

# Hat mein Job als Journalist eine Zukunft?

*Interdisziplinäre Projektarbeit 2016 / 2017*



*Berufs- und Weiterbildungszentrum Buchs*

*Alexander Baumgartner, Nicole Enderli, Michèle Tinner, Ricarda Breu*

*Abgabedatum: 28. April 2017*

*Betreuungspersonen: André Schläpfer und Christoph Wick*

# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung .....	4
1.1 Ausgangslage.....	4
1.2 Fragestellung.....	5
1.3 Vorgehen.....	5
2. Definitionen .....	6
2.1 Digitalisierung.....	6
2.2 Klassischer Journalismus .....	6
2.3 Online Journalismus .....	6
2.4 Print-Medien .....	7
2.5 Boulevardjournalismus .....	7
3. Berufsbildung .....	8
3.1 Medienschule St. Gallen und Medien-Ausbildungs-Zentrum (MAZ) Luzern ..	8
3.1.1 Medienschule St. Gallen .....	8
3.1.2 MAZ - Die Schweizer Journalismusschule .....	8
3.1.3 Ausbildung zum Journalisten .....	9
3.1.3.1 Veränderungen in der Ausbildung .....	9
3.1.3.2 Aufnahmebedingungen.....	11
3.1.3.3 Lehrplan und zukünftige Veränderungen.....	11
3.1.3.4 Entwicklung der Studentenzahlen / Meinung zur Beliebtheit des Berufes .....	12
3.1.3.5 Beschäftigungsmöglichkeiten nach dem Studium .....	12
3.1.3.6 Zukünftige Änderungen durch die Digitalisierung .....	13
3.1.4 Ausbildungsveränderungen .....	14
4. Beruf des Journalisten .....	15
4.1 Journalismus und die Digitalisierung .....	15
4.1.1 Revolution im Journalismus .....	15
4.1.2 Chancen und Risiken.....	16
4.1.2.1 Markt der Online-Medien .....	16
4.1.2.2 Apps ersetzen Papier .....	16
4.1.2.3 Entwicklung Anzeigerlöse.....	17
4.1.2.4 Wandel in die digitale Welt .....	18
4.1.2.5 Die Veränderung eines Berufes.....	18

4.2	Fallstudie «Werdenberger & Obertoggenburger».....	19
4.2.1	Anforderungen und Alltag eines Journalisten.....	20
4.2.2	Zukunft des Journalisten.....	21
4.2.3	Entwicklung zahlender Abonnenten.....	22
4.2.4	Entwicklung des Abonnementpreises.....	23
5.	Fazit.....	24
6.	Persönliche Meinung / Eindrücke.....	25
7.	Quellenverzeichnis.....	26
8.	Abbildungsverzeichnis.....	28
9.	Anhang.....	29
9.1	Interview mit Thomas Schwizer, Chefredaktor W&O (1. Dezember 2016) ..	29
9.2	Interview mit Thomas Schwizer, Chefredaktor W&O (25. März 2017).....	31
9.3	Interview mit Felix Mätzler, Schulleiter Medienschule St. Gallen.....	34
9.4	Interview mit Bernd Merkel, Studienleiter MAZ Luzern.....	36

# 1. Einleitung

Für unsere Arbeit erhielten wir eine gemeinsame Thematik mit dem Titel: „E-Commerce: Chancen und Risiken der Digitalisierung“. Anhand einer eingegrenzten Fragestellung mussten wir eine interdisziplinäre Arbeit mit einem wirtschaftlichen, sozialen oder rechtlichen Aspekt sowie einem regionalen Bezug verfassen. Wir haben uns für das Thema Journalismus entschieden.

In unserer Arbeit werden wir der Frage „Hat mein Job als Journalist eine Zukunft?“ nachgehen. Auf der einen Seite beschäftigen wir uns mit der Ausbildung des Journalisten und seinen Veränderungen durch die Digitalisierung. Auf der anderen Seite analysieren wir den Beruf des Journalisten bei einer Zeitung.

Wir haben uns dazu entschieden, die Ausbildung und ihre Veränderung aus zwei verschiedenen Blickwinkeln anzuschauen. Wir analysierten die Ausbildung an der Medienschule St. Gallen und an der MAZ in Luzern, der führenden Schweizer Journalismusschule. Diese zwei Ausbildungsformen haben wir einander gegenübergestellt und miteinander verglichen.

Um die Veränderungen des Journalisten durch die Digitalisierung so nah wie möglich zu bringen, haben wir eine Fallstudie mit der Tageszeitung „Werdenberger & Obertoggenburger“ durchgeführt. Anhand der Informationen des Chefredakteurs, Thomas Schwizer, erforschten wir den Tagesablauf sowie die Zukunftsaussichten eines Journalisten. Zusätzlich zeigen wir aufgrund von drei verschiedenen Grafiken die finanziellen Veränderungen auf, welche unter anderem mit der Digitalisierung zusammenhängen.

## 1.1 Ausgangslage

*Wer liest bereits am Morgen im Bett die News auf dem Smartphone? Die Antwort auf diese Frage zeigt, wie stark die Digitalisierung bereits in unserem Alltag verankert ist, ohne dass dies uns bewusst ist. Für den Journalisten und seinen Arbeitgeber kann diese Veränderung jedoch weitreichende Folgen mit sich bringen.*

Die Gesellschaft, die Wirtschaft und unser Alltag werden durch die Digitalisierung mit einer rasanten Geschwindigkeit verändert. Dadurch wird auch die Berufswelt beeinflusst. (Universität St. Gallen, 2016)

Digitale Innovationen können zu einer Vielzahl von Veränderung führen. Sie ermöglichen einen flexibleren Arbeitsprozess, wodurch nicht nur die Effizienz gesteigert wird, sondern auch die Bedürfnisse der Kunden schneller und gezielter befriedigt werden können. Diese Restrukturierungen sind notwendig, denn die Kunden erwarten immer mehr. Ohne technische Hilfsmittel können wir uns mittlerweile die Durchführung vieler alltäglicher Tätigkeiten nicht mehr vorstellen. (Universität St. Gallen, 2016)

Auch im Sektor des Journalismus werden die Anforderungen der Leser immer größer. Die Digitalisierung hat längst auch in diesem Bereich Einzug gehalten. Verschiedenste Veränderungen im Arbeitsprozess müssen vorgenommen werden, um den Lesern die bestmögliche Qualität zu bieten und dies auch noch so rasch als möglich. Dadurch stellt sich die Frage, ob der Job des Journalisten in Zukunft noch Bestand hat.

## **1.2 Fragestellung**

In unserer Projektarbeit befassen wir uns mit der Frage; „Hat mein Job als Journalist eine Zukunft?“.

## **1.3 Vorgehen**

Unser Ziel ist es herauszufinden, ob der Beruf „Journalist“ in Zukunft noch in der heute bekannten Form bestehen kann und welche Veränderungen sich in der Ausbildung zum Journalisten aufgrund der Digitalisierung ergeben werden. Um dies herauszufinden, führen wir mit Journalisten der Tageszeitung „Werdenberger & Ober-toggenburger“ schriftliche Interviews durch. Ebenfalls befragen wir die Journalismus-schulen St. Gallen und Luzern zu den Veränderungen bei der Berufsausbildung im Vergleich von früher zu heute. Vertiefte Informationen werden wir zusätzlich im Internet recherchieren.

## 2. Definitionen

### 2.1 Digitalisierung

Auf unterschiedliche Art und Weise kann der Begriff Digitalisierung interpretiert werden. Traditionell ist die technische Interpretation. (Digitalisierung, 2017) Die Digitalisierung überführt die Informationen von einer analogen in eine digitale Speicherform.

Mit dem Begriff Digitalisierung wird allgemein die Veränderung von Prozessen, Objekten und Ereignissen verstanden, die bei einer zunehmenden Nutzung digitaler Geräte erfolgt. Im heutigen Sinn steht der Begriff insgesamt für den Wandel hin zu digitalen Prozessen mittels Informations- und Kommunikationstechnik. (Wikipedia Digitalisierung, 2017) (Digitalisierung, 2017)

### 2.2 Klassischer Journalismus

Journalismus bezeichnet die publizierten Arbeiten von Journalisten in Zeitungen, Zeitschriften und regelmässig erscheinenden Magazinen wie Bücher. Mit dem Journalismus wird versucht, verfügbare Informationen zu bestimmten Sachverhalten zusammenzustellen und zu präsentieren. (Wikipedia Journalismus, 2017) (Definition Journalismus, 2017)

### 2.3 Online Journalismus

Die Übertragung von Nachrichten über das Internet in redaktioneller Form wird als Online-Journalismus bezeichnet. Durch die Besonderheiten des Mediums ergeben sich einige Unterschiede zum klassischen Journalismus in gedruckter Variante.

Beim Online-Journalismus werden die klassischen journalistischen Darstellungsformen mit online-typischen Möglichkeiten der Interaktion und Kommunikation verbunden. Das Aufbauprinzip des Online-Journalismus ist der nicht-lineare Hypertext<sup>1</sup>. Typisch dabei sind Teaser (Ausreisser). (Wikipedia Online-Journalismus, 2017) (seo-analyse, 2017)

---

<sup>1</sup> Ein Hypertext ist ein Text, der mit einer netzartigen Struktur von Objekten Informationen durch Querverweise (Hyperlinks) zwischen Hypertext-Knoten verknüpft ist. (Wikipedia Hypertext, 2017)

## **2.4 Print-Medien**

Print-Medium ist ein Sammelbegriff für alle Medien, die auf Papier gedruckt sind. Darin unterscheidet man meist Zeitungen, Zeitschriften oder Bücher.

