

DER TECHNIKJOURNALIST – DAS UNBEKANNTE WESEN

von Christian Preiser und Georg Küffner

Dank Rudi Völler wissen wir, was Sportreporter tun: Sie trinken Weizenbier und interviewen Bundestrainer. Und auch die Aufgabenfelder der meisten anderen journalistischen Ressorts sind hinlänglich bekannt: Politikredakteure etwa versuchen – mal vergnüglich, mal vergeblich –, der Regierung und ihrer Opposition rhetorische Nullbotschaften zu entlocken. Reisejournalisten wiederum fahren durch die Weltgeschichte und schreiben über Länder und Leute, von deren Existenz wir zuvor nichts ahnten. Aber auch auf der Landkarte der journalistischen Berufsbilder gibt es eine Terra incognita: Den Technikjournalismus. Technikjournalisten sind die unbekanntesten Wesen der Medienezunft.

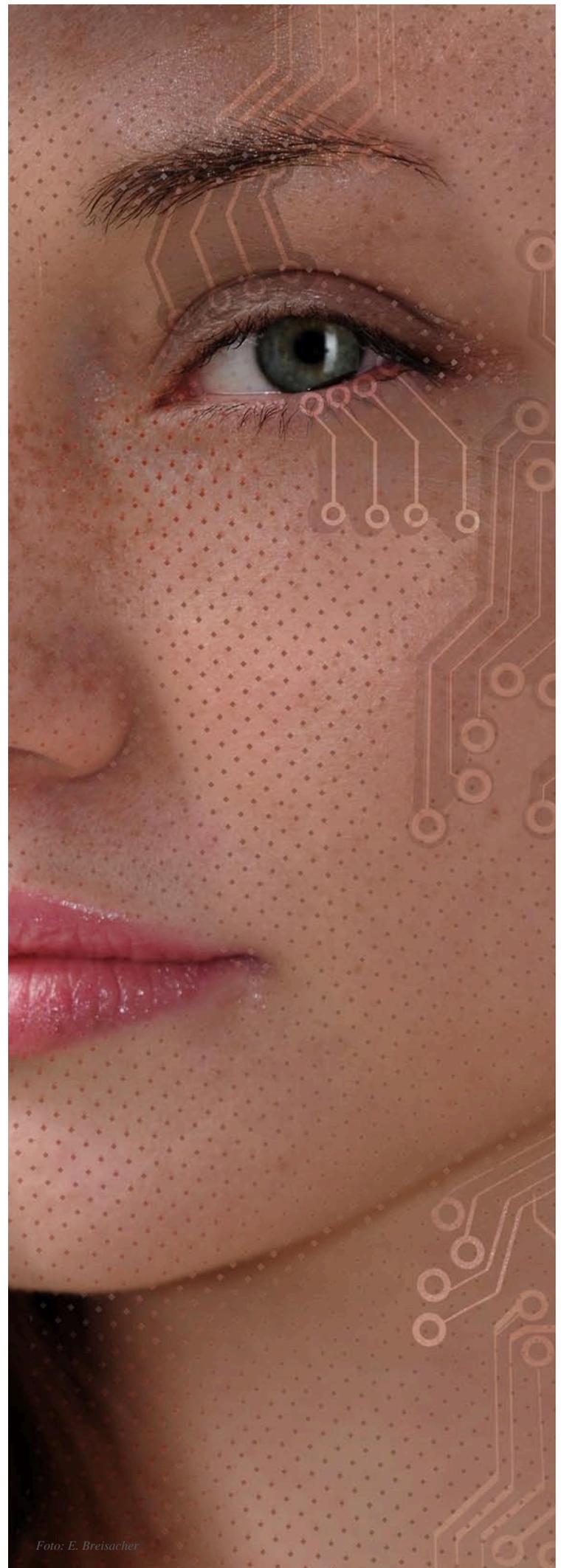


Foto: E. Breisacher

Das ist erstaunlich. Denn Deutschland ist ein High-Tech-Land. Wo andere Nationen ihren Wohlstand auf Ressourcenreichtum gründen, proklamieren wir für uns den „Vorsprung durch Technik“. Technik ist fester Bestandteil unseres Alltags und Wirtschaftstreiber Nummer eins. Etliche der großen deutschen Konzerne verdienen ihr Geld mit der Entwicklung und dem Verkauf von Technik: BOSCH etwa, oder DAIMLER oder SIEMENS. Die drängenden politischen, wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen unserer Zeit – Wirtschaftswachstum, Klimawandel, Ökologie und Energieversorgung – sind eng verknüpft mit der Frage nach der Verfügbarkeit und der Einsetzbarkeit von Technologien. Kurzum: Ob Solarenergie oder Smartphone, ob „green building“ oder Elektromobilität – Technik ist heute allgegenwärtig.

