

# Technikjournalismus: Ein Einblick in das Berufsfeld und seine Besonderheiten

Technik prägt unseren Alltag. Aber wer gibt den Nutzern bei den Unmengen von Computern, Handys, Autos, Maschinen, Anlagen und vielem mehr einen Überblick? Wer informiert sie über neue technische Entwicklungen, wer erklärt ihnen die Funktionsweise, wer erwähnt Für und Wider, wer warnt sie vor Gefahren? Das ist die Aufgabe von „Technikjournalisten“. Trotzdem kennt fast niemand diese Journalisten-Spezies. Sicher ist jedoch: Es gibt Technikberichterstattung und es gibt dementsprechend auch Journalisten, die hauptsächlich über technische Themen berichten. Aber wer sind diese Journalisten? Wo findet man dieses Berufsbild? Als was sehen und bezeichnen sie sich? Dies galt es bei einer Online-Umfrage herauszufinden.

Der Beitrag ist eine Kurzdarstellung des Kapitels „Umfrage zur Berufsrolle und zum Selbstverständnis von Technikjournalisten“ aus dem im Frühjahr 2008 erscheinenden Buch „Technikjournalismus“, herausgegeben von Prof. Andreas Schümchen und dem Deutschen Fachjournalisten-Verband.

## Die Befragung

Die Befragung fand zwischen dem 18. Mai und dem 2. Juni 2006 statt. Der Online-Fragebogen bestand aus 34 Fragen und wurde auf einer Internetseite veröffentlicht. Der Deutsche Fachjournalisten-Verband schickte ein elektronisches Anschreiben an alle seine Mitglieder – also an knapp 7.000 Fachjournalisten.<sup>1</sup> Darin wurden ausdrücklich „alle Journalisten, die überwiegend über technische Themen berichten“ und „alle Techniker, Ingenieure oder Wissenschaftler, die technische Themen regelmäßig über Medien veröffentlichen und publizieren“ dazu aufgefordert, an der Befragung teilzunehmen. Über einen Link gelangten sie auf den Online-Fragebogen. Zusätzlich wurden gezielt Redaktionen per E-Mail angeschrieben. Darunter Wissenschaftssendungen aus Fernsehen und Hörfunk, Special-Interest-Zeitschriften, Computer- und Automagazine sowie verschiedene Fachverlage. Immer wurde auch darum gebeten, die E-Mail an andere mögliche Teilnehmer, wie Bekannte und Kollegen, weiterzuleiten. Da der Fragebogen auf verschiedenen Wegen



Quelle: Kwest, Fotolia

Themenschwerpunkt der Berichterstattung ist der Bereich Computer, IT und Kommunikation

kommuniziert wurde, beanspruchen die Ergebnisse weder repräsentativ noch vollständig zu sein. Außerdem wurde es den Journalisten, die diese E-Mail erhalten haben, absichtlich selbst überlassen, ob sie sich der Zielgruppe zugehörig fühlen oder nicht. Jedoch können die zahlreich ausgefüllten Fragebögen durchaus aussagekräftige Tendenzen aufzeigen.

## Berufsfeld der Technikjournalisten

Insgesamt haben 238 Personen an der Befragung teilgenommen. Der Großteil (95,3 %) davon war männlich. Im Vergleich zu Journalisten im Allgemeinen, bei denen das Verhältnis von Frauen und Männern etwa zwei zu drei ist<sup>2</sup>, scheint es unter Technikjournalisten sehr wenige Frauen zu geben – vermutlich aufgrund der geringeren Technikaffinität der Frauen. Das Durchschnittsalter der Befragten lag zwischen 40 und 45 Jahren, was ungefähr dem Alter anderer Journalisten entspricht.<sup>3</sup> Der Anteil an Freiberuflern (82,7 %) und Nebenberuflern (68,9 %) unter den Technikjournalisten ist überraschend hoch.

67 Prozent der Befragten können eine technische Ausbildung oder ein technisches Studium vorweisen. Der Großteil bringt also eine nötige Sachkompetenz für den Beruf mit. Doch wie es um die

journalistischen Kompetenzen bestellt ist, ist leider nicht so eindeutig: 57 Prozent geben an, gar keine journalistische Ausbildung zu besitzen und noch einmal etwa 10 Prozent haben nur ein Praktikum absolviert. Die Ausbildungszahlen sind gravierend niedrig, insbesondere in Bezug auf das Volontariat. Denn nur 12,7 Prozent der befragten Technikjournalisten haben ein Volontariat absolviert, bei der letzten großen Umfrage von Allroundjournalisten waren es im Vergleich dazu über 60 Prozent.<sup>4</sup> Im Idealfall sollte jedoch ein Technikjournalist sowohl technisches Fachwissen als auch journalistische Kompetenzen aufweisen. Doppelt qualifiziert bzw. doppelt ausgebildet sind aber nur 18,1 Prozent der Befragten.