(Wirtschaftslexikon, 2017)

## **2.5 Boulevardjournalismus**

In diesem Bereich werden Themen eher oberflächlich und meist aus einer individuell-konkreten Perspektive behandelt. Die Aufmachung einer Boulevardpresse dient als Blickfang und stellt den grössten Kaufanreiz dar. Zur Klatschpresse gehören überwiegend Zeitungen, die täglich erscheinen und meist nicht im Abonnement vertrieben werden. Umgangssprachlich werden diese Zeitungen auch als Regenbogenpresse bezeichnet. In der Boulevardzeitung werden Nachrichten verfasst, in denen Informationen vorenthalten werden und Sachverhalte verkürzt oder verzerrt dargestellt werden oder auch frei erfunden werden. (Wikipedia Boulevardjournalismus, 2016)

## **3. Berufsbildung**

### **3.1 Medienschule St. Gallen und Medien-Ausbildungs-Zentrum (MAZ) Luzern**

#### **3.1.1 Medienschule St. Gallen**

Die Medienschule ist das St. Galler Kompetenzzentrum für Journalismus, Medien und Kommunikation. In der Medienschule erlernen sie das journalistische Handwerk. Sie verfassen Texte, von der Nachricht bis zum Bericht, von der Glosse bis zur Reportage. Es werden auch journalistische Fertigkeiten wie Recherchieren, Interviewtechnik oder Storytelling und Onlinejournalismus vermittelt.

An der Medienschule St. Gallen werden verschiedenste Kurse angeboten. Auf der einen Seite bieten sie einen Lehrgang zur Einführung in den Journalismus an, auf der anderen Seite können ausgebildete Journalisten ihr Wissen vertiefen oder neue Arten der Kommunikation erlernen.

Die Ausbildung zum Journalisten erstreckt sich über sechs Monate. In einem berufsbegleitenden Lehrgang erlernen die Studierenden die Fähigkeiten eines Journalisten. Die Studierenden werden von Medienprofis unterrichtet. (Medienschule, 2017)

#### **3.1.2 MAZ - Die Schweizer Journalismusschule**

Das Medien-Ausbildungs-Zentrum in Luzern ist das führende Schweizer Kompetenzzentrum für Journalismus und Kommunikation. Nebst der Ausbildung von Studierenden in allen Genres werden Redaktionen gecoacht und Kommunikationsverantwortliche sowie Führungskräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung trainiert.

Für die Journalismusschule Luzern steht ein Thema im Zentrum: Die Förderung der publizistischen Qualität und damit verbunden die Stärkung von Fach-, Vermittlungs- und Auftrittskompetenz.

Die MAZ ist in der Medienbranche verankert. Die Träger sind die Schweizer Verleger, die SRG SSR, die Berufsverbände sowie die Stadt und der Kanton Luzern. Es bestehen Vernetzungen mit in- und ausländischen Hochschulen. Die Beobachtung von internationalen Medienentwicklungen ist die Basis für intensive Berufsbilddebatten



und die Entwicklung wegweisender Angebote für Medienschaffende und Kommunikationsexperten. (Medien-Ausbildungs-Zentrum, 2017)

In unserer Arbeit vergleichen wir zwei grundverschiedene Journalismusschulen miteinander. Die Medienschule St. Gallen ist eine kleine, regionale Ausbildungs- und Weiterbildungsstätte für zukünftige und ausgebildete Journalisten. Die MAZ in Luzern ist die führende Schweizer Journalismusschule.

Mit der Digitalisierung wird nicht nur der Beruf des Journalisten verändert, sondern auch seine Ausbildung. Anhand eines Interviews mit den Journalismusschulen St. Gallen und Luzern zeigen wir die Veränderungen der Studiengänge im darauffolgenden Text auf.

### **3.1.3 Ausbildung zum Journalisten**

Heute ist das ständige „up to date“- sein praktisch ein **MUSS**. Zeitungshersteller haben deswegen keine andere Wahl, als sich mit den Veränderungen zu befassen und notwendige Massnahmen einzuleiten, um dem heutigen Standard zu entsprechen. Dies betrifft das Bereitstellen von Apps und aktuellen News auf den Homepages, um dauerhaft dem Bedürfnis der Leser gerecht zu werden. Folgend ist der Beruf des Journalisten einem Wandel ausgesetzt, der neue Ansprüche abverlangt. Diese Fähigkeiten können die Berufsleute bei einer Journalistenschule erlernen und später erfolgreich im Berufsleben einsetzen. Schlussendlich ist es die Aufgabe der Journalistenschulen ein zeitgerechtes Angebot von Kursen, Ausbildungen sowie Studiengängen anzubieten, welche den heutigen Bedürfnissen entsprechen.

Doch wie stark sind die Journalistenschulen wirklich von den Veränderungen der Digitalisierung betroffen? Welche Massnahmen in Zukunft geplant und getroffen werden, analysieren wir in den nächsten Punkten genauer. Diese Fragen haben uns der Schulleiter der Medienschule St. Gallen, Herr Felix Mätzler und der Studienleiter der Schweizer Journalistenschule MAZ in Luzern, Herr Bernd Merkel, beantwortet.

#### **3.1.3.1 Veränderungen in der Ausbildung**

Journalisten sind in ihrer Berufsausübung einem komplexen Wandlungsprozess unterworfen, der neue handwerkliche Kompetenzen voraussetzt und den Journalisten eine hohe Anpassungsbereitschaft an die digitalen Umgebungen abverlangt. (Meier, 2014)

Dies bestätigt auch die Aussage von Bernd Merkel: „Journalismus ist durch die digitalen Möglichkeiten bunter, vielfältiger, ausdrucksstärker geworden. Ein Printjournalist etwa darf nicht mehr allein in seinem „Kanal“ denken. Er muss im Kopf haben, was seine Kollegen/innen von der Online-Redaktion oder die Videojournalisten in seinem Haus aus einem Thema machen.“

„Das bedingt konvergentes Denken – also das Bewusstsein, dass ein journalistisches Thema möglichst so aufbereitet wird, wie es sich am besten und attraktivsten vermitteln lässt. Oder dass ein Aspekt einer Geschichte beispielsweise am ehesten als Video zu zeigen ist, ein anderer besser als Infografik, mit der komplexe Statistiken auf einen Blick zu verstehen sind“, meinte Bernd Merkel, Studienleiter MAZ.

Somit wird vorausgesetzt, dass die Journalisten nicht mehr einzeln, sondern vermehrt als Teamplayer kämpfen. Dies erfordert sowohl die Auseinandersetzung mit Social Media als auch die Aneignung der Grundkompetenzen aus dem klassischen Journalismus. (Merkel, 2016)

Aufgrund dieser diversen Ansprüche bietet die Journalistenschule Luzern vier Vertiefungsrichtungen während der Ausbildung an: Print, Online, Radio und Video. Zusätzlich sind alle Studierenden dazu verpflichtet, eine multimediale Ausbildung zu durchlaufen, in der es um multimediales Storytelling, das Berichten über alle Kanäle hinweg, geht. Daneben müssen die Studierenden als Teil ihrer Diplomarbeit in der jeweiligen Vertiefungsrichtung einen Multimedia-Teil erstellen. Damit sollen sie ihre digitalen Fertigkeiten unter Beweis stellen. Die Studierenden müssen während ihrem Studium eine eigene Website betreiben. Diese soll zur Entwicklung ihrer Identität genutzt werden und die eigene journalistische Marke präsentieren. (Merkel, 2016)

An der Medienschule in St. Gallen wurde festgestellt, dass die Nachfrage nach der traditionellen Ausbildung des Journalisten im letzten Jahr massiv nachgelassen hat. Journalistische Grundfertigkeiten, wie das Recherchieren, eine Geschichte einordnen oder in einer adäquaten journalistischen Darstellungsform attraktiv und verständlich erzählen zu können, verlieren gegenüber Kursen mit Schwerpunkt Technik an Wert. Der Schwerpunkt Technik beschäftigt sich vor allem mit der Übermittlung von Geschichten über Bilder, Ton und «News-Content»-Texten. (Mätzler, 2016)

### **3.1.3.2 Aufnahmebedingungen**

Die Medienschule St. Gallen und die MAZ Luzern stellen unterschiedliche Anforderungen an die Bewerber. Die Medienschule wählt ihre Studierenden seit einiger Zeit nach denselben Aufnahmebedingungen aus. Folgende Voraussetzungen müssen erfüllt werden, damit Studierende an der Medienschule zugelassen werden:

- Abgeschlossene Erstausbildung
- Ein Flair für Sprache
- Interesse an der Welt der Kommunikation
- Hohe Motivation

Sind diese Anforderungen von den Bewerbern erfüllt, werden sie zu einem persönlichen Aufnahmegespräch eingeladen. Die Ausbildung richtet sich an Interessenten mit einem abgeschlossenen Praktikum in einer Redaktion, an motivierte Berufseinsteiger und an Personen, die in ihrer Freizeit journalistisch tätig sind (z. Bsp. Vereinszeitungen). (Mätzler, 2016)

Das Medien-Ausbildungs-Zentrum (MAZ) Luzern stellt höhere Anforderungen an ihre Bewerber. Kernkompetenzen, wie eine journalistische Haltung und Ethik, Medienrecht, Recherche, Schreib- und Sprachkompetenzen<sup>2</sup> und das Einordnen in Zusammenhänge werden vorausgesetzt. Dem Bewerbungsschreiben muss ein selbsterstelltes Video beigelegt werden, um die Kompetenzen im Bereich Digitalisierung aufzuzeigen. Im nachfolgenden Aufnahmeprozess wird den Bewerbern die Aufgabe «Schauplatz» erteilt. Dabei müssen sie fotografieren und die Fotos in den Text einbinden. Im Aufnahmegespräch müssen die Bewerber ihre Kenntnisse im Bereich Onlinemedien und soziale Medien darlegen. (Merkel, 2016)

### **3.1.3.3 Lehrplan und zukünftige Veränderungen**

Auf die Frage, wie der Lehrplan in Zukunft aussehen wird und wie man diesen Veränderungen entgegenkommt, antwortete uns Bernd Merkel, dass es ständig „Änderungen [...] im Bereich digitaler Journalismus“ gibt. (Merkel, 2016) Beide Schulen versuchen die rasche Entwicklung der Digitalisierung in die Lehrpläne einzubringen.