Dabei sind die vermeintlichen Segnungen des zivilisatorischen Fortschritts keineswegs unumstritten (von allgemein akzeptierten Heilsbringern wie Waschmaschinen und Bügeleisen einmal abgesehen). Bei so manchem Bürger verursacht die immer stärkere Technisierung seiner Lebensbereiche ein diffuses Gefühl der Unsicherheit: Was kann der technische Fortschritt leisten? Wo liegen die Chancen der modernen Technologie, wo ihre Risiken? Ist etwa die Nanotechnologie Fluch oder Segen? Und was soll künftig aus meiner Steckdose fließen: Atomkraft oder Kohlestrom?

Will er den (wirtschafts-) politischen Diskussionen folgen, sieht sich Otto Normalverbraucher immer öfter mit immer komplexeren High-Tech-Produkten und -Prozessen konfrontiert. Um deren Sinn und Zweck zu beurteilen, fehlt ihm jedoch häufig das Wissen. Also wird er nicht selten zum Opfer von gezielt gestreuter PR-Propaganda oder unreflektiertem Vorurteil.

Hier kommen nun die Medien und die Technikjournalisten ins Spiel: Bei der Frage nach der gesellschaftlichen Akzeptanz von technischen Innovationen kommt ihnen eine wichtige Rolle als Informationsvermittler zu. Ihre Aufgabe wird zunehmend darin bestehen, komplexe technische Zusammenhänge einer nur laienhaft vorgebildeten Öffentlichkeit zu kommunizieren – allgemein verständlich und unterhaltsam, kompetent und kritisch.

Mit einem Satz: Der Technikjournalist ist vielfältig gefordert. Er muss seiner journalistischen Chronistenpflicht genügen und aus der Welt der Technik berichten, was berichtenswert ist. Aber er muss darüber hinaus auch Aufklärer sein und für seinen Leser, Zuschauer oder Zuhörer – ebenso nüchtern wie neutral – das Für und Wider von Technologien herausarbeiten und bis ins Detail erläutern.

Last, but not least muss er als Moderator wirken: Tech-

nik ist nämlich nicht per se gut oder schlecht. Entscheidend ist vielmehr, was man daraus macht. Der Technikjournalist muss daher mit Argusaugen darüber wachen, wohin die technischen Trends und Tendenzen gehen. Mit der investigativen Schärfe des SPIEGELs in seinen besten Tagen muss er technologische Fehlentwicklungen aufspüren und deren Gefahrenpotenzial öffentlich anprangern. Zugleich muss der Technikjournalist die Ideologen, Demagogen und Lobbyisten, die aus (partei- oder wirtschafts-) politischem Interesse eine Technik hochjubeln oder verdammen, demaskieren und in die Schranken weisen. Der Wutbürger ist die Nagelprobe für die Qualität technikjournalistischer Arbeit: Kocht die Volksseele aus schierem Unwissen hoch, hat der Technikjournalist seinen Job nicht gut gemacht.

Freilich verrichtet der Technikjournalismus sein Tagwerk nicht im luftleeren Raum. Im Gegenteil, er bewegt sich in einem Spannungsfeld unterschiedlichster Interessen und Lager: Profilierungssüchtige Politiker aller Couleur buhlen um seine Aufmerksamkeit. Forschungsinstitute mit wissenschaftlichem Anspruch und wirtschaftlichem Interesse versuchen, sich mit seiner Hilfe in der Öffentlichkeit zu legitimieren. Industrie und Wirtschaft nutzen ihre Kapitalkraft, um – mal mehr und mal weniger subtil – ihre PR-Botschaften zu lancieren. Von gekauften Artikeln ganz zu schweigen. All diesen Verlockungen muss der Technikjournalist widerstehen. Allen Drohgebärden muss er kühn die Stirn bieten. Dauerhaft wird sich der Technikjournalismus allerdings nur dann behaupten und seine Unabhängigkeit sichern können, wenn er sich diese Souveränität auch leisten kann – intellektuell wie ökonomisch.

