



TECHNIKJOURNALISMUS HEUTE: ACHT BEOBACHTUNGEN ZUR ENTWICKLUNG UND AKTUELLEN SITUATION

von Andreas Schümchen und Jennifer Schwanenberg

Vor gut zehn Jahren startete der erste reine Technikjournalismus-Studiengang und damit die systematische Technikjournalistenausbildung in Deutschland. Wie hat sich die Technikberichterstattung in diesem Jahrzehnt verändert? Acht Beobachtungen zur Entwicklung und aktuellen Situation des Technikjournalismus.

1 TECHNIK FINDET IN DEN MEDIEN IMMER MEHR AUFMERKSAMKEIT

Kaum eine Woche vergeht mittlerweile ohne ein Technikthema in den Schlagzeilen. Zehn Jahre WIKIPEDIA, Laufzeitverlängerung von Atomkraftwerken, Unfall auf der Ölplattform DEEPWATER HORIZON – nur drei Beispiele für aktuellen Technikjournalismus.

Technik ist so allgegenwärtig und betrifft so viele Aspekte des Lebens, dass die Berichterstattung kaum noch in ein festes Ressort zu schieben ist. Der Sieg des Supercomputers WATSON in der US-Spielsendung JEO-PARDY beispielsweise fand in den verschiedensten Ressorts Platz: In der Wirtschaft (TAGESSPIEGEL), im Panorama (NORDWEST ZEITUNG), im Feuilleton (F.A.Z.), aber auch in den Kommentaren des Politikressorts (wie etwa in der FRANKFURTER RUNDSCHAU).

»Eine sachliche Haltung zwischen Hysterie und Euphorie zu finden ist offenbar schwierig, wenn es um Technik geht.«

Am Beispiel WATSON lässt sich erkennen, wie wichtig es ist, mit fundiertem technischem Know-how an ein Thema heranzugehen. Denn was ist passiert? Nüchtern betrachtet hat ein Computer zwei Menschen in einer Quizshow besiegt. Doch das Schlagwort „Künstliche Intelligenz“ wirkt auf viele Menschen bedrohlich. Hier ist Technikjournalismus gefragt, der Hintergründe erklärt und unbegründete Ängste abbaut. Aber auch eine allzu positive Technikbetrachtung kommt vor: Im Medienhype um APPLES Tablet-PC iPad im vergangenen Jahr beispielsweise wäre mehr Neutralität wünschenswert gewesen.¹

Eine sachliche Haltung zwischen Hysterie und Euphorie zu finden ist offenbar schwierig, wenn es um Technik geht.

2 TECHNIKJOURNALISMUS IN FACHMEDIEN WIRD IMMER PROFESSIONELLER

Ein großer Teil des Technikjournalismus spielt sich in den mehr als 3.800 deutschen Fachzeitschriften ab

(DEUTSCHE FACHPRESSE 2010, S. 10).² Fast die Hälfte der 100 auflagenstärksten Fachzeitschriftentitel beschäftigen sich mit technischen Themen (vgl. MEDIA SPECTRUM 2009).

Fachmedien waren lange Zeit dadurch geprägt, von Fachleuten auf dem jeweiligen Themengebiet produziert zu werden. Noch Ende der 1990er-Jahre wurden Berufseinsteiger – etwa bei der Ausschreibung von Volontariaten – bevorzugt, die eine technische Ausbildung besaßen, beispielsweise ein Elektrotechnik- oder Maschinenbaustudium abgeschlossen hatten.

In Gesprächen mit Redaktionen lässt sich seitdem vielerorts ein Umdenken erkennen: Die journalistischen Qualifikationen von Bewerberinnen und Bewerbern rücken mehr in den Vordergrund. Es wurde offenbar erkannt, dass angesichts des Wettbewerbs der Fachmedien untereinander professionelle Vermittlungsfähigkeiten ein wesentlicher Erfolgsfaktor sind – immer mehr Fachmedien müssen sich sowohl hinsichtlich der journalistischen Aufbereitung ihrer Themen als auch hinsichtlich ihrer Gestaltung längst nicht mehr hinter Publikumsmedien verstecken.