Aufgrund von Kürzungen der klassischen Module, wie Ethik im Journalismus, Medienlandschaft Schweiz sowie Medienrecht können Fächer, die den Schwerpunkt der

---

<sup>2</sup> Unter Schreib- und Sprachkompetenzen wird die Fähigkeit den Inhalt eines Themas attraktiv aufzuarbeiten, verstanden. (Merkel, 2016)

Digitalisierung stärken, gefördert werden. Erweitert wird der Online-Journalismus, das Storytelling, die Bildbearbeitung und das Erstellen von Videos und Tonaufnahmen. (Mätzler, 2016)

#### **3.1.3.4 Entwicklung der Studentenzahlen / Meinung zur Beliebtheit des Berufes**

Aufgrund der niedrigen Studentenzahlen kann die Medienschule keine genauen Angaben zur Beliebtheit des Berufes machen. Jedoch hört man aus Gesprächen mit Studierenden heraus, dass viele junge Menschen über journalistische Kompetenzen verfügen und diese auch nutzen wollen. Blogs, Facebook Seiten und Twitter sind attraktiver, als eine konkrete längerfristige und finanziell interessante Anstellung. (Mätzler, 2016) Die MAZ berichtet von ähnlichen Eindrücken. Die Zahl der eingeschriebenen Studenten stagniert. Der Anteil von Quereinsteigern mit fehlenden Voraussetzungen steigt in der Diplombildung. Diese Bewerber müssen gemäss Schulreglement innert sechs Monaten eine Arbeitsstelle in einem Medienhaus finden. Die Medienhäuser unterstützen die Studierenden heute nicht mehr so fest, wie in der Vergangenheit. (Merkel, 2016)

#### **3.1.3.5 Beschäftigungsmöglichkeiten nach dem Studium**

Die Beschäftigungsmöglichkeiten sind nach Ansicht des Medien-Ausbildungszentrums intakt. Nach der Diplombildung finden rund 90 % aller Absolventen/innen eine feste Anstellung in einer klassischen Zeitungsredaktion. Jedoch merkt man auch bei den Stellenprofilen, dass vermehrt Bewerber in der Onlineberichterstattung gesucht werden. (Merkel, 2016) Herr Mätzler von der Medienschule in St. Gallen ergänzt, dass die Redaktionen aus Spargründen häufiger auf die Mitarbeit von «Freien<sup>3</sup>» zurückgreifen. Diese Anstellungsform ist jedoch ökonomisch und effizienztechnisch betrachtet nicht sehr attraktiv, da diese Mitarbeiter auf Honorarbasis angestellt werden. Herr Mätzler bezeichnet die freie Mitarbeit als Hobbytätigkeit, die man mit der Schauspielerei vergleichen kann. Die Aufträge kommen in unregelmässigen Abständen, was die Entlohnung schwierig macht.

---

<sup>3</sup> Unter «Freien» werden freiberufliche Journalisten verstanden. Diese sind bei keiner Redaktion angestellt und arbeiten auf Honorarbasis. (Wikipedia Journalist, 2017)

### **3.1.3.6 Zukünftige Änderungen durch die Digitalisierung**

Bernd Merkel ist überzeugt, dass ein seriöser und attraktiver Journalismus 2017 wandelbar sein muss. Ziel ist es, mit den Entwicklungen auf dem digitalen Markt mithalten zu können. Die heutigen Studierenden sind als «digital natives<sup>4</sup>» gross geworden und sollen diese Entwicklung aktiv mitgestalten. Er warnt aber, dass nicht jede digitale Entwicklung «blind adaptiert» werden darf. Es müsse stets der journalistische Grundsatz «kritische Grundhaltung, klären, sichten, verifizieren, transparent machen» beachtet werden.

In der darauffolgenden Tabelle werden nochmals die wichtigsten Merkmale mit den dazugehörigen Fakten aufgezeigt.

---

<sup>4</sup> Als «digital native» werden Personen bezeichnet, die in der digitalen Welt aufgewachsen sind. Im Gegensatz dazu sind «digital immigrant» Personen, die diese Welt erst im Erwachsenenalter kennengelernt haben. (Wikipedia Digital Native, 2017)

### 3.1.4 Ausbildungsveränderungen

	MAZ Luzern	Medienschule St. Gallen
<b>Lehrplan / zukünftige Veränderungen</b> Wie viele Kurse wurden gekürzt und erweitert?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gekürzte Kurse: ca. 10 Prozent</li> <li>Stets neue Kursangebote im Bereich Multimedia/Online-Journalismus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anpassung seit Frühling 2017: 2 Tage zum Thema «Videos für online erstellen». Dafür Kürzung Medienrecht und Fotografie</li> <li>Insgesamt bleiben es 21 Kurstage</li> </ul>
<b>Entwicklung der Studentenzahl</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gleichbleibend - zwischen 40 und 45 pro Diplomjahrgang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sehr volatil seit Jahren, insgesamt zwischen 10 und 20 Studenten pro Jahr</li> </ul>
<b>Beschäftigungsmöglichkeiten</b> Wie viel Prozent finden direkt eine Anstellung?	<ul style="list-style-type: none"> <li>100 Prozent geben an, dass sie nach der Ausbildung weiterhin im Journalismus arbeiten</li> <li>Vereinzelt gibt es Wechsel in Corporate Communication</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keine detaillierten Kenntnisse</li> <li>1/3 arbeitet bereits bei Kursbeginn im Journalismus</li> <li>1/3 steigt ein</li> <li>1/3 arbeitet weiter als Freie, oder Schreiben bleibt ein Hobby</li> </ul>
<b>Veränderung Semestergebühren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bis zum Jahr 2014: regulärer Preis für Diplomausbildung CHF 25'100</li> <li>Im Jahr 2015: Preiserhöhung um CHF 3'300</li> <li>Gründe: Grösserer Gutachteraufwand, allgemeine Kostenanpassungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verändert sich nicht: Lehrgang kostet seit 7 Jahren CHF 5'000</li> </ul>
<b>Kostenerhöhungen für die Infrastruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nein jedoch mehr Aufwand für Dozentenhonore, denn Dozenten müssen die Leistungsnachweise (z.B. Webpräsenzen der Studierenden) in den zusätzlichen Online-Journalismus-Kursen begutachten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kameras, Mikrofone und anderes technisches Material muss ergänzt werden</li> </ul>
<b>Kosten für den Einsatz von modernen Unterrichtsmaterialien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nein, oder gering</li> </ul>

Tabelle 1: Fakten der MAZ Luzern und der Medienschule St.Gallen

## **4. Beruf des Journalisten**

### **4.1 Journalismus und die Digitalisierung**

Nach dem oben beschriebenen Ausbildungsverfahren für Journalisten wird in diesem Kapitel auf die Arbeit eines Journalisten in der Redaktion eingegangen. Dabei wird auch beleuchtet, wie sich die Ausübung des Berufes durch den digitalen Umschwung verändert.

#### **4.1.1 Revolution im Journalismus**

Die Digitalisierung stellt die Welt auf den Kopf. Durch Mobiltelefone, Tablets, Laptops oder andere tragbare technische Mittel hat sich unser Leben drastisch verändert. Der Pionier mit der runden Brille und dem schwarzen Rollkragenpullover, Gründer der Kult-Marke mit dem angebissenen Apfel, hat uns das Internet im Kleinformat, perfekt für die Hosentasche, kreiert. Vor rund 40 Jahren hat noch niemand erahnen können, wie sich diese Bewegung auf unseren Alltag auswirkt. Ohne Technik können wir heute kaum unser Day-to-Day-Life bestreiten. (Weichert, Kramp, & Jakobs, 2010, S. 11)

Der Journalismus ist ebenfalls von dieser digitalen Veränderung betroffen. Doch wie wirkt sich diese Revolution auf den Journalismus aus? Der Journalismus steht im Ring mit dem Internet. Ob das Internet oder nun doch der Journalismus den Kampf für sich entscheiden kann, ist noch ungewiss. Klar ist jedoch, dass sich der Journalismus unwillkürlich durch die Digitalisierung verändert hat und die Journalisten herausgefordert werden. Es besteht ein Kampf zwischen zwei Grossmächten. (Weichert, Kramp, & Jakobs, 2010, S. 41)

## **4.1.2 Chancen und Risiken**

### **4.1.2.1 Markt der Online-Medien**

Ein neuer Markt hat sich aus dieser Bewegung ergeben: der Markt der Online-Medien. In unserem Kommunikationszeitalter ist der Begriff der Schnelllebigkeit essentiell. Der moderne Journalismus zeichnet sich neben der Aktualität und der Interaktivität auch durch die Individualität aus, wodurch eine Bewegung von der physischen Zeitung auf individuelle News-Apps zu beobachten ist. Das Rad der Nachfrage nach Wissen dreht sich immer schneller. Das wird vor allem durch die jüngere Generation betätigt. Man muss so schnell als möglich zu News kommen, um auf dem aktuellsten Stand zu sein. Wer die Information am schnellsten analysiert und in einem Artikel verfassen kann, hat einen Vorsprung und profitiert entsprechend von den Folgen.