Der „ideale Technikjournalist“ weiß genau, wovon er spricht und worüber er schreibt. Er beherrscht das klassische Instrumentarium des journalistischen „Kunsthandwerks“ (möglicherweise hat er „Technikjournalismus“ sogar studiert). Seine Passion hat er zur Profession gemacht – ohne über die Lust am Formulieren seine fachliche Qualifizierung zu vergessen. Ingenieur und Journalist sind für ihn ein „sowohl als auch“ und kein „entweder – oder“. Er versteht den „Slang“ der „Techies“ und kann ihn – gekürzt aufs Wesentliche, aber nicht verfälscht – in die Alltagssprache seiner Leser übersetzen. Seinen Themen nähert sich der „ideale Technikjournalist“ mit Neugierde und prinzipieller Offenheit. Er fragt nach bis ins Detail, recherchiert systematisch und bleibt dabei auf kritischer Distanz.

Soweit die Theorie. Die Praxis zeigt: Noch ist dieses Ideal eines Technikjournalisten vielerorts Utopie. Denn um die Schlüsselrolle als Mittler und Übersetzer zwischen

Technikexperten einerseits und der Öffentlichkeit andererseits wirklich ausfüllen zu können, bedarf es einer soliden ökonomischen Fundierung. Doch wie so häufig im Journalismus: Das Geld ist knapp. Also knapsen die Verlage, wo es nur geht. Die redaktionellen Umfänge werden zurückgefahren, Ressorts zusammengelegt, Stellen abgebaut. Freie Mitarbeiter werden mit Zeilenhonoraren unterhalb der Armut- und Anstandsgrenze abgespeist. Recherche verkommt so zum Freizeitvergnügen mit Luxuscharakter. Dabei wäre es längst ein verlegerisches Gebot der Stunde, im Technikjournalismus auch sein

ökonomisches Potenzial zu erkennen. Je mehr die Gesellschaft von Technikthemen bestimmt wird, umso wichtiger wird die fundierte journalistische Berichterstattung darüber. Als vielbeschworene „vierte Gewalt“ haben die Medien immerhin einen gesellschaftlichen Auftrag. Alle rufen nach dem mündigen Bürger – aber offenbar will niemand ihn sich leisten. Daher müssen Redaktionen und Verlage endlich den Stellenwert erkennen, den Technik im Alltagsleben ihrer Leser spielt, und einer seriösen und fundierten Berichterstattung über Technikthemen den Platz einräumen, der ihr gebührt.//



Foto: Christian Preiser

ELDORADO AM DIENSTAG

SEIT 25 JAHREN LEISTET SICH DIE F.A.Z. EIN EIGENES „TECHNIK UND MOTOR“-RESSORT

von Christian Preiser und Georg Küffner

Alldonnerstäglich um halb zwei beginnt der Jour fixe der klugen Köpfe. Dann nämlich versammelt sich die siebenköpfige „Technik und Motor“-Redaktion der F.A.Z. zu ihrer Ressortsitzung. Die Atmosphäre ist höflich entspannt: Man achtet und respektiert einander. Kein Wunder – manche in diesem Kreis von einer Frau und sechs Männern arbeiten schon seit mehr als zwei Jahrzehnten zusammen.

Dem journalistischen Produkt sieht man die gemeinsam abgeleiteten Dienstjahre seiner Redakteure nicht (unbedingt) an. 1988 emanzipierte die F.A.Z. ihre „Motor“-Seite zu einem eigenen Buch namens „Technik und Motor“, kurz: TuM. Seitdem hat sich viel getan: Die Bandbreite der Themen, die sich in TuM wiederfinden, wuchs beständig. Einige Klassiker sind freilich geblieben: Noch immer (und auch in Zukunft) nehmen Artikel über die

Hinzu kommt eine über die Jahrzehnte gewachsene Nähe zum Publikum: Nicht selten beruht die Idee zu einem Artikel auf dem Anruf eines geneigten Lesers oder dem kritischen Hinweis aus einem „Brief an die Redaktion“. Welch publizistische Macht die Leserschaft entfalten kann, bekam die F.A.Z.-Verlagsleitung vor zwei Jahren zu spüren. Damals wurde der Erscheinungstag der „Technik und Motor“-Beilage von Dienstag auf Samstag verlegt. Offizielle Begründung: An Wochenenden sei der Leser noch stärker für technische Themen zu begeistern. Daraufhin brach ein Sturm der Entrüstung los. Hunderte von Lesern fühlten sich um ihre liebgewonnene Werktagslektüre gebracht und drohten mit der Kündigung ihres Abos. Als der Protest auch nach Wochen nicht abebbte, lenkte die Geschäftsführung schließlich ein. Seither erscheint „Technik und Motor“, wie schon in den 23 Jahren zuvor, wieder dienstags.//



Der Autor **CHRISTIAN PREISER** hat nach seinem geisteswissenschaftlichen Studium ein Tageszeitungsvolontariat absolviert und lange Zeit als Journalist gearbeitet, unter anderem bei der F.A.Z. Seit Anfang 2010 leitet er bei der Kommunikationsberatung IFOK das Geschäftsfeld „Technik & Kommunikation“. In dieser Funktion verantwortet er das „Forum Technikjournalismus“, das IFOK gemeinsam mit der F.A.Z. ins Leben gerufen hat. Nähere Infos unter www.forum-technikjournalismus.de.