3 DIE ZAHL DER QUALIFIZIERUNGSANGEBOTE IM TECHNIKJOURNALISMUS IST GESTIEGEN

Die Grundfrage der Technikberichterstattung lautete jahrzehntelang: Lassen sich Ingenieure und Naturwissenschaftler zu Journalisten weiterbilden oder ist es möglich, professionelle Journalisten für die kompetente Berichterstattung über komplexe technische Themen weiterzuqualifizieren? Seit dem Ende der 1990er-Jahre gibt es auf diese Frage neue Antworten.

Nachdem bereits 1997 an der HOCHSCHULE BREMEN mit dem „Internationalen Studiengang Fachjournalistik“ erstmals eine Hochschuljournalistenausbildung auch technische Sachkompetenz (neben dem Gebiet Wirtschaft) in ihrem Curriculum vorsah, startete im Oktober 1999 an der HOCHSCHULE BONN-RHEIN-SIEG in Sankt Augustin der bundesweit erste Studiengang, der den Begriff „Technikjournalismus“ im Namen trug.³

Der erste Jahrgang bestand aus 27 Studentinnen und Studenten, die ihr Studium in einer interdisziplinären Fakultät zusammen mit Elektrotechnik- und Maschinenbau-Studierenden aufnahmen. Die Resonanz auf den Studiengang war von Anfang an gut: Bis zu 200 Interessierte aus dem gesamten Bundesgebiet bewarben sich auf die (ab 2001) 60 Studienplätze, und Redaktionen ebenso wie

Technikmedien: Professionelle journalistische Vermittlungsfähigkeiten sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Foto: Ramona Plaspohl, Marko Neumann

und semiprofessionellen Blogs ab. In den USA ist diese Entwicklung besonders deutlich zu erkennen: Die Suchmaschine TECHNOCRATI rankt US-amerikanische Blogs nach ihrer Bedeutung in der Bloggerwelt. Direkt hinter dem Nachrichtenblog HUFFINGTON POST sind TECHCRUNCH, MASHABLE und zwei weitere Technikblogs unter den Top 5.⁶ In Deutschland sieht die Entwicklung ähnlich aus. Blogs wie BASICTHINKING oder NETZWERTIG spielen hierzulande neben Blogs zum Thema Einkaufen und Geldsparen die größte Rolle. Blogs wie ENGADGET und GIZMODO wurden aus den USA adaptiert.

Diese Entwicklung hat viel mit der Situation von Technikjournalisten zu tun: Viele von ihnen sind frei- oder nebenberuflich tätig, die Blogs sind als Hobby entstanden, oft dann aber zum Beruf oder zumindest zum Nebenverdienst geworden. Charakteristisch für solche Technikblogs ist, dass es immer um persönliche Sichtweisen geht, zudem aber ein Qualitätsanspruch erkennbar ist: Auch wenn die persönliche Meinung immer eine Rolle spielt, wollen die Blogger präzise und möglichst neutral berichten.

Wie bedeutend Blogs werden können, zeigt das Beispiel von TECHCRUNCH⁷: Der amerikanische Blog berichtet über Web-2.0-Start-Ups und entscheidet nicht selten über deren Erfolg und Misserfolg.

»Die Diskussion um die Vereinbarkeit von Journalismus und PR muss gerade auf dem Gebiet des Technikjournalismus noch intensiver geführt werden.«

6 DER PR-EINFLUSS AUF DEN TECHNIKJOURNALISMUS NIMMT WEITER ZU

Als APPLE im vergangenen Jahr seinen Tablet-PC iPad vorstellte, berichteten sogar die TAGESTHEMEN über das neue Gerät – doch so recht erklären, was es ist, konnten die Publikumsmedien kaum. Offensichtlich war aber stets die Botschaft, dass das iPad etwas Gutes ist. Erfolgreiche Public Relations – schlechter Journalismus.

Im Technikjournalismus ist der Einfluss der PR besonders groß. Technische Innovationen und neue Produkte sind entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen (Hübner, H. 2002) – so verwundert es nicht, dass Unternehmen viel Geld und Aufwand in ihre Pressearbeit stecken. Pressereisen, geschenkte Testgeräte und die Übernahme von Reisekosten sind keine Seltenheiten; eine Vielzahl von Fach- und Special-Interest-Technik-

medien könnte ohne eine solche „Unterstützung“ gar nicht existieren. Mittlerweile haben selbst kleinere Technikunternehmen, die ausschließlich auf B2B⁸-Ebene arbeiten, Ansprechpartner für die Presse und betreiben professionelle PR-Arbeit.