Die sozialen Medien, wie zum Beispiel Twitter oder Facebook, setzen damit die klassischen Medien unter Druck. Auch Herr Peter Hogenkamp, ehemaliger Digitalchef der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ), teilt diese Ansicht: „Insbesondere beim Fernsehen merkt man, dass viele unter einen enormen Zeitdruck kommen, wenn sie versuchen, die neusten Twitter-Meldungen in die aktuelle Berichterstattung einzubinden. Da macht sich oft auch Ratlosigkeit breit, wenn man versucht, das wirklich live zu machen.“ (Schweizer Radio und Fernsehen, 2015)

### **4.1.2.2 Apps ersetzen Papier**

Dieser Wettkampf hat sich auch auf den Druck von Zeitungen ausgewirkt. In den öffentlichen Verkehrsmitteln sieht man beispielsweise immer weniger Leute, die von einer gedruckten Version einer Zeitung die Headlines des Tages überfliegen. Mehr und mehr Leute benutzen die mobilen Applikationen von bekannten Zeitungen, um an Informationen zu kommen. Das ermöglicht Konsumenten schneller an Informationen zu kommen. Aufgrund des sogenannten „Zeitungssterben“ oder der „Zeitungskrise“ entgehen den Redaktionen wichtige Einnahmen in den Bereichen Werbung und Verkauf von gedruckten Medien.

Bei vielen Zeitungen in der Schweiz ist zu beobachten, dass sie bis zu einem Drittel weniger Auflagen und Anzeigen ausstellen können. Dennoch können Redaktionen neu über ihre Internetseiten attraktive Werbung aufschalten, doch diese Erträge decken nicht mehr die ursprünglichen Einnahmen durch herkömmliche Inserate der physischen Zeitung. (Wikipedia, 2017)



### 4.1.2.3 Entwicklung Anzeigerlöse

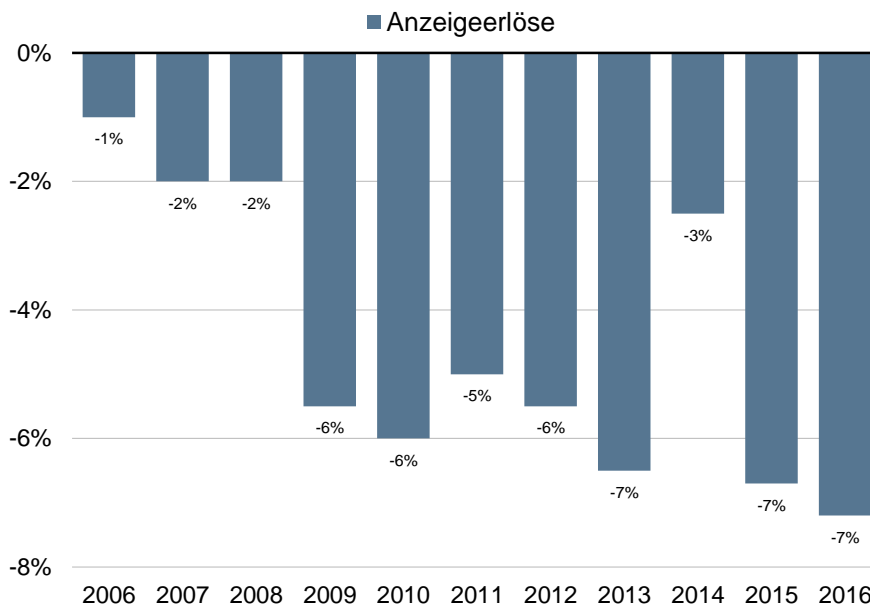


Abbildung 1: Diagramm Entwicklung Anzeigerlöse (Interview Thomas Schwizer, 2017)

Die Abbildung 2 verbildlicht die Entwicklung der Anzeigerlöse der letzten zehn Jahre. Die Angaben basieren auf den Informationen von ca. 50 % aller nationalen Tageszeitungen. In der Grafik ist zu erkennen, dass die Erlöse stetig abnehmen. Die Zeitungsredaktionen können je länger je weniger mit diesen Erträgen rechnen.

Im Jahre 2009 brachen die Stellen- und Immobilienanzeigen ein, was zu einem massiven Defizit von -5.5% im Vergleich zum Vorjahr geführt hat. Die Erlöse aus Anzeigen nahmen jährlich konstant ab, ausgenommen ist das Jahr 2014 mit einer Reduktion von „nur“ -2.5%. Diese Abnahme ist damit zu begründen, dass der „Werdenberger & Obertoggenburger“ zum Anzeigenverbund „St. Galler Tagblatt“ beziehungsweise den „Tagblatt Medien“ gewechselt hat.

Grundsätzlich kann man aus dieser Grafik ableiten, dass diverse Redaktionen eine neue Einnahmequelle suchen und dementsprechend den Preis für ein Zeitungsabonnement erhöhen müssen, damit eine Selbstfinanzierung ermöglicht wird. Viele Redaktionen sind von den Erlösen aus dem Anzeige- sowie dem Inseratengeschäft abhängig. (Schwizer, Chefredaktor Werdenberger&Obertoggenburger, 2017)

#### **4.1.2.4 Wandel in die digitale Welt**

Die Zeitungen lassen sich durch den Wandel hin zu digitaler Informationsbeschaffung nicht verunsichern. Gemäss dem ehemaligen Chefredaktor der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ), Herr Markus Spillmann ist das Kerngeschäft seit neustem die elektronische Ausgabe der Zeitung. Für ihn ist wichtig, dass die Qualität, die in den gedruckten Zeitungen bereits vorhanden ist, im digitalen Bereich in Zukunft auch erreicht werden kann. (Tischer, 2013)

Doch die wichtigste Frage bei diesem Wandel ist vor allem, ob der Leser willig ist, einen gewissen Betrag für seine täglichen Neuigkeiten zu bezahlen. Der Medienforscher, Kurt Imhof, zweifelt an dieser Fragestellung und stellt fest, dass die Medienhäuser Nachrichten und Informationen gratis zur Verfügung stellen, sowohl mit dem Internetauftritt, als auch mit den Gratiszeitungen. (Tischer, 2013)

Das bedeutet, dass das Preisbewusstsein beim Publikum für den Journalismus gefallen ist. Das Publikum habe das Gefühl Journalismus ist etwas, das ich gratis bekommen muss. Auch die Qualität der Medien habe deswegen abgenommen. Die Leser müssten wieder dazu erzogen werden, dass der Journalismus etwas koste. (Tischer, 2013)

#### **4.1.2.5 Die Veränderung eines Berufes**

Auch die Arbeit des Journalisten selbst hat sich entscheidend verändert. Wie bereits erwähnt, sind Faktoren wie Schnellebigkeit, sowie die Herausgabe von Medien auf digitaler Basis relevant für unser Zeitalter. Der Beruf des Journalisten existiert nicht mehr in der herkömmlichen Form. Der Journalist von heute setzt sich mit neuen Mediengattungen wie zum Beispiel Videos oder Podcasts auseinander. Der Beruf wird generell umfangreicher. Man erwartet, dass sich durch das Internet und dessen Entwicklung das Aufgabenheft der Arbeit in einer Redaktion verkleinert, jedoch ist genau das Gegenteil der Fall, immer mehr Aufgaben können dem Tätigkeitsbereich zugeordnet werden.

Fakt ist, dass sich der Journalismus durch diese digitale Veränderung verändert hat und weiterhin wird. Chancen, jedoch auch Risiken sind damit verbunden. Die Zeit wird zeigen, wie sich diese Aspekte schlussendlich auf die Medien auswirken werden und ob die Zeitungsredaktion dem Umschwung standhalten kann.

## 4.2 Fallstudie «Werdenberger & Obertoggenburger»

Anhand eines konkreten Beispiels wollen wir die Veränderungen des Journalismus im Zeitalter der Digitalisierung betrachten. Zu diesem Zweck befragten wir den Chefredaktor der Tageszeitung «Werdenberger & Obertoggenburger» (WundO), Herr Thomas Schwizer. Die Regionalzeitung wird im Verlag der Buchs Medien AG produziert.

Die WundO platziert auf verschiedene Weise ihre Nachrichten. Mit einem kostenpflichtigen Abonnement ist die gedruckte Zeitung mit ausführlichem journalistischem Inhalt und Inseraten für die Leser verfügbar. Als Zusatz zur gedruckten Ausgabe steht den Abonnementinhabern das «E-Paper» der WundO zur Verfügung. Zu einem reduzierten Abonnement kann auch nur die E-Paper-Version bezogen werden. Nicht-Abonnementen können sich über den Newsfeed auf der Facebook Seite des WundO informieren. Nebenbei findet man auf der Homepage die tagesaktuellen Artikel. Diese beiden kostenlosen Leistungen werden von der Zeitung im Sinne einer Gratiswerbung angeboten. Damit schaffen sie ein Abhängigkeitsverhältnis zwischen sich und den Lesern. Personen, die kein Zeitungsabonnement haben, kann man so als Kunden gewinnen. Zusätzlich zur Informationsverbreitung ist die Homepage ein nützlicher Gradmesser für das Interesse der Leser. Mittels Auswertungen von Kommentaren und Aufrufen können Themenbereiche herausgefiltert werden, die auf besonderes Interesse stossen. Mit Hilfe dieser Informationen kann die Zeitung ihre Artikel auf die Bedürfnisse der Kundschaft zuschneiden. Damit verändert sich der Journalismus hin zu einer Quelle des täglichen Informierens in allen Sparten.



