



## **Traumjob mit Armutsgarantie: Lust und Frust freier Wissenschaftsjournalisten.**

**Boom, Niedergang, Konstanz? Der Markt für Wissenschaftsjournalisten.**

**Zufallstreffer: Wie Redaktionen um Freie werben.**

**Abenteuer eines Journalistenlebens: Jürgen Neffe im Porträt.**

# Freie im Wissenschaftsjournalismus

## Editorial

■ Es gibt noch gute Nachrichten: Die TU Dortmund meldet unter der Überschrift „Science sells“ eine beträchtliche Ausweitung von Wissenschaftsberichten in drei überregionalen deutschen Tageszeitungen (FAZ, Süddeutsche und Die Welt) zwischen 2003 und 2007. Damit sei der „Boom“ bei den Wissenschaftsthemen nunmehr auch empirisch belegt. Die neue Studie bestätigt, was schon viele Analysen vor ihr ergaben: Dominant ist die Medizin. Etwa ein Drittel der Wissenschaftsthemen ließen sich ihr zurechnen.

Es gibt auch schlechte Nachrichten: Nature meldet, dass durch die Verlagshäuser in den Vereinigten Staaten eine Entlassungswelle schwappe, die auch viele Wissenschaftsjournalisten treffe. Science sells, nur nicht in Amerika!? Ein Drittel der in den USA und Kanada arbeitenden Wissenschaftsjournalisten beobachteten derzeit Kürzungen im eigenen Unternehmen, heißt es. Ob das auch bei einer auf Deutschland bezogenen Umfrage herauskäme, ist ungewiss. Unwahrscheinlich ist es indes nicht, trotz des viel beschworenen Booms der Wissenschaftsthemen. Von deren

Aufschwung in den Medien lässt sich nur sehr bedingt auf die Beschäftigungschancen ihrer Autoren schließen - zumal jener, die sich selbst als Wissenschaftsjournalisten verstehen. Denn die meisten Inhalte zu Wissenschaftsthemen - auch das ist hinlänglich belegt - stammen nicht aus der Feder von Wissenschaftsjournalisten.

Sollten nicht dennoch gerade die oft spezialisierten freien Autoren vom Boom profitieren? Über speziell diese Gruppe wissen wir relativ wenig. Mutmaßlich dürfte sie in den vergangenen Jahren gewachsen sein. Belastbare Zahlen sind aber Mangelware. Ein Beispiel: Die Gesellschaft für Gesundheitsmarktanalysen spricht von 3500 freien Medizinjournalisten. Die Schätzung basiert auf der Datenbank eines auf Gesundheit spezialisierten Medienbüros, das nicht systematisch, aber regelmäßig seit langem Namen von Autoren sammelt, die in Fach- und in Publikumsmedien über Medizinthemen berichten. Über diese Menschen etwas zu erfahren, erwies sich als sehr schwierig: Die Rücklaufquote einer schriftlichen Befragung lag weit unter 10 Prozent. Entsprechend sind die

Angaben über Verdienst, Alter und Beschäftigungsdauer mit äußerster Vorsicht zu genießen. Von den wenigen, die sich 2004, also mitten in der Boomphase, haben befragen lassen, gaben die meisten an, ihr Auftragsvolumen sei in letzter Zeit gesunken. Das kann daran liegen, dass sich nur die Erfolglosen an der Befragung beteiligten. Es kann aber auch daran liegen, dass diese Gruppe von dem Boom nicht profitiert hat. Das sind Mutmaßungen.

Bessere Daten sind sehr alt. So schloss der Kommunikationswissenschaftler Walter Hömberg aus Befragungen, dass die Bedeutung der Freien im Wissenschaftsjournalismus zwischen 1974 und 1984 stark gestiegen sei. Im Interview geht der Medienforscher Bernd Blöbaum davon aus, dass die Bedeutung der Freien heutzutage gerade im Wissenschaftsjournalismus größer sein dürfte als in anderen journalistischen Bereichen. Grund: Die Wissenschaft sei sehr speziell und erfordere entsprechend spezialisierte Beobachter. Ein Verlag oder ein Rundfunkanbieter seien überfordert, wenn sie die für Qualität notwendige Spezialisierung allein durch

fest angestellte Redakteure abdecken müssten. Ein weiterer Grund für eine wachsende Bedeutung sei sicherlich das Bestreben von Verlagshäusern und Rundfunkveranstaltern, die Zahl der festen Mitarbeiter und damit die Kosten möglichst klein zu halten.