Die befragten Technikjournalisten arbeiten vor allem für solche Medien, die meist sehr spezielle Zielgruppen und nur geringe Auflagen haben, wie Fachzeitschriften (40,8 %) oder Unternehmenszeitschriften (10,5 %). Technikjournalismus für „jedermann“ gibt es offensichtlich noch sehr selten. Zumindest arbeiten anscheinend sehr wenige Technikjournalisten bei populären Medien mit einem breiten Publikum. Technikberichterstattung hat sich hier wohl noch nicht durchgesetzt. Zeitungen (5 %), Nachrichtenmagazine (0 %), Unterhaltungszeitschriften (0,4 %) und sogar Special-Interest-Zeitschriften (2,5 %) scheinen keine gängigen Arbeitgeber für Technikjournalisten zu sein. Das Fernsehen, für das immerhin über 8 Prozent der Befragten hauptsächlich arbeiten, hebt sich jedoch davon ab. Hauptthemenschwerpunkt unter den befragten Technikjournalisten ist der Bereich Computer, IT und Kommunikation (26,3 %). Alle anderen technischen Themen liegen bei unter 9 Prozent. Nur jeder Achte gibt an, dass das Medium, für das er arbeitet, keine besonderen technischen Schwerpunkte aufweist. Das ist wenig und zeigt erneut, dass die Zielgruppen und die Themen häufig sehr speziell sind.

### Berufsrolle und Selbstverständnis

Drei Berufsrollen haben unter den Technikjournalisten klare Priorität: der Vermittler, der Erklärer und der Berater. 82,3 Prozent der Befragten sehen sich selbst als Vermittler und Informator, 59,1 Prozent als Erklärer und 53,2 Prozent als Berater. Auch bei der Frage nach der wichtigsten Rol-

Die Mehrzahl der befragten Technikjournalisten macht sich die Vermittlung von technischen Informationen und Neuerungen zur Aufgabe.

le für Technikjournalisten werden die ersten drei Plätze in selber Reihenfolge besetzt. Ein ähnliches Bild zeigt das Aufgabenverständnis: Die Technikjournalisten sehen ihre Aufgaben vor allem darin, möglichst neutral und präzise zu informieren (79,1 %), hochkomplizierte Sachverhalte einfach darzustellen (77,2 %) und dem Publikum Orientierung zu bieten (76,1 %). Besonders auffällig ist, dass die Rolle des Kritikers (23,6 %) und die des Unterhalters (22,4 %) im Vergleich dazu recht wenig Zustimmung bekommen. Offensichtlich ist der Informationsjournalismus am häufigsten vertreten. Auch interpretativer Journalismus ist in den Antworten der Befragten durchaus erkennbar. Investigativer, anwaltschaftlicher und neuer Journalismus spielen hingegen kaum eine Rolle.

Auf die Frage nach der eigenen Berufsbezeichnung gab es eine große Palette von Antworten. Besonders auffällig ist dabei, dass weniger als die Hälfte der Befragten eine Bezeichnung nutzt, in der „Journalist“ oder „Redakteur“ vorkommt. Stattdessen werden sehr oft Ingenieurberufe oder andere technische Tätigkeiten (11,8 %) in den Vordergrund gestellt. Etwa jeder Vierte nannte einen Beruf, der nichts mit Journalismus und auch nichts mit Technik zu tun hat. Die Befragung zeigt, dass die Bezeichnung Technikjournalist sehr ungeläufig ist.

Auch im Rollen- und Aufgabenverständnis werden Unterschiede deutlich: Zum Beispiel spielt die Unterhaltung eine viel geringere Rolle als bei anderen Journalisten. Einer der letzten Plätze in der Aufgabenrangliste erhielt die Formulierung „Aufgaben und Funktionen meines Berufs sind es, das Publikum zu unterhalten und zu entspannen“. Nur 20,5 Prozent der Befragten stimmten diesem Satz zu. Im Vergleich dazu verfolgten etwa 40 Prozent der Befragten der Weischenbergstudie dieses Ziel.<sup>5</sup> Eine große Differenz, die erstaunt. Denn der allgemeine Trend im Journalismus geht Richtung Unterhaltung, weil das Publikum unterhalten werden will. Aus diesem Bedürfnis ist auch das Infotainment entstanden, das Information und Unterhaltung verbinden soll. Diese Form der Berichterstattung missfällt den meisten Technikjournalisten. Über die Hälfte stimmten der Aussage zu: „Unter Infotainment leidet die Qualität

der Technikberichterstattung.“ Das eigene Aufgabenverständnis hebt sich also sehr von dem der Journalisten ab.