Abbildung 2 «Werdenberger & Obertoggenburger»-Logo (www.tagblatt.ch, 2017)

### **4.2.1 Anforderungen und Alltag eines Journalisten**

Eine neue Anforderung für die Journalisten stellt die Konvergenz dar. Für einen Journalisten bedeutet dies die medienübergreifende Aufarbeitung und Verarbeitung journalistischer Inhalte. Neben dem Schreiben von Texten können auch kurze selbstgedrehte Videos produziert werden müssen. Diese Informationsvideos werden meist kostenlos auf der Homepage aufgeschaltet.

Facebook hat eine ergänzende Funktion im Bereich des Journalismus übernommen, da zeitnah Mitteilungen versendet werden können und die Leser direkt Rückmeldungen geben können.

Durch die erweiterten Anforderungen verändert sich auch der Arbeitsplatz eines Journalisten. Neben seinen normalen Hilfsmitteln, wie dem Computer oder dem Telefon werden auch Fotoapparat und Videokamera ein immer wichtigerer Bestandteil seiner Arbeit. Speziell benötigen die Journalisten ein redaktionelles Umbruchprogramm (Woodwing / Indesign). Die Digitalisierung ermöglicht den Journalisten, beim recherchieren zusätzliche Quellen zu erschliessen. Dies erfolgt über soziale Medien, wie zum Beispiel Twitter oder Facebook. Dabei ist es aber enorm wichtig, die Seriosität verwendeter Quellen genau zu kennen, beziehungsweise zu eruieren. Für den früheren Journalisten waren diese Tools nur zweitrangig.

Die Aufarbeitung der Texte für verschiedene neue Medien kostet den Journalisten zusätzlich Zeit. Die WundO-Journalisten empfinden dies jedoch als spannende Ergänzung zu ihren regulären Arbeiten. Aufgrund der Digitalisierung haben die elektronischen Medien an Priorität gewonnen. Die Artikel müssen zuerst online verfügbar sein. Die Abgabefristen für die Zeitung sind in der Regel länger. (Schwizer, 2016) Die Journalisten müssen immer breiter aufgestellt sein. Neben den gedruckten Medien sollen sie ein Interesse für neue Medien mitbringen und diese gleichzeitig bewirtschaften können. Der Zeit- und Leistungsdruck erhöht sich dementsprechend.

Obwohl ein stetiger Rückgang bei den Anzeigerlösen und den Abonnementzahlen verzeichnet werden kann, hat sich der Lohn des Journalisten in den letzten zehn Jahren praktisch nicht verändert, meint Herr Schwizer. Ein Grund für die Rückläufigkeit von Abonnementen ist, dass ältere Leser sterben und junge Leser oft nicht mehr bereit sind für die journalistischen Leistungen einer Zeitung zu bezahlen.

Die Gratiszeitungen 20 Minuten und Blick am Abend erfüllen den Wunsch nach Informationen. Trotz dieser Veränderungen konnten die Anstellungsverhältnisse beim WundO erhalten bleiben.

#### **4.2.2 Zukunft des Journalisten**

Die digitale Veränderung bringt sowohl positive als auch negative Aspekte mit sich. Der Alltag des Journalisten wird sich nicht schwerwiegend verändern, jedoch steigt der Leistungsdruck stetig. Die Kernaufgaben, wie Berichte über Veranstaltungen verfassen, Medieninformationen verarbeiten oder eigene seriöse und intensive Recherchen, bleiben bestehen.

Jedoch besteht die Gefahr, dass durch die sinkenden Einnahmen die Vielfalt der gedruckten Medien längerfristig weiter abnimmt. Zusammenarbeitsformen und weitere Zusammenschlüsse müssen aufgrund des Kostendrucks lanciert werden. Dadurch würde auch die Zahl der seriös recherchierenden Journalisten nach und nach reduziert werden. Dies hat die Verarmung der Medienwelt zur Folge. Das ist eine gefährliche Entwicklung, welche langfristig nur noch zu schnellen, ungefilterten Boulevard-Journalismus führen wird. (Schwizer, Chefredaktor Werdenberger&Obertoggenburger, 2016)

Somit bleibt der Beruf des Journalisten weitgehend unverändert bestehen, jedoch ist es fraglich ob die Nachfrage nach qualitativ hochstehenden Texten bestehen bleibt oder der Trend zum Boulevard-Journalismus weiterhin fortgesetzt wird. In diesem Fall wird der herkömmliche Beruf des Journalisten vom Arbeitsmarkt verschwinden, da die Selbstfinanzierung der Zeitungsredaktionen nicht mehr gewährleistet ist. (Schwizer, Chefredaktor Werdenberger&Obertoggenburger, 2017)

### 4.2.3 Entwicklung zahlender Abonnenten

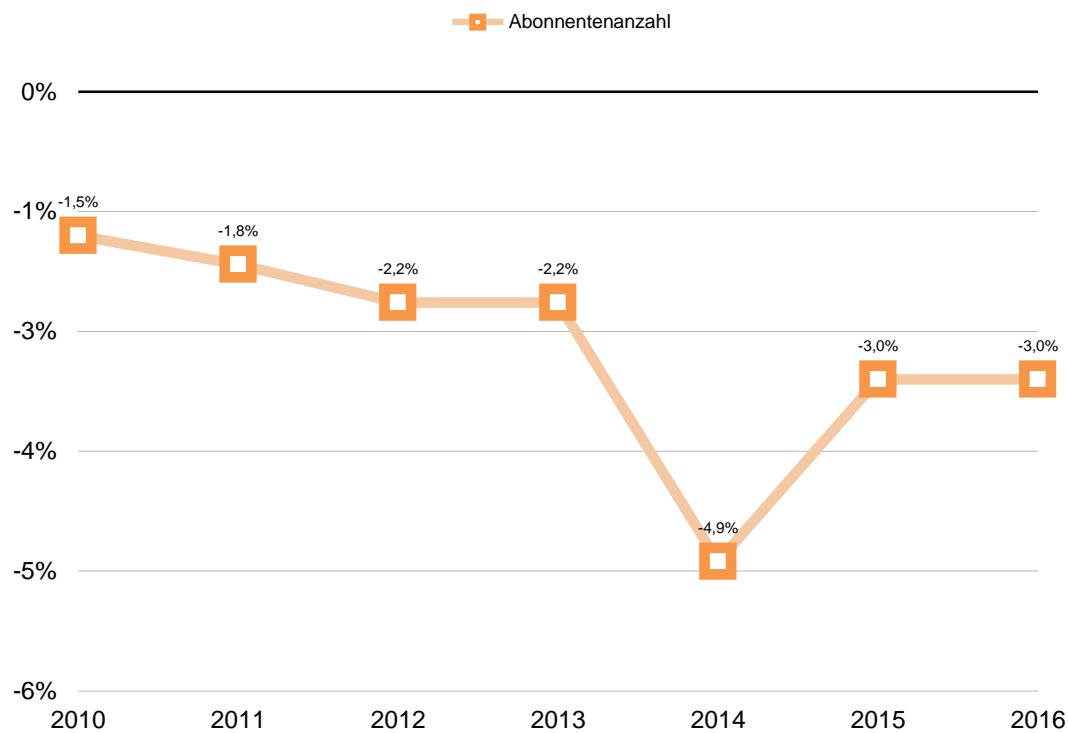


Abbildung 3: Diagramm Entwicklung zahlende Abonnenten

Analog zu der Entwicklung der Anzeigenerlöse nimmt die Anzahl der zahlenden Abonnenten ebenfalls konstant ab. Aufgrund des überregionalen, nationalen sowie internationalen Wechsels zum St. Galler Tagblatt im Jahr 2014 hat sich dementsprechend auch die Anzahl der zahlenden Abonnenten negativ verändert. Nach der Umstrukturierung konnten in den darauffolgenden Jahren ein Anstieg der Abonnement-Abschlüsse verzeichnet werden. Die immer noch rückläufigen Zahlen belaufen sich nun auf durchschnittlich -2.0% und -3.0%. Der Stand Ende 2016 der zahlenden Abonnenten des „Werdenberger- und Obertoggenburger“ beläuft sich auf 7'300, jedoch bleibt die Anzahl der täglichen Leserinnen und Leser stabil mit Befragungsungenauigkeiten zwischen 14'000 und 20'000 Lesern pro Exemplar.

Grundsätzlich kann man aber aus der Grafik ableiten, dass immer weniger Leute dazu bereit sind, für eine Zeitung (physisch oder elektronisch) zu bezahlen. Damit die Zeitungsredaktion sich aber dennoch selbst finanzieren kann, müssen die Preise für Abonnemente entsprechend angepasst werden. (Schwizer, Chefredaktor Werdenberger&Obertoggenburger, 2017)

## 4.2.4 Entwicklung des Abonnementpreises

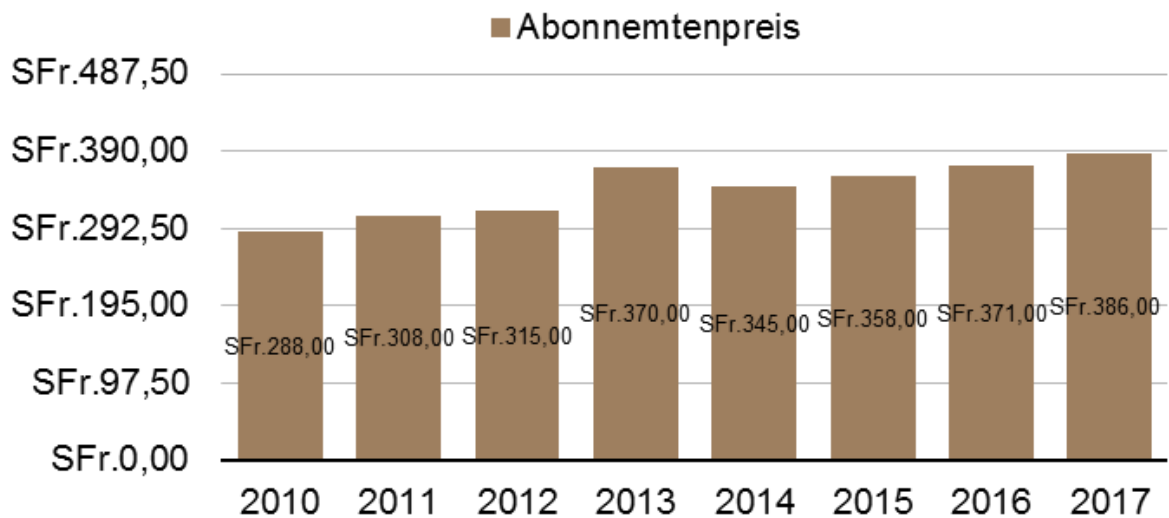


Abbildung 4: Diagramm Entwicklung des Abonnementpreises (Interview Thomas Schwizer, 2017)