Eine Gefahr liegt darin, dass viele Technikjournalisten frei- oder nebenberuflich tätig und mit Technikunternehmen mehr oder weniger eng verbunden sind. Eine solche (für das Publikum zudem meist noch intransparente) Verzahnung von Journalismus und PR lässt die Unabhängigkeit weiter Teile des Technikjournalismus fraglich erscheinen. Die Diskussion um die Vereinbarkeit von Journalismus und PR, nicht zuletzt durch die Netzwerk-Recherche-Forderung „Journalisten machen keine PR“, muss gerade auf dem Gebiet des Technikjournalismus noch intensiver geführt werden, um Fehlverhalten vorzubeugen.

»Technik wird erst in ihrer Wirkung auf den Menschen zu einem interessanten und relevanten Thema.«

7 GUTER TECHNIKJOURNALISMUS HANDELT VON MENSCHEN

Ein früher technikjournalistischer Artikel erschien am 16. Juni 1816 in der KÖLNISCHEN RUNDSCHAU. Erstmals befuhren damals Raddampfer den Rhein, und die Zeitung stellte die neue Technik vor. Dabei wurde der Mensch nicht außen vor gelassen: Die Gegner der Dampfer kamen zu Wort und erklärten ihre Sicht der Dinge; sie wiesen auf die Gefahren der neuen Technik für ihre Branche und somit auch für ihre Existenz hin (vgl. Weise, M. in Schümchen, A., DFJV 2008, S. 47 ff.).

JOSEF STUMMVOLL forderte es schon 1935, EMIL DOVIFAT 1967: Technikberichterstattung müsse immer den Einfluss auf den Menschen miteinbeziehen. Technik wird erst in ihrer Wirkung auf den Menschen zu einem interessanten und relevanten Thema. Es ist darum Aufgabe von Technikjournalisten, den Bezug zwischen Menschen und Technik herzustellen.

Das geschieht heute bereits häufiger, und nicht nur in den Publikumsmedien, für die ohnehin neben der Erklärung technischer Sachverhalte stets auch die „Helden“ der Technik wie Erfinder und Wissenschaftler als Protagonisten attraktiv sind. Auch in Fachmedien ist das „Storytelling“ angekommen: Geschichten über Entwickler und Anwender beispielsweise ermöglichen es, den Umgang mit Technik und ihrem Nutzen in den

Vordergrund zu stellen und so auch Nicht-Technikern technische Entwicklungen praxisnah und verständlich zu vermitteln.

8 EINE GANZHEITLICHE TECHNIKBERICHTERSTATTUNG FEHLT NOCH IMMER

Noch immer wird unter Technikjournalismus meist die verständliche Erklärung technischer Zusammenhänge verstanden. Technik zu verstehen ist für Journalisten wie Rezipienten allerdings nur der erste Schritt, um Technik zu beurteilen: Welche Chancen bietet sie, welche Risiken birgt sie? Ist sie nützlich oder schädlich? Ist sie für mein eigenes Leben heute oder in Zukunft relevant?

Ein Technikjournalismus, der den Namen verdient, darf deshalb nicht allein eine naturwissenschaftlich-technische Sichtweise besitzen. Er muss auch wirtschaftliche, soziale und politische Aspekte technischer Entwicklungen in seine Analysen und Bewertungen einbeziehen. Nur eine entsprechend ganzheitliche Betrachtung des Gegenstandsgebiets ist tatsächlich eine journalistische.