Ähnlich ist es bei der Kritikfunktion. Die Absicht Kritik zu üben, haben unter den Technikjournalisten etwa 17 Prozent weniger als bei der Weischenbergstudie aus dem Jahr 2006.<sup>6</sup> Nur sehr wenige (21 %) der Befragten bezeichnen es als ihre Aufgabe, ein möglichst breites Publikum zu erreichen.

Unter anderem wurde durch gezieltes Fragen deutlich, dass die Mehrheit (53,6 %) der Befragten Unterschiede bezüglich der Relevanz von Eigenschaften zwischen Technikjournalisten und Allround-Journalisten macht. Eigenschaften, die jeder Journalist haben sollte, wie sprachliche Ausdrucksfähigkeit (12,5 %) und Kreativität (18,8 %), sehen die Technikjournalisten für sich selbst als weniger wichtig an als für andere Journalisten. Sie trennen also den eigenen Beruf ganz klar von dem des Journalisten. Teilweise erkennen sie selbst das Problem der fehlenden journalistischen Kompetenzen. 11,3 Prozent der Teilnehmer sehen das als größtes Problem der Technikberichterstattung an.

### Gefährliche Nähe zur Wirtschaft

Bei der Befragung kamen auch weitere offensichtliche Problemfelder des Berufs zu Tage. Eins dieser Probleme hat sich bei den Ergebnissen immer wieder angedeutet: Technikjournalismus steht der Technik und deren wirtschaftlichen Interessen gefährlich nah! Die Vermutung liegt nahe, dass es vielen Technikjournalisten an Objektivität mangelt. Allein die Tatsache, dass so viele Technikjournalisten die Tätigkeit nebenberuflich ausüben oder schon einmal einen anderen Beruf ausgeübt haben, der unmittelbar mit der Technik und/oder deren Vermarktung zusammenhängt (56,9 %), zeigt, dass sie eine enge Beziehung zur Welt der Technik und der Wirtschaft haben.

Auch die Arbeitszeiten für bestimmte Tätigkeiten geben Hinweise: Recherchieren ist nicht wie

bei den Allround-Kollegen eine Haupttätigkeit. Sie verbringen hingegen weitaus mehr als andere Journalisten ihre Zeit damit, PR-Texte zu bearbeiten. Das macht im Durchschnitt etwa 10 Prozent ihrer Arbeitszeit aus. Nach Internet und Fachpresse sind Pressemitteilungen und Informationen aus der privaten Wirtschaft die am häufigsten genutzten Quellen.

Es ist allerdings nicht so, dass dieses Problem nur von außen wahrgenommen wird. Die Befragten erkennen auch selbst die mangelnde Objektivität. 83,3 Prozent stimmen der Aussage zu, dass PR-Texten zu viel Vertrauen geschenkt wird und 75,3 Prozent, dass Technikberichterstattung zu eng verknüpft ist mit kommerziellen Interessen. Auch auf die offen gestellte Frage nach dem größten Problem im Technikjournalismus wurde die Nähe zu kommerziellen Interessen am häufigsten genannt (21,4 %).

### Technikjournalismus ist unpopulär

Eine weitere wichtige Erkenntnis der Befragung von Technikjournalisten ist die, dass Technikjournalismus selten populär betrieben wird und somit das Berufsfeld noch keinen hohen Bekanntheitsgrad genießt. Im Gegensatz zum Wissenschaftsjournalismus, der gerade in den letzten Jahren immer bekannter und begehrter geworden ist, findet der Technikjournalismus fast ausschließlich im kleinen Kreis statt, wo der verantwortliche Redakteur auch Leitung und Organisation übernimmt. Technikjournalisten haben vor allem sehr spezielle Zielgruppen: 48 Prozent geben Experten als Publikum an, nur 14,4 Prozent richten die Berichterstattung an Laien.

Auch die Themenschwerpunkte sind bei 87,5 Prozent speziell.

Über die Hälfte (51,9 %) der Technikjournalisten arbeitet bei einem Medium, das nur monatlich oder vierteljährlich veröffentlicht wird. Technikjournalismus findet bei Fachzeitschriften, Unternehmenszeitschriften und online statt. Populäre Medien – mit Ausnahme des Fernsehens – engagieren selten Technikjournalisten. Deswegen

Drei Berufsrollen haben unter den Technikjournalisten klare Priorität: der Vermittler, der Erklärer und der Berater.