Durch Abbildung 5 ist ersichtlich, dass sich der Preis eines Abonnements stets erhöht hat. Die durchschnittliche Veränderung des Abonnementpreises beläuft sich auf zirka +3.3% pro Jahr. Eine Ausnahme ist das Jahr 2013, in dem der Preis auf bis zu CHF 370.00 erhöht wurde. Grund dafür ist, dass die physischen Zeitungen neu bis 06.30 Uhr zugestellt werden, was zu einer Verteuerung des Preises führt. Neben dieser

teureren Frühzustellung ist nun auch die Sonntagsausgabe der «Ostschweiz am Sonntag» obligatorisch.

Wenn wir auf die beiden vorherigen Grafiken zurückgreifen, hat sowohl die Anzahl der zahlenden Abonnenten als auch der Anzeigerlöse einen grossen Einfluss auf die Veränderung des Preises für ein Zeitungsabonnement. Wenn eine Einnahmequelle immer mehr schwindet, muss eine andere gesucht werden. Das führt unter dem Strich ebenfalls zu einer generellen Erhöhung des Preises für ein Abonnement. (Schwizer, Chefredaktor Werdenberger&Obertoggenburger, 2017)

## 5. Fazit

Unsere intensiven Untersuchungen haben uns zu einem klaren Ergebnis geführt. In der Ausbildung des Journalismus nahmen die Schulen einige Anpassungen vor, wie zum Beispiel klassische Kurse zu kürzen und den Schwerpunkt mehr auf die Technik zu legen. Anhand der Interviews haben wir erfahren, dass das Interesse am Beruf des Journalisten nicht rückläufig ist. Es existiert eine Nachfrage von Personen, die über journalistische Kompetenzen und die daraus resultierenden Erfahrungen verfügen. Erfreulich ist, dass 90 % der Studierenden nach dem Studium in die Arbeitswelt übertreten können. In Folge dessen haben die Unternehmen ebenfalls geringe Anpassungen bei den Arbeitsanforderungen, sowie am Arbeitsplatz selbst vorgenommen. Ein wichtiger Teil des Journalistenberufs ist heute sowohl die Konvergenz als auch die Anwendung der verschiedenen Medien.

Unsere Erkenntnisse haben ergeben, dass sowohl die Journalismusschulen als auch die Unternehmen versuchen, mit der Digitalisierung Schritt zu halten. Neben neuen Studiengängen werden auch die Onlineausgaben der Zeitungen weiterentwickelt und auf die Bedürfnisse der Leser zugeschnitten. Dank neuen Applikationen können Informationen über verschiedene Kanäle konsumiert werden. Leider sind immer weniger Leserinnen und Leser bereit, Geld für Informationen auszugeben. Durch den verstärkten Bezug zur digitalen Welt erweitert sich der Beruf des Journalisten um interessante «Nischenprodukte». Damit die Zeitungsredaktionen weiterhin ein gewinnbringendes Jahresergebnis erzielen können, lohnen sich Zusammenschlüsse zu überregionalen Zeitungsverbänden. Somit bleibt der Beruf des Journalisten weitgehend unverändert bestehen. Die Nachfrage nach qualitativ hochstehenden und genau recherchierten Texten wird aufgrund der steigenden Informationsflut aus den Onlinemedien verstärkt beobachtbar sein. Demzufolge können wir unsere Fragestellung „Hat mein Job als Journalist eine Zukunft?“ mit Ja beantworten.



## 6. Persönliche Meinung / Eindrücke

Mit der Aufgabenstellung die Chancen und Risiken der Digitalisierung anhand eines regionalen Beispiels zu erklären, wählten wir den Beruf des Journalisten. Zu Beginn dieser Arbeit waren wir alle nicht vertraut mit diesem Beruf. Die Veränderungen, die die Digitalisierung mit sich bringen könnte, konnten wir uns nicht vorstellen. Das Unbekannte reizte unsere Neugier und wir begannen zu recherchieren. Zuerst im Internet, um einen groben Überblick über die Thematik zu erhalten, und später mit Fachpersonen aus dem Blickwinkel der Redaktion und der Ausbildungsstätten. Je mehr wir über den Beruf und dessen Entwicklungen nachlasen, merkten wir, dass sich die Frage «Hat mein Job als Journalist eine Zukunft?» immer mehr aufdrängte. Nach Abschluss dieser Arbeit können wir diese Frage beantworten.

Unsere persönliche Meinung stimmt mit dem wissenschaftlichen Ergebnis überein. Viele junge Menschen, so wie auch wir, benutzen täglich den Boulevard-Journalismus von 20 Minuten und Blick.ch. Die herkömmliche, gedruckte Zeitung tritt in den Hintergrund und immer weniger Leser sind bereit ein kostenpflichtiges Abonnement zu kaufen. Deshalb sind wir überzeugt, dass dem Journalisten und dem Journalismus generell ein Wandel bevorsteht, der Beruf aber weiterhin benötigt wird.

## 7. Quellenverzeichnis

### Literatur

Weichert, S., Kramp, L., & Jakobs, H.-J. (2010). *Wozu noch Journalismus?: Wie das Internet einen Beruf verändert*. Von: [https://books.google.ch/books?id=YmrzjM9jJvIC&printsec=frontcover&hl=de&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ch/books?id=YmrzjM9jJvIC&printsec=frontcover&hl=de&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false): Vandenhoeck & Ruprecht.

### Zeitungsartikel

Al-Ani, A. (2016). Journalisten werden eine neue Rolle haben. *Zeit*.

Buhse, M., & Kremers, P. (2012). Wer sterben und wer überleben wird. *Zeit*.

Kaesberg, A. (2017). Berufsziel Journalist - Krisensicher oder Wandlungsunfähig? *Medien Mittweida*.

Meier, C. (2014). Digitaler Journalismus als „Epochenwechsel“: LfM-Studie zur Veränderung des Berufsbildes. *MEEDIA*.

Tischer, M. (2013). Zeitungssterben: Wo liegt die Zukunft der Print-Medien? *Kulturzeit*.

Schweizer Radio und Fernsehen. (2015). Das Netz bringt die Medien unter Druck - und auf neue Ideen. *SRF*.

### Interviews

Mätzler, F. (20. Dezember 2016). Schulleiter Medienschule St. Gallen.

Merkel, B. (5. Dezember 2016). Studienleiter MAZ- Die Schweizer Journalistenschule.

Schwizer, T. (12. Dezember 2016). Chefredaktor Werdenberger&Obertoggenburger.

Schwizer, T. (25. März 2017). Chefredaktor Werdenberger&Obertoggenburger.

### Internetseiten

Definition Journalismus. (2017). <https://definition.cs.de/journalismus/>.

Digitalisierung, D. (2017). [www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de](http://www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de).  
<http://www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de/lexikon/technologien-methoden/Informatik--Grundlagen/digitalisierung>.

Medien-Ausbildungs-Zentrum. (2017). [www.maz.ch](http://www.maz.ch). Von <http://www.maz.ch/ueber-das-maz/> abgerufen

Medienschule. (2017). *www.medienschule-ost.ch*. Von <http://www.medienschule-ost.ch/lehrgang.html> abgerufen

seo-analyse. (2017). *www.seo-analyse.com*. <https://www.seo-analyse.com/seo-lexikon/o/online-journalismus/>.

Universität St. Gallen. (29. Januar 2016). Digitale Arbeit als (R)Evolution. Kanton St. Gallen.

Wikipedia. (29. März 2017). Von <https://de.wikipedia.org/wiki/Zeitungssterben> abgerufen

Wikipedia Boulevardjournalismus. (17. Oktober 2016). [https://de.wikipedia.org/wiki/Boulevard\\_\(Medien\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Boulevard_(Medien)).

Wikipedia Digital Native. (6. März 2017). [https://de.wikipedia.org/wiki/Digital\\_Native#cite\\_note-1](https://de.wikipedia.org/wiki/Digital_Native#cite_note-1).

Wikipedia Digitalisierung. (28. März 2017). <https://de.wikipedia.org/wiki/Digitalisierung>.

Wikipedia Hypertext. (22. März 2017). <https://de.wikipedia.org/wiki/Hypertext>.

Wikipedia Journalismus. (6. März 2017). <https://de.wikipedia.org/wiki/Journalismus>.

Wikipedia Journalist. (3. April 2017). <https://de.wikipedia.org/wiki/Journalist>.

Wikipedia Online-Journalismus. (1. April 2017). <https://de.wikipedia.org/wiki/Online-Journalismus>.

Wirtschaftslexikon. (2017). *www.wirtschaftslexikon.de*. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/printmedien.html>.