DAVID NORDFORS, Gründer und Leiter des CENTER FOR INNOVATION AND COMMUNICATION an der UNIVERSITÄT STANFORD, hat für eine vergleichbare kritisch-analytische Berichterstattung über Innovationen den Begriff des „Innovation Journalism“ geprägt (Nordfors, D. 2004, S. 3).⁹ Da meist technische Innovationen und Novitäten Gegenstand von Technikberichterstattung sind, kann NORDFORS' Begriff und Ansatz als Vorbild für einen ganzheitlichen, nicht allein eine Erklär- und Bildungsfunktion erfüllenden Technikjournalismus dienen. Ein solcher Technikjournalismus wäre ausgesprochen wünschenswert. Denn analog zu NORDFORS' Innovation-Journalism-Konzept kann auch hinsichtlich der Medienberichterstattung über Technik begründet vermutet werden, dass sie nicht nur zur Aufklärung der Techniknutzer beiträgt, sondern zugleich auch den Wettbewerb um gesellschaftliche Akzeptanz und wirtschaftlichen Erfolg technischer Entwicklungen durch ihre öffentliche Diskussion beeinflusst: „Competitiveness in innovation systems depends on the quality of interaction and shared knowledge between involved individuals and organizations. [...] The media represent major sources of shared knowledge, setting a standard for public discussion, influencing the agenda profoundly“ (Nordfors, D. 2004, S. 3). //

LITERATUR

- Anczikowski, K.** (2008): Berufsrolle und Selbstverständnis von Technikjournalisten, in: Schümchen, A., DFJV (Hrsg.): Technikjournalismus, Konstanz, S. 17-28.
- Deutsche Fachpresse** (2010): Fachpresse-Statistik 2009, Frankfurt am Main.
- Dovifat, E.** (1967): Zeitungslehre II. Redaktion, Die Sparten, Verlag und Vertrieb, Wirtschaft und Technik, Sicherung der öffentlichen Aufgabe, 5. Aufl., Berlin.
- Media Spectrum** (2009): Top 100 Fachzeitschriften 2009. Wiesbaden.
- Nordfors, D.** (2004): The Role of Journalism in Innovation Systems, in: Innovation Journalism Vol. 1, No. 7, S. 3-18.
- Hübner, H.** (2002): Integratives Innovationsmanagement, Berlin.
- Schümchen, A., DFJV** (Hrsg.) (2008): Technikjournalismus, Konstanz.
- Stummvoll, J.** (1935): Tagespresse und Technik, Leipzig.
- Weise, M.** (2008): Technikjournalismus – alles schon mal dagewesen?, in: Schümchen, A., DFJV (Hrsg.): Technikjournalismus, Konstanz, S. 47-66.

ENDNOTEN:

- ¹ Kaum ein Medium berichtete nicht über den von Springer-Chef Matthias Döpfner gepriesenen „Heilsbringer“. Für den Verbraucher war das teilweise unverständlich, wie eine später vom NDR-Medienmagazin Zapp und dem Kommunikationswissenschaftler Stephan Ruß-Mohl in der österreichischen Wochenzeitung „Die Furche“ ausgelöste Diskussion zeigt.
- ² Im Jahr 2009 existierten in Deutschland 3.852 Fachzeitschriftentitel.
- ³ Der (inzwischen nicht mehr in dieser Form angebotene) Studiengang „Journalismus und Technik-Kommunikation“ an der Fachhochschule Gelsenkirchen wurde ein Jahr später, im Jahr 2000, eingeführt.
- ⁴ Studierende mit einem nicht-technischen Erststudium müssen naturwissenschaftlich-technische Fächer während des Master-Studiums nachholen.
- ⁵ Ab Sommersemester 2011 heißt der Studiengang „Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation“ und bietet neben der Studienrichtung Technik auch den Zweig Wirtschaft an.
- ⁶ Auf <http://technorati.com/blogs/top100> werden monatlich die Top-100-US-Blogs veröffentlicht. Das Ranking ist in den USA allgemein anerkannt, während sich in Deutschland mehrere Rankings auf dem Markt bewegen, von denen sich bislang keines durchsetzen konnte.
- ⁷ Mittlerweile gehört der Blog techcrunch.com zu AOL.
- ⁸ B2B: Business-to-Business.
- ⁹ „Innovation Journalism“ covers the technical, business, legal and political aspects of innovations and innovation systems.“



Der Autor PROF. DR. ANDREAS SCHÜMCHEN ist seit 2000 Professor für Journalistik im Studiengang Technikjournalismus der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg in Sankt Augustin. Er ist unter anderem zusammen mit dem Deutschen Fachjournalisten-Verband Herausgeber des Fachbuchs „Technikjournalismus“.



Die Autorin Diplom-Journalistin (FH) JENNIFER SCHWANENBERG ist Absolventin des Studiengangs Technikjournalismus an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Seit ihrem Abschluss 2009 arbeitet sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fachbereich Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus.