

## **Journalisten als Unternehmer?**

### **Entrepreneurship Education im Rahmen der Journalistenausbildung in Deutschland**

Krautreporter, Opendatacity, De Correspondent – dies sind nur wenige prominente und aktuelle Beispiele, die auf eine neue Entwicklung im Journalismus hinweisen: Journalisten können längst nicht mehr auf eine sichere berufliche Karriere als hauptberuflich tätige, fest angestellte Redakteure eines Verlags hoffen. Viele Journalisten sind schon heute freiberuflich tätig, manche sind darüber hinaus auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen adressieren wir die Schnittstelle zwischen Medienökonomie und Journalistik, indem wir die akademische Ausbildung von Journalisten in Deutschland betrachten und hinterfragen, inwiefern unternehmerische Inhalte (Entrepreneurship Education) dort verankert sind. Durch die Betrachtung der Perspektiven (a) Beschäftigungssituation von Journalisten in Deutschland, (b) Entrepreneurial Journalism und (c) Entrepreneurship Education als Teil der akademischen Journalistenausbildung (s.u.) leiten wir einen Forschungsbedarf ab und bearbeiten im Rahmen unserer Studie die Forschungsfrage: *Wie werden Journalisten in Deutschland im Rahmen ihrer regulären Ausbildung mit unternehmerischen Studieninhalten (Entrepreneurship Education) konfrontiert?*

#### (a) Beschäftigungssituation von Journalisten in Deutschland

Laut Bundesagentur für Arbeit waren im Jahr 2012 insgesamt 166.000 Erwerbstätige im Bereich Redaktion, Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit erfasst, davon sind jedoch lediglich 68.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Die Zahl der selbständig Tätigen wuchs im Vergleich zu 2001 um 50 Prozent (Bundesagentur für Arbeit 2013: 84). Der Deutsche Journalistenverband (DJV) zählt 2013 ca. 43.500 festangestellten Journalisten, etwa 3.000 Volontäre und 26.000 freie, hauptberufliche JournalistInnen (Kaiser 2014, o.S.). Damit hat sich die Anzahl der freien, hauptberuflichen JournalistInnen in den letzten Jahren stark erhöht. Wurden 2005 noch 12.000 gezählt und damit ein Viertel der Journalisten in Deutschland (vgl. Weischenberg et al. 2006: 350), so können wir heute von rund 50 Prozent ausgehen. Der Trend weist in eine eindeutige Richtung: Die Zukunft der journalistischen Arbeit im klassischen Anstellungsverhältnis muss kritisch gesehen werden. Berufsforscher gehen davon aus, „dass es künftig weitaus mehr freiberufliche Journalisten geben wird“ (Kaiser 2014, o.S.). Die Veränderung der Beschäftigungssituation wurde auch vom Deutschen Journalistenverband erkannt und problematisiert. Die Arbeitsgruppe „Zukunft des Journalismus“ des DJV hat im November 2013 acht Zukunftsthesen publiziert. These Nr. 6 lautet: „Journalistinnen und Journalisten werden zu Unternehmern“ (Siegert 2013, o.S.). Vor dem Hintergrund der Beschäftigungssituation von Journalisten und den Einschätzungen des DJV argumentieren wir: Wenn sich das Berufsbild der Journalisten verstärkt in Richtung Selbständigkeit/Unternehmertum verändert, erscheint es sinnvoll, Journalisten im Rahmen ihrer Ausbildung auf ihre potenzielle Doppelrolle als Journalisten und Unternehmer adäquat vorzubereiten.

#### (b) Entrepreneurial Journalism

Der Trend zu verstärkter unternehmerischer Tätigkeit von Journalisten wurde in den USA bereits erkannt und thematisiert. Im Diskurs wurde der Begriff Entrepreneurial Journalism geprägt (vgl. z.B. Briggs 2012). Der Terminus verweist auf eine Sensibilisierung und Vorbereitung von Journalisten bereits im Rahmen ihrer Ausbildung für ein späteres Agieren als Unternehmer: „Entrepreneurial journalism involves teaching or encouraging graduate students or working journalists to start their own business, whether online or in print“ (De Masi 2013: 2). Bereits 2011 identifizierten Hunter &