## **Bilder**

*www.tagblatt.ch*. (2017). von:  
[http://www.tagblatt.ch/storage/image/9/5/6/8/1708659\\_fancybox\\_1ow9IH\\_m8zuic.jpg](http://www.tagblatt.ch/storage/image/9/5/6/8/1708659_fancybox_1ow9IH_m8zuic.jpg).

*www.ucas.com*. (2016). von :  
[https://www.ucas.com/sites/default/files/styles/full\\_middle\\_column/public/magazine-journalist.png?itok=6\\_ifFhGC](https://www.ucas.com/sites/default/files/styles/full_middle_column/public/magazine-journalist.png?itok=6_ifFhGC).

## 8. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Diagramm Entwicklung Anzeigeeerlöse (Interview Thomas Schwizer, 2017) .....	17
Abbildung 2«Werdenberger & Obertoggenburger»-Logo (www.tagblatt.ch, 2017)...	19
Abbildung 3: Diagramm Entwicklung zahlende Abonnenten .....	22
Abbildung 4: Diagramm Entwicklung des Abonnementpreises (Interview Thomas Schwizer, 2017) .....	23
Tabelle 1: Fakten der MAZ Luzern und der Medienschule St.Gallen .....	14

## 9. Anhang

### 9.1 Interview mit Thomas Schwizer, Chefredaktor W&O (1. Dezember 2016)

#### 1. Wie hat sich der Alltag im Journalistenberuf verändert in Bezug auf die Digitalisierung?

Wir verbreiten heute unseren journalistischen Inhalt inkl. Inserate einerseits weiterhin kostenpflichtig als gedruckte Zeitung. Für all diese Abonnenten ist auch der freie Zugriff auf die ganze Zeitung online (als E-Paper) kostenlos inbegriffen.

Unsere Zeitung kann auch zu einem reduzierten Abo-Preis ausschliesslich als E-Paper (vollständige elektronische Zeitung) abonniert werden.

Zudem verbreiten wir täglich eine Auswahl der Inhalte auch kostenfrei unter [www.wundo.ch](http://www.wundo.ch).

Und als tägliche Kurzmeldungen mit Foto auch auf unserer Facebook-Seite. Diese zwei Leistungen erbringen wir im Sinne von einer Gratiswerbung, um uns unverzichtbar zu machen und Personen, die kein Zeitungsabo haben, früher oder später als zahlende Abonentengewinnen zu können.

Die Digitalisierung ermöglicht uns Journalisten auch, beim recherchieren zusätzliche Quellen erschliessen zu können. Dabei ist es aber enorm wichtig, die Seriosität verwendeter Quellen genau zu kennen/zu eruieren.

#### 2. Welche neuen Anforderungen werden an den heutigen Journalisten gestellt?

Auf Grund der Antwort 1 ganz klar die Konvergenz (medienübergreifende Aufarbeitung und Verbreitung journalistischer Inhalte). Das geht bis zu selbst mit dem Smartphone gedrehte Kurzvideos, die auf der Homepage/im Facebook ergänzend zum journalistischen Inhalt aufgeschaltet werden.

#### 3. Wird die Arbeitszeit durch die Schnelligkeit verändert? Entsteht ein höherer Leistungsdruck für den Journalisten?

Die zusätzliche Aufarbeitung für verschiedene neue Medien braucht zwar zusätzlich Zeit, ist aber auch eine spannende Ergänzung und auch eine nützliche Rückmeldung (z.B. Klicks im Facebook und auf Berichte online), welche Themen die breite Masse interessieren. Das Füttern der elektronischen Medien hat zeitlich Priorität, der Stoff für die gedruckte Zeitung reicht dann bis am späteren Abend.

Der Leistungsdruck wird sicher grösser, da man offen sein muss für die zusätzliche Bespielung der neuen Medien ohne die grundsätzliche journalistische Arbeit für das Printmedium zu vernachlässigen.

#### **4. Wie sieht der Arbeitsplatz des Journalisten aus? (Infrastruktur)**

Wir brauchen einen Arbeitsplatz mit PC, Telefon (auch intern und mit anderen Zeitungen heute per Skype für Business), Internet und E-Mail-Zugriff und ein spezielles redaktionelles Umbruchprogramm (Woodwing/Indesign). Mehr brauchen wir heute nicht mehr.

#### **5. Wie hat sich der Personalbestand durch die Digitalisierung verändert?**

Der Personalbestand ist gleich geblieben, es sind aber zusätzliche Aufgaben für die Journalisten dazu gekommen.

#### **6. Wie viel verdient ein Journalist mehr/weniger im Verhältnis zu früher? Wie haben sich die Einnahmequellen verändert?**

Der Lohn der Journalisten ist seit 10 Jahren praktisch unverändert. Seither gehen die Anzeigenerlöse deutlich zurück. Und auch die Zahl der Abonnenten, die für die journalistischen Leistungen einer Zeitung bereit sind einen Abopreis zu bezahlen, geht stetig leicht zurück. Grund: Ältere Abonnenten sterben, junge Leute sind kaum mehr bereit, für eine Zeitung zu zahlen, weil ihnen gratis 20 Minuten, Blick am Abend etc. zur Verfügung stehen. Die lokalen Inhalte unserer Zeitung haben wir aber exklusiv, so dass den Nicht-Abonnenten mit den Gratismedien diese Meldungen fehlen.

Die Anzeigeneinnahmen sind in den letzten 5 Jahren um rund ½ zurückgegangen, die Aboerträge bleiben knapp stabil – dank unumgänglichen Preiserhöhungen, um unsere Zeitung weiter finanzieren zu können.

#### **7. Wie sieht der Beruf Journalist in Zukunft aus? Existiert er überhaupt noch?**

Er wird sich insofern nicht verändern, dass die journalistische Arbeit (Berichte über Veranstaltungen, Medieninformationen verarbeiten, eigene seriöse und intensive Recherchen etc.) die Kernaufgabe von Journalisten bleibt.

Die Gefahr besteht, dass bei sinkenden Einnahmen die Journalisten-Löhne nicht mehr entsprechend bezahlt werden können und deshalb die Zahl seriös recherchierender Journalisten nach und nach reduziert wird. Das würde eine Verarmung der Medienwelt bedeuten – eine gefährliche Entwicklung von vertiefenden Berichten und Recherchen hin zu nur noch schnellem, ungefiltertem Boulevard-Journalismus.

## **9.2 Interview mit Thomas Schwizer, Chefredaktor W&O (25. März 2017)**

Damit wir nun Ihre Aussagen in unserem Text entsprechend visualisieren können, wollten wir bei Ihnen nachfragen, ob wir konkrete Zahlen zu den Veränderungen erhalten können. Dies würde die Anzeigerlöse, die Zahl der Abonnenten sowie die Veränderung des Abo-Preises betreffen. Natürlich werden wir diese Daten vertraulich behandeln und lediglich für das Visualisieren in Form von Diagrammen verwenden. Das Gelesene mit Grafiken zu unterstützen, ist für uns sehr wichtig. Wir können jedoch auch verstehen, falls das Herausgeben von Zahlen nicht möglich ist.

Konkrete Zahlen können wir nicht herausgeben, da wir eine private und nicht kotierte AG sind.

Generell ist es aber so, dass seit 2006 Jahren die jährliche Entwicklung der Anzeigerträge in folgender durchschnittlicher Grössenordnung sind:

Anzeigerlöse (ca. die Hälfte der nationalen Tageszeitungen)

2006: -1,0 %

2007: -2,0 %

2008: -2,0 %

2009: -5,5 % (Einbruch Stellenanzeigen und Immobilienanzeigen in Tageszeitungen)

2010: -6,0 %

2011: -5,0 %

2012: -5,5 %

2013: -6,5 %

2014: -2,5 % (Wechsel zum Anzeigenverbund St.Galler Tagblatt gesamt)

2015: -6,7 %

2016: -7,2 %

Die Zahl der zahlenden Abonnenten verändert sich im Durchschnitt der letzten Jahre wie folgt (ungefähr. im Durchschnitt der abonnierten Zeitungen in der Schweiz):

2010: -1,5 %

2011: -1,8 %

2012: -2,2 %

2013: -2,2 %

2014: -4,9 % (Wechsel des Seitenbezugs überregional/national/international zum St.Galler Tagblatt)

2015: -3,0 %

2016: -3,0 %

Stand Ende 2016: 7300 zahlende Abonnenten

Aber: Die Zahl der täglichen Leserinnen und Leser bleibt stabil mit Befragungs- Ungenauigkeiten zwischen 14000 und 20 000 pro Exemplar

Veränderung des Abopreises (durchschnittlich ca. + 3,3 % pro Jahr – Ausnahme 2013 mit Spezialumständen):

2010: 288

2011: 308

2012: 315

2013: 370 (Zustellung neu bis 06.30 Uhr, teure Frühzustellung und neu obligatorisch Sonntagsausgabe «Ostschweiz am Sonntag»)

2014: 345 (ohne Ostschweiz am Sonntag, die zusätzlich und freiwillig abonniert werden kann)

2015: 358 (ohne Ostschweiz am Sonntag, die zusätzlich und freiwillig abonniert werden kann)

2016: 371 (ohne Ostschweiz am Sonntag, die zusätzlich und freiwillig abonniert werden kann)

2017: 386 (ohne Ostschweiz am Sonntag, die zusätzlich und freiwillig abonniert werden kann)



### **Wie sehe ich die Zukunft des Journalisten?**

Es wird unbedingt weiter Journalisten brauchen, um nicht nur Meldungen konsumieren zu können, die per Gratismedien und vor allem online und in den Sozialen Netzwerken verbreitet werden, ohne dass diese auf den Wahrheitsgehalt kontrolliert werden.

