die Journalistenakademie ist Mitglied in beiden Einrichtungen. Sie bietet zudem ein umfangreiches eigenes offenes Programm an, kooperiert mit der Fachgruppe Journalismus in der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di, der Akademie der bayerischen Presse sowie dem Bayerischen Journalistenverband und weiteren Bildungseinrichtungen in Bayern und darüber hinaus.¹⁵ Diese vielfältigen Bildungsaktivitäten und Kooperationen im Bereich Medien und Multimedia ermöglichen die Unabhängigkeit der Journalistenakademie von großen Medienunternehmen oder einem anderen großen Auftraggeber.

Zusätzlich wurden eigene Formen und Methoden der Rückkopplung, des Feedback und der Erfolgskontrolle entwickelt. Zu den hauseigenen Methoden der Qualitätssicherung zählen in der Journalistenakademie eigene differenzierte Bewertungsbögen zu jeder Bildungsmaßnahme, sei es ein Zwei-Tages-Seminar aus dem offenen Programm, eine Inhouse-Schulung bei einem Münchner Unternehmen oder ein 50-Stunden-Modul aus dem gemeinsamen Programm mit der Münchner Multimedia-Akademie. Sie werden zu jeder Bildungsmaßnahme gesammelt und ausgewertet. Im Rahmen der Langzeit-Lehrgänge gibt es differenzierte Bewertungsbögen zu verschiedenen Zeitpunkten (Ende des Vollzeit-Unterrichts, während des Praktikumstages, der seinerseits zur Qualitätssicherung des Praktikums dient, sowie zum Ende des gesamten Lehrgangs). Die daraus resultierenden Schlussfolgerungen bilden die Basis für die ständige Weiterentwicklung

15 Zu den regelmäßigen Kooperationspartnern der Journalistenakademie zählen Einrichtungen der politischen Bildung wie die Friedrich-Ebert-Stiftung (München, Regensburg, Leipzig, Bonn und Berlin), die Georg-von-Vollmar-Akademie, die Heinrich-Böll-Stiftung, Berlin, und verschiedene gewerkschaftliche Bildungseinrichtungen, kirchliche Medienbildungs-Institute wie die Evangelische Medienzentrale, der Evangelische Pressedienst, der katholische St.-Michaelsbund oder der Landesverband der Heim- und Heilpädagogischen Einrichtungen. Zu regelmäßigen Kunden von Inhouse-Schulungen zählen die Hypovereinsbank, verschiedene Burda-Redaktionen, Premiere World, die IHK München, die Nürnberger Versicherung u. a. Mit der Münchner Frauen-Computer-Schule AG und dem Bildungszentrum der Stadt Nürnberg gibt es ebenfalls eine regelmäßige, vertraglich gesicherte Zusammenarbeit im Multimedia-Bereich.

des Lehrgangs. Darüber hinaus bringen die Gespräche mit den Medienunternehmen, die teilweise institutionalisiert sind in Gesprächsrunden von Multimedia-Akademie und Mediacampus, vielfache Anregungen und Wünsche aus der Praxis.

Bei den Langzeit-Lehrgängen hat sich zudem die Einrichtung des „Jour fixe“ bewährt: Einmal im Monat wird im Rahmen des Unterrichts ein Zeitraum von ein bis zwei Stunden für Feedback zu Unterrichtsinhalten, Methoden und Dozenten eingeräumt, eine To-Do-Liste wird erstellt und beim nächsten Jour-fixe auf ihre Umsetzung hin überprüft. Zudem werden die Studierenden an der Journalistenakademie bei ihrer Stellensuche intensiv begleitet und unterstützt; die dabei gemachten Erfahrungen fließen in die Gestaltung des Lehrgangs ein.

Auch die Förderung nach SGB III umfasst mehrere Aspekte der Qualitätssicherung: Erstens unterzog das Arbeitsamt München den Bildungsträger einer umfassenden inhaltlichen, technischen und organisatorischen Prüfung, an deren Schluss die Zulassung als anerkannter Bildungsträger für SGB-III-Maßnahmen stand. Zweitens werden Lehrgangskosten der Studierenden, sofern sie die persönlichen Bedingungen erfüllen, also arbeitssuchend oder arbeitslos gemeldet sind, zu hundert Prozent vom Arbeitsamt übernommen. Wer Arbeitslosengeld bezieht, erhält meist auch eine Hilfe zum Lebensunterhalt sowie, falls das Heimatarbeitsamt nicht München ist, Zuschüsse für Wohnung und Fahrtkosten nach Hause. Damit ist gewährleistet, dass die Lehrgangsteilnehmer sich voll auf den Kurs konzentrieren können. Drittens besteht eine formalisierte Erfolgskontrolle durch das Arbeitsamt München, das statistische Angaben über die Vermittlungsquote anfordert.

Dieses Netzwerk aus sich gegenseitig durchdringenden formalisierten und informellen Maßnahmen der Qualitätskontrolle – von den Wünschen der Teilnehmer über formale Kontrollen der Kooperationspartner, über institutionalisierte Gesprächsrunden mit den Medienunternehmen der Region München bis hin zur von Auftraggebern unabhängigen Zielvorgabe durch die Journalistenakademie selbst – ermöglicht eine eigenständige Konzeption journalistischer Weiterbildung, die keinem einzelnen Medienunternehmen verpflichtet ist, aber im ständigen Gesprächskontakt mit Unternehmen, Auftraggebern und Institutionen steht und stetig weiter entwickelt wird. Das Berufsbild des Online-Journalisten verändert sich mit den wachsenden journalistischen, technischen und sozialen Anforderungen – fundierte Weiterbildung für diesen Berufsbereich muss mit dieser Entwicklung Schritt halten können.