Der Autor **GEORG KÜFFNER** ist Redakteur im Ressort „Technik und Motor“ der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre und des Maschinenbaus trat er 1984 in die Wirtschaftsredaktion der F.A.Z. ein und schrieb zunächst für den Spezialdienst „Blick durch die Wirtschaft“. 1988 wechselte Küffner zu „Technik und Motor“, wo er sich mit den unterschiedlichsten Themen aus dem gesamten Gebiet der Technik befasst; Schwerpunkte sind die Umwelt-, Energie- und Bautechnik.

Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

IMPRESSUM

Herausgeber

Prof. Dr. Siegfried Quandt (Präsident des DFJV)
DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG

Verlag

DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG
Hegelplatz 1, 10117 Berlin
Telefon 030 / 81 00 36 88 0
Fax 030 / 81 00 36 88 9

Chefredaktion

Lars von Hugo (V.i.S.d.P.)
fachjournalist@dfjv.de

Redaktionsbeirat

Gabriele Bartelt-Kircher, Leiterin der Journalistenschule-Ruhr · **Markus Becker**, Leiter des Ressorts Wissenschaft bei Spiegel-Online · **Prof. Dr. Udo Branahl**, Institut für Journalistik an der Universität Dortmund · **Prof. Dr. Ulrike Buchholz**, Fachbereich Informations- und Kommunikationswesen an der Fachhochschule Hannover · **Prof. Dr. Rainer Burchardt**, Lehrbeauftragter für Media Management an der Fachhochschule Kiel · **Prof. Dr. Giso Deussen**, ehem. Leiter des Studiengangs Technikjournalismus an der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg · **Walter Engstle**, Geschäftsführer der UVK Verlagsgesellschaft, ›Reihe Praktischer Journalismus‹ · **Prof. Dr. Christoph Fasel**, Professur für Medien- und Kommunikationsmanagement, SRH Hochschule Calw · **Dr. med. Christoph Fischer**, Facharzt und Lehrbeauftragter an der Hamburg Media School · **Wolfgang Goede**, M. A., Wissenschaftsredakteur der Zeitschrift P. M. · **Dr. Gabriele Hooffacker**, Leiterin der Journalistenakademie München · **Prof. Dr. Guntram Platter**, Professur für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH) · **A. o. Prof. Dr. Dr. Benno Signitzer**, Fachbereich Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg · **Werner Starz**, M. A., Direktor Marketing und Kommunikation bei Eurosport · Prof. (em.) **Dr. Jan Tonnemacher**, Lehrstuhl für Journalistik II an der Katholischen Universität Eichstätt · **Eva Wiese**, Technology Communications, Daimler Chrysler

Illustrationen

Esther Schaarhüls

Druck

Messedruck Leipzig GmbH

Anzeigen

anzeigen@dfjv.de

Die aktuellen Mediadaten des Fachjournalist erhalten Sie auf www.fachjournalist.de

Autoren dieser Ausgabe

Marcus Anhäuser · Georg Küffner · Ulrike Langer · Silke Liebig-Braunholz
Charlotte Brigitte Looß · Christian Preiser · Andreas Schümchen
Jennifer Schwanenberg · Sabine Seifert

Leserbriefe

wie Statements, Anregungen, Lob und Kritik bitte an: leserbriefe@dfjv.de

Erscheinungstermine:

Der Fachjournalist erscheint quartalsweise. Mitglieder des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes erhalten den Fachjournalist kostenfrei.

Rechtliches

Der Inhalt namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegelt nicht die Meinung der Redaktion wider. Bei Einsendung von Manuskripten wird das Verständnis zur vollen oder auszugsweisen Veröffentlichung (Print und Online) vorausgesetzt. Hinweise für Autoren erhalten Sie unter www.fachjournalist.de.

ISSN 1860-2827



Mix

Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern, kontrollierten Herkünften und Recyclingholz oder -fasern

Zert.-Nr. GFA-COC-001576

www.fsc.org

© 1996 Forest Stewardship Council



Angeschlossen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW)