

## Rezension

Preis: 17,90  
Kartonierte, 232 Seiten  
Erscheinungsjahr: 2002  
Verlag: LIT Verlag  
ISBN 3-8258-5772-7

---

Was kennzeichnet innovativen Journalismus im ausgehenden 21. Jahrhundert? Kann man den redaktionellen Alltag nach wie vor mit der Formulierung beschreiben „immer wieder wird eine andere Sau durchs Dorf getrieben, aber sie nimmt immer den gleichen Weg"? Oder haben sich mittlerweile auch die Wege geändert? Auf welche Weise ist das Tagesgeschäft des Zeitungsmachens Veränderungen unterworfen?

Ralf Hohlfeld, Klaus Meier und Christoph Neuberger stellen in „Innovationen im Journalismus“ einzelne Textbeiträge zusammen, die im Jahr 2001 anlässlich eines Symposiums der Katholischen Universität Eichstätt entstanden sind. Dabei liegt der Fokus auf drei konkreten Aspekten:

1. das Internet und dessen Auswirkungen auf den journalistischen Schaffensprozess,
2. Umstrukturierungstendenzen im Redaktionsmanagement und
3. der Einfluss der angewandten Medienforschung auf die redaktionelle Praxis.

Um es vorweg zu nehmen: Wer ein Buch nach Äußerlichkeiten und ersten Eindrücken beurteilt, wird an diesem wohl achtlos vorbeigehen. Die Titelgestaltung macht dem Titel keine Ehre und das Vorwort entpuppt sich als ein Loblied auf die Vorteile universitärer Netzwerkstrukturen. Doch wer sich davon nicht abschrecken lässt, wird belohnt.

Den Herausgebern ist gelungen, was nicht immer gelingt: eine Sammlung von Aufsätzen, die strukturiert aufeinander aufbauen, ohne sich zu wiederholen. Die einzelnen Beiträge nehmen aufeinander Bezug und regen den Leser zum Mitdenken an, statt ihn frontal zu belehren. Studien wechseln sich mit Kritiken und Interviews ab. Bisweilen wird an passender Stelle auf Fließtext zugunsten von übersichtlichen Aufzählungen verzichtet. Grafiken und Statistiken runden das Bild ab.

Die Herausgeber erwähnen eingangs, dass die Beiträge „ein Beispiel für die wichtige Kooperation zwischen Wissenschaft und Praxis“ darstellen, und dieser Einschätzung kann man sich nur anschließen. Das vorliegende Buch zeigt auf, dass Kooperation zwischen Praktikern und Theoretikern immer auch Dritten zugute kommt: dem interessierten Leser im Allgemeinen – und dem Nachwuchs beider Disziplinen im Besonderen.

Zwei Wehrmutstropfen zum Schluss: Im Jahr vier nach dem Eichstädter Symposium beginnt der Buchtitel langsam eine irreführende Wirkung zu entfalten. Wer den Band zur Hand nimmt, um sich über die neuesten Trends zu informieren, mag unter Umständen enttäuscht werden, weil das, was gestern noch neu war, heute bereits alltäglich ist. Die Frage "Was ist daran innovativ?" schwebt förmlich schon im Raum. Daneben wird nicht begründet, wie die Konzentration auf die drei Themengebiete Internet, Redaktionsmanagement und Medienforschung zustande gekommen ist. Doch wirklich schmälern kann dies den insgesamt positiven Eindruck nicht.