79,3 Prozent stimmen der Aussage zu: „Den Redaktionen fehlen Redakteure mit qualifiziertem technischen Fachwissen“.

fehlt es ihnen dann, wenn sie doch einmal ein technisches Thema behandeln, an Redakteuren mit technischem Know-how. Das sehen auch die Befragten als Problem. 79,3 Prozent stimmen der Aussage zu: „Den Redaktionen fehlen Redakteure mit qualifiziertem technischen Fachwissen“.

### Konsequenzen ziehen

So wird zum Beispiel ganz klar deutlich, dass der Technikjournalismus strikt von der Wirtschaft abgekoppelt werden muss. Die Abhängigkeit von Verbänden, Anzeigenkunden und Unternehmen muss geringer werden. Dafür ist mehr Zeit und Personal erforderlich, damit eine sorgfältige Recherche möglich ist und Informationen aus der privaten Wirtschaft nicht mehr ohne weiteres übernommen werden. Die Technikjournalisten müssen sich für einen Beruf entscheiden. Und wenn sie sich für den Journalismus entscheiden, sollten sie diese Rolle auch objektiv, konsequent und verantwortungsbewusst umsetzen. Damit Technikjournalisten aber hauptberuflich existieren können, müssen in jedem Fall geeignete Ausbildungsmöglichkeiten geschaffen werden, die technische und journalistische Kompetenzen miteinander verbinden. Ein erster Schritt ist mit Sicherheit der Studiengang „Technikjournalismus“ an der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg. Es existieren aber auch schon andere Möglichkeiten, wie journalistische Aufbaustudiengänge, die beispielsweise auf eine technische Ausbildung aufbauen. Wenn die Technikjournalisten eine solche Doppelqualifikation besitzen, wird es auch für den Technikjournalismus einfacher, populär zu werden.

Eine Möglichkeit für die Popularität des Technikjournalismus, die Zukunft haben könnte, ist die offensive Beraterrolle. Die Befragung zeigt, dass Ratgeber- und Orientierungsfunktion bereits ausgeprägter sind als im Journalismus allgemein. Zum Beispiel sehen viele der Befragten ihre Aufgabe darin, dem Publikum Orientierung zu bieten (76,1 %), Tipps für Techniknutzer zu liefern (48,1 %) und dem Publikum bei Kaufentscheidungen zu helfen (40 %). Technikjournalismus als Service und Dienstleistung, um der Gesellschaft Orientierung und Hilfe in technischen Fragen zu geben, ist eine große Chance. Hier ist der Bedarf in der breiten Masse in jedem Fall gegeben. Der Technikmarkt boomt. Je mehr technische Neuheiten auf den Markt kommen, desto größer wird der Orientierungsbedarf des Publikums. Allerdings

müsste dann die Bereitschaft zur Skepsis und Kritik größer werden und vielleicht in Ansätzen ein anwaltschaftlicher Journalismus wachsen, der Techniknutzer und nicht die Hersteller vertreten kann!

Diese und weitere Ergebnisse der Umfrage sowie die konkrete Darstellung in Zahlen werden in der Neuerscheinung „Technikjournalismus“ im UVK Verlag veröffentlicht. Das Buch ist voraussichtlich ab Januar 2008 erhältlich.

#### Endnoten

- 1 An dieser Stelle möchte ich mich bei allen Mitgliedern des DFJV bedanken, die meine Umfrage unterstützt haben.
- 2 Vgl. Weischenberg/Malik/Scholl (2006), S. 260.
- 3 Vgl. ebd., S. 262.
- 4 Vgl. ebd., S. 265.
- 5 Vgl. ebd., S. 279.
- 6 Vgl. ebd.

#### Literatur

WEISCHENBERG, S./MALIK, M./SCHOLL, A. (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland, Konstanz.

#### Die Autorin

**Katharina Anczikowski** (geb. 1983) studierte Technikjournalismus an der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg in Sankt Augustin. Sie beendete ihr Studium als Diplom-Journalistin (FH) im Oktober 2006. In ihrer Diplomarbeit untersuchte sie anhand einer Online-Befragung das Selbstverständnis und die Berufsrolle von Technikjournalisten. Nach ihrem Studium arbeitete sie zunächst als freie Mitarbeiterin für den „Wirtschaftsspiegel“ der Tüffers Auskunft und Wirtschaftsverlags GmbH in Düsseldorf und schrieb dort die Leitartikel. Seit Januar 2007 arbeitet sie in einer Fernsehproduktionsfirma in Köln.