Nel (2011) in diesem Kontext einen klaren Bedarf zur Änderung der journalistischen Ausbildung: "The need for journalism curriculum reform is widely acknowledged, yet the wheels of the academy turn slowly. How are journalism educators to resolve this dichotomy and meaningfully prepare their students for the realities of a fast-changing profession?" (Hunter & Nel 2011: 11). Obwohl die Journalism Schools nicht zügig auf die sich verändernde Industrie reagierten (Ferrier 2013: 223) gibt es erste Beispiele wie das Scripps Howard Journalism Entrepreneurship Institute, welche Aspekte der Entrepreneurship Education in die journalistische Ausbildung integrieren (Ferrier 2013: 224). In Deutschland scheint dieser Trend die Journalistenausbildung kaum erreicht zu haben: Frühbrodt (2010) benennt beispielsweise kontinuierliche Praxis, journalistisches Grundverständnis, Darstellungs- und Vermittlungskompetenz, redaktionelle Skills, Recherche-Kompetenz, Crossmedia-Skills und Soft-Skills als wesentliche Komponenten journalistischer Ausbildung (vgl. Frühbrodt 2010: 41f). Elemente einer unternehmerischen Ausbildung im Sinne des Entrepreneurial Journalism werden in der Literatur jedoch bis dato vermisst.

### (c) Entrepreneurship Education als Teil der Journalistenausbildung

Journalisten genießen heute primär eine akademische Ausbildung: „Heute haben 68,8 Prozent der Journalistinnen und Journalisten einen Studienabschluss“ (Weischenberg et al. 2006: 353). Neben dem Volontariat gilt die Journalistenschule als ein weiterer üblicher Ausbildungsweg in den Beruf (ibid.). Mit Blick auf die akademische Ausbildung kann beobachtet werden, dass in Deutschland Entrepreneurship Education (Gründerlehre) bereits an einigen Universitäten und im Rahmen von einigen Studiengängen, vorwiegend jedoch im Bereich der Wirtschaftswissenschaften, etabliert wurde. Derzeit gibt es 122 Lehrstühle im Bereich Entrepreneurship (FGF-e.V. 2014). Aktualität und Relevanz des Themas sind längst erkannt worden. Der Bericht "Educating the Next Wave of Entrepreneurs" initiiert vom World Economic Forum hebt die Bedeutung von Entrepreneurship Education hervor: "The impact of entrepreneurship on the strategies of institutions of higher education is widely recognized and accepted" (Volkman et al. 2009: 75). Trotz dieser Entwicklung wird die aktuelle Situation der Entrepreneurship Education im Hochschulkontext kritisiert (Sternberg, Vorderwülbecke & Brixy 2012). Rankings zeigen, an welchen Hochschulstandorten Studierende die besten Chancen haben mit Entrepreneurship im Rahmen ihres Studiums konfrontiert zu werden (Schmude, Aevermann & Heumann 2011). Darüber hinaus liegen Evaluationen für das EXIST-Programm des BMWi vor (vgl. z.B. Kulicke 2014), welches Existenzgründungen aus der Wissenschaft fördert. Eine detaillierte Analyse, welche Studieninhalte mit Bezug zu Entrepreneurship als Teil der curricularen Ausbildung im Bereich Journalismus/Journalistik an Hochschulen und Journalistenschulen betrachtet, liegt hingegen bis dato nicht vor.

Zusammenfassend argumentieren wir: Wenn sich erstens das Berufsbild von Journalisten in Richtung Selbständigkeit/ Unternehmertum verändert, wenn zweitens im US-Amerikanischen Raum mit Entrepreneurial Journalism bereits Initiativen zu beobachten sind, journalistische Ausbildung mit unternehmerischen Inhalten zu bereichern und wenn drittens über Entrepreneurship Education als Teil der Journalistenausbildung in Deutschland keine detaillierte Analysen vorliegen, erscheint es sinnvoll den aktuellen Status Quo der Journalistenausbildung in Deutschland mit Blick auf unternehmerische Studieninhalte zu erheben. Aus diesem Grund bearbeiten wir mit unserem Beitrag die Forschungsfrage: *Wie werden Journalisten in Deutschland im Rahmen ihrer regulären Ausbildung mit unternehmerischen Studieninhalten (Entrepreneurship Education) konfrontiert?* Ergebnisse einer solchen Betrachtung bieten das Potenzial, neue Perspektiven im Bereich der Medienmanagement-Lehre zu erschließen.