### **Wie wird sich die Branche verändern?**

Die Vielfalt der gedruckten Medien wird aber langfristig aus Kostengründen tendenziell weiter abnehmen, es wird weitere Zusammenschlüsse und Zusammenarbeitsformen geben und diesbezüglich weniger Auswahl geben.

Langfristig wird es eine Verlagerung geben, indem mehr Journalisten vor allem im Bereich Online schreiben oder zumindest Zeitungsjournalisten auch für seriöse (verlagseigene) Onlineplattformen schreiben.

## **9.3 Interview mit Felix Mätzler, Schulleiter Medienschule St. Gallen**

### **1. Wie beschreiben Sie die Veränderungen der Ausbildung durch die Digitalisierung?**

Wir stellen fest, dass seit rund einem Jahr die Nachfrage nach der traditionellen Ausbildung im Bereich Journalismus massiv nachlässt – mindestens an unserer Schule. Traditionelle Ausbildung heisst: Journalistische Grundfertigkeit vermitteln, eine «Geschichte» einzuordnen, zu recherchieren und in einer adäquaten journalistischen Darstellungsform attraktiv und verständlich zu erzählen. Stattdessen wird nachgefragt nach Kursen, die in erster Linie die Technik vermitteln, in Bild, Ton und Text «News-Content» zu produzieren.

### **2. Welches sind die Aufnahmebedingungen? Wie veränderten sich diese in den letzten Jahren?**

Die Aufnahmebedingungen an der Medienschule sind vergleichsweise niederschwellig. Wir wenden uns an Interessenten, die bereits in einem Praktikum oder ähnlich sind, an motivierte Berufseinsteiger/innen, aber auch an Personen, die in der Freizeit journalistisch tätig sind, etwa die Lehrerin, die noch fürs Pfarrblatt schreibt. Bedingungen sind: Erstausbildung abgeschlossen, Flair für Sprache, Interesse an der Welt der Kommunikation, hohe Motivation. Dazu findet ein Aufnahmegespräch statt. An den Aufnahmebedingungen hat sich in der letzten Zeit nichts geändert.

### **3. Welche Änderungen gab es im Lehrplan/ oder welche Änderungen möchten sie in Zukunft vornehmen? Gab es Veränderungen durch die Digitalisierung? Wenn ja, welche ?**

Zurzeit sind wir dran, den Lehrplan den veränderten Bedürfnissen anzupassen. So werden wir im nächsten Lehrgang ab Januar Inhalte wie etwa «Ethik im Journalismus», «Medienlandschaft Schweiz», Medienrecht kürzen oder weglassen. Andere Inhalte werden ausgebaut: Online-Journalismus, Storytelling, Video und Tonaufnahme, Bildbearbeitung.

#### **4. Wie entwickelt sich die Studentenzahl? Ist der Beruf heute gefragter als früher?**

Als kleine Schule können wir aus unseren Teilnehmerzahlen keine Rückschlüsse auf die Beliebtheit des Journalistenberufes ziehen, da die Teilnehmerzahlen dem Zufall unterworfen sind. Meine Feststellung im Gespräch mit jungen Aspiranten: Es gab noch nie so viele Menschen wie heute, die über journalistische Kompetenzen und auch Erfahrung verfügen, aber leider lässt sich das immer weniger in eine konkrete, längerfristige, finanziell interessante Anstellung umsetzen.

#### **5. Welche Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen für die Studenten nach dem Studium? Wie hoch ist die Nachfrage nach diesem Beruf?**

Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich auch heute noch in einer Redaktion, etwa einer Zeitung, Zeitschrift, Online-Redaktion. Immer mehr gefragt ist auch die Mitarbeit von «Freien», da die Redaktionen Stellen abgebaut haben und dennoch auf eigene Geschichten angewiesen sind. Allerdings ist die Tätigkeit als Freie/r ökonomisch nicht attraktiv und höchstens noch ein Hobby. Es ist wie mit den Schauspielern: Ab und zu gibt's ein Engagement und daneben arbeitet man bei Starbucks.

#### **6. Denken sie, dass die Schule aufgrund der Digitalisierung Änderung vornehmen muss in Zukunft?**

Die Schule hat bereits Änderungen vorgenommen, wie sie unter Punkt 3 aufgeführt wurden. Weitere Änderungen drängen sich zurzeit nicht auf.

## **9.4 Interview mit Bernd Merkel, Studienleiter MAZ Luzern**

### **1. Wie beschreiben Sie die Veränderungen der Ausbildung durch die Digitalisierung?**

Journalismus ist durch die digitalen Möglichkeiten bunter, vielfältiger und ausdrucksstärker geworden. Ein Printjournalist etwa darf nicht mehr allein in seinem „Kanal“ denken. Er muss im Kopf haben, was seine KollegInnen von der Online-Redaktion oder die Videojournalisten in seinem Haus aus einem Thema machen.

Das bedingt konvergentes Denken – also das Bewusstsein, dass ein journalistisches Thema möglichst so aufbereitet wird, wie es sich am besten und attraktivsten vermitteln lässt. Oder dass ein Aspekt einer Geschichte beispielsweise am ehesten als Video zu zeigen ist, ein anderer besser als Infografik, mit der komplexe Statistiken auf einen Blick zu verstehen sind.

Journalisten sind somit auch immer seltener Einzelkämpfer, sondern Teamplayer. Und sie müssen sich mit Social Media auseinandersetzen und technische Grundkompetenzen aneignen. Das bilden wir in der Ausbildung ab. Wir haben vier Vertiefungsrichtungen: Print, Online, Radio, Video. Dort liegen die Schwerpunkte. Aber: Alle müssen parallel dazu auch eine multimediale Ausbildung durchlaufen, in der es etwa um multimediales Storytelling geht, also das Berichten über alle Kanäle hinweg. Zudem muss jeder zu seiner Diplomarbeit in seiner Vertiefungsrichtung (sei es Print, Online, Radio oder Video) einen Multimedia-Teil erstellen, mit dem er seine digitalen Fertigkeiten unter Beweis stellen muss. Und schliesslich: Jede, jeder muss eine eigene Website führen, auf der sie/er sich als journalistische „Marke“ präsentiert und eine Identität entwickelt.

### **2. Welches sind die Aufnahmebedingungen? Wie veränderten sich diese in den letzten Jahren?**

Die Kernkompetenzen bleiben: Journalistische Haltung und Ethik, Medienrecht, Recherche, Schreib- und Sprachkompetenzen (also die Fertigkeiten, einen Stoff attraktiv aufzubereiten), das Einordnen in Zusammenhänge. Dann aber müssen die Prüflinge in der Prüfungsaufgabe „Schauplatz“ zusätzlich fotografieren und die Fotos in den Text einbinden. Und wir verlangen bereits im Bewerbungsdossier ein Video, das sie selbst erstellen müssen. Zudem wollen wir im Aufnahmegespräch herausspüren, das einen wichtigen Teil des Aufnahmeprozederes darstellt, ob jemand mit Online-Medien sowie den sozialen Medien vertraut ist.

**3. Welche Änderungen gab es im Lehrplan/ oder welche Änderungen möchten sie in Zukunft vornehmen? Gab es Veränderungen durch die Digitalisierung? Wenn ja, welche ?**

Änderungen gibt es ständig im Bereich digitaler Journalismus“. Neue Kurse werden hinzugefügt, und wir versuchen, die raschen Entwicklungen (auch technischer Art) in unseren Curriculae abzubilden. Ein Ausbau in den „klassischen“ Kursen, gibt es weniger. Im Gegenteil: Wir bauen dort eher etwas ab und versuchen Freiraum zu schaffen für neue Kurse, die sich mit multimedialen Inhalten und Techniken befassen.

**4. Wie entwickelt sich die Studentenzahl? Ist der Beruf heute gefragter als früher?**

Die Zahlen bleiben in etwa gleich. Der Beruf ist bei jungen Leuten nach wie vor gefragt. Aber was wir feststellen: Der Anteil jener, die sich für die Diplombildung bewerben und noch kein Volontariat haben (obwohl das eigentlich eine der Bedingungen ist), steigt. Die Bewerber müssen dann innert sechs Monaten eine Stelle finden in einem Medienhaus, was nicht einfach ist. Früher war der Anteil von Bewerbern, die von Medienhäusern unterstützt wurden und von Beginn an über einen festen Ausbildungsplatz verfügten, grösser.

**5. Welche Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen für die Studenten nach dem Studium? Wie hoch ist die Nachfrage nach diesem Beruf?**

Beschäftigungsmöglichkeiten sind sehr intakt. Noch immer haben ca. 90 Prozent unserer AbsolventInnen gleich nach der Diplombildung einen festen Platz. Allerdings immer häufiger in Online-Redaktionen und weniger in klassischen Printredaktionen. Es gibt also durchaus Arbeitsstellen, jedoch immer mehr in neuen, digitalen Medien. Und weniger in den klassischen.

**6. Denken sie, dass die Schule aufgrund der Digitalisierung Änderung vornehmen muss in Zukunft?**

Selbstverständlich. Wer meint, es bleibe alles beim Alten, hat nicht begriffen, was ein seriöser, attraktiver Journalismus 2017 leisten muss (und leisten kann). Unser Ziel ist und muss sein: Schritt halten mit den Entwicklungen auf dem digitalen Sektor. Oder noch besser: dass unsere Studierenden, die als „Digital Natives“ gross geworden sind, diese Entwicklung ein Stück weit aktiv mitgestalten. Was nicht bedeuten darf, dass wir alles blind adaptieren, was uns die digitalen Entwicklungen bescheren.

Auch hier gilt ein Grundsatz journalistischer Arbeit: Kritische Grundhaltung, klären, sichten, verifizieren, transparent machen.