Nicole Heißmann hat sich gefragt, mit welchen Strategien Redaktionen Freie zu gewinnen versuchen: Gibt es so etwas wie eine systematische Kontakt- und Beziehungspflege zwischen Verlagen und ihren Mitarbeitern? Die Antwort lautet: Wohl nicht in dem Sinne, wie zum Beispiel Siemens Personalpolitik und -entwicklung betreibt.

Es gibt Nachrichten, von denen man nicht genau sagen kann, ob sie gut oder schlecht sind. Dazu zählt jene, dass viele freie Wissenschaftsjournalisten nicht gerade darüber begeistert sind, wie Redaktionen mit ihnen zusammenarbeiten. Dies brachte eine Umfrage zu Tage, die Nicola Kuhrt, Irene Meichsner und Volker Stollorz auf der Wissenswerte 2008 in Bremen initiiert und organisiert haben. Die Ergebnisse werden in dieser Ausgabe dokumentiert. Außerdem ist die Umfrage Anlass, sich mit dem freien Journalismus im Wissenschaftsbereich einmal etwas ausführlicher auseinanderzusetzen.

Das WPK-Quarterly versteht sich als Forum, das Diskussionen anregen will, das Entwicklungen im Wissenschaftsjournalismus beschreiben und reflektieren will. Wir hoffen, dass uns das auch mit dieser Ausgabe gelungen ist.

Markus Lehmkuhl

**Markus  
Lehmkuhl**

*ist Projektleiter an  
der FU Berlin,  
Arbeitsstelle  
Wissenschafts-  
journalismus,  
und leitet die  
WPK-Quarterly  
Redaktion.*



## Inhalt

Editorial	2
Traumjob mit Armutsgarantie! Eine Umfrage unter freien Wissenschaftsjournalisten	4
Für 'n Appel und 'n Ei! Honorare im Vergleich	9
Boom, Konstanz, Niedergang? Märkte für freie Wissenschaftsjournalisten	12
Große Geschichten für kleine Blätter: Regionalzeitungen als Kunden	15
Eva-Maria Schnurr im Interview: Kämpfen für das große Ganze	17
Frische Freie: Wenn Wissenschaftsredaktionen neue Autoren suchen	19
Frei schreiben für Magazine: Tipps von Rebecca L. Skloot	21
Medienwissenschaftler Bernd Blöbaum im Interview: Ohne Freie geht es nicht!	22
Hauptsache, er kann gut reden!? Warum es Pseudo-Experten in deutschen Medien so leicht haben	23
Das Abenteuer des Journalistenlebens: Jürgen Neffe im Porträt	26
Neue Mitglieder	27
Impressum	28

## „Traumjob mit Armutsgarantie“

Eine Umfrage über das Verhältnis zwischen freien Wissenschaftsautoren und ihren Redakteuren zeigt:  
Das Leben der Freien gleicht einem Seiltanz. Wenn es klappt, gibt es den guten Kick,  
manchmal droht aber auch der Absturz.

Von Nicola Kuhrt, Irene Meichsner und Volker Stollorz

**KKKRRRAAAAAAAAA-BUMMM** donnert der Schlaghammer auf das Lederkissen. Der Bolzen saust senkrecht in die Höhe. Ein Schlag, 80 Punkte – kein schlechtes Ergebnis. Neben der Ziffer steht: „Prima Text, muss nur noch um die Hälfte gekürzt werden“. Na, das geht doch, findet auch der freie Journalist. Er ist der erste „Hau Drauf“ des Tages und genießt die Jahrmarktsatmosphäre im Foyer. Auf der Wissenswerte im November 2008 in Bremen haben wir einen 4,3 Meter hohen „Hau den Lukas“ zum „Hau den Redakteur“ umfunktioniert, damit freieWissenschaftsjournalisteneinmal Dampf ablassen können über ihre Arbeitssituation.