Im Rahmen einer empirischen Studie haben wir alle Studiengänge im Bereich Journalismus an deutschen Hochschulen (N=41) sowie die Angebote der deutschen Journalistenschulen (N=24) analysiert. Nicht im Fokus dieser Studie ist das Volontariat und weitere Ausbildungsformen. Im Rahmen einer quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse wurden die Hochschul- und Studiengangsw Webseiten sowie weiteres vorhandenes Informationsmaterial (Flyer, Übersichten, Modulbeschreibungen, Studien- und Prüfungsordnungen) betrachtet. Datenerhebung und Auswertung wurden 05/2014 abgeschlossen. Neben einer deskriptiven Analyse wurden aus der Literatur abgeleitete Hypothesen (vgl. z.B. Gossel 2014) betreffend der Zusammenhänge von Voraussetzungen der Hochschule (z.B. Rechtsform, Entrepreneurship-Lehrstuhl), geographischer Lage der Hochschule und Entrepreneurship Education als curricularer Bestandteil journalistischer Studiengänge überprüft. Die Ergebnisse beschreiben den Status Quo im Bereich der Entrepreneurship Education in der Journalistenausbildung in Deutschland. Abschließend reflektieren wir die Ergebnisse der Studie einerseits vor dem Hintergrund von sich verändernder Rolle und Aufgaben des Journalismus, andererseits mit Blick auf ein potenzielles neues Lehrgebiet des Medienmanagements: Media Entrepreneurship Education. Mit unserer Studie erweitern wir den Diskurs der Medienökonomie bzw. Medienmanagements an der Schnittstelle zwischen Journalismus und Entrepreneurship, indem wir erstmals die unternehmerische Ausbildung von Journalisten in Deutschland in den Fokus der Betrachtung stellen.

## Quellen

- Briggs, M. (2012): Entrepreneurial Journalism. How to build what's next for news. London.
- Bundesagentur für Arbeit (2013): Der Arbeitsmarkt für Akademikerinnen und Akademiker. Nürnberg.
- De Masi, M. (2013): Entrepreneurial Journalism. A New Practice consistent with historical norms. Master Thesis, Empire State College, State University of New York.
- Ferrier, M.B. (2013): Media Entrepreneurship: Curriculum Development and Faculty Perceptions of What Students Should Know. Journalism & Mass Communication Educator (68), 222-241.
- Frühbrodt, L. (2010): Journalistenausbildung an den Hochschulen. In: Hoffacker, G.: Journalismus Lehren. 10 Jahre Journalistenakademie. München, 35-46.
- Gossel, B. (2014): Entrepreneurial venturing and media industry in Germany. To what extent is the academic offspring prepared for an entrepreneurial future? Proceedings of the Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research IECER, Chur.
- Hunter, A. & Nel, F.P. (2011): Equipping the Entrepreneurial Journalist: An Exercise in Creative Enterprise. Journalism & Mass Communication Educator 66 (1): 10-24.
- Kaiser, U.(2014): Arbeitsmarkt und Berufschancen. Online im Internet: <http://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/arbeitsmarkt-und-berufschancen.html> [16.07.2014].
- Kulicke, M. (2014): 15 Jahre EXIST „Existenzgründungen aus der Wissenschaft“. Entwicklung des Förderprogramms von 1998-2013. Arbeitspapier der wissenschaftlichen Begleitforschung zu „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“. Fraunhofer-Institut ISI, Karlsruhe.

Schmude, J.; Aevermann, T. & Heumann, S. (2011). Vom Studenten zum Unternehmer. Welche Universität bietet die besten Chancen? Gründerlehre – Aktive Unterstützung – Rahmenbedingungen. Ranking 2011. Regensburg.

Siegert, S. (2013): 8 Zukunftsthese. Journalist Online. Online im Internet unter <http://www.journalist.de/vtblog/8-zukunftsthese.html> [16.07.2014]

Sternberg, R.; Vorderwülbecke, A. & Brixy, U. (2012). Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2012. Hannover

Volkman, C. et al. (2009): Education the Next Wave of Entrepreneurs. Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century. A Report of the Global Education Initiative. World Economic Forum, Cologny/Geneva.

Weischenberg, S. et al. (2006): Journalismus in Deutschland 2005. Media Perspektiven (7), 346-361.