Alles hatte begonnen mit der Lektüre der „WissensWelten“. Der 600 Seiten starke Wälzer, im Frühjahr 2008 im Verlag Bertelsmann Stiftung erschienen, beleuchtet in allen möglichen Facetten die Theorie und Praxis des Wissenschaftsjournalismus. Eines der zahlreichen Themen: die freien Wissenschaftsjournalisten. Gleich zwei Aufsätze handeln speziell von den vielen Fehlern der Freien. Die Wissenschaftsredakteurin einer großen deutschen Tageszeitung sieht sich „mit schrecklichen Texten“ beworfen. Ein „verärgerter“ Redakteur aus dem Süden denkt kurz vor Redaktionsschluss nur noch daran, „den Schaden zu begrenzen“. Zwar gehört die Klage der Redakteure über „schlampige Ex-

posés“, unsaubere Recherchen, stilllose Texte und mangelnde Einfühlung in redaktionelle Zwänge zur Folklore unseres Berufsstandes. Als Leser dieser beiden persönlichen Stellungnahmen aber fragten wir uns erschrocken: Sind freie Wissenschaftsjournalisten wirklich nicht in der Lage, halbwegs ordentliche Texte abzuliefern?

So kamen wir, die wir selber vorwiegend im Printbereich arbeiten, zu der Idee mit dem „Lukas“. Wir wollten ein-

mal den Gescholtenen und den meist im Stillen verharrenden Kolleginnen und Kollegen Gehör verschaffen und sie zu Worte kommen lassen. Mit einer anonymen Umfrage wollten wir erkunden, wie sich die Zusammenarbeit mit den Redaktionen aus der Perspektive der freien Wissenschaftsjournalisten gestaltet. Wie bewerten freie Wissenschaftsjournalisten das Verhalten ihrer Redakteure? Was passiert ihnen in Redaktionen, wenn sie



*"Hau den Lukas"-Stand auf der WissensWerte 2008 in Bremen*

ihre Themen und Geschichten anbieten? Erhalten Sie eine Rückmeldung? Wenn ja, welche? Wie professionell gestalten Redakteure die Beziehung zu den Beitragslieferanten? Wie häufig schleichen sich Fehler in die redigierten Texte ein? Wie oft kommt es vor, dass Redaktionen eine inhaltliche „Tendenz“ vorgeben? Trauen sich die Kollegen heute noch, über die schrumpfenden Honorare zu verhandeln? Kurzum: Was erleben freie Wissenschaftsjournalisten mit ihren Beiträgen in Redaktionen, speziell in Zeitungsredaktionen?

### *Der Fragebogen*

Der Fragebogen enthielt insgesamt 26 Fragen mit bis zu fünf Antwortalternativen. Bei den meisten Fragen sollte man nur eine Antwort ankreuzen. Bei einigen waren auch mehrere Antworten möglich. In fünf „offenen“ Fragen konnten sich die Kollegen und Kolleginnen auch mit ihren eigenen Worten äußern. Von dieser Möglichkeit machten viele in einer Ausführlichkeit Gebrauch, die uns besonders überraschte, da wir eigentlich geglaubt hatten, dieser Mühe würden sich nicht viele unterziehen wollen. Gerade diese persönlichen Bemerkungen führen jedoch plastisch vor Augen, dass in der Beziehung zwischen Autoren und Redaktionen nicht alles so läuft, wie es laufen sollte – obwohl es offenbar ohne allzu große Anstrengungen auch besser laufen könnte.

Um Missverständnissen vorzubeugen: Die Aktion zielte nicht etwa auf eine soziologisch und statistisch exakte Analyse der Lebens- und Arbeitssituation von freien Wissenschaftsjournalisten. Solche Daten zu erheben, hätte unsere Möglichkeiten bei weitem überstiegen. Uns interessierten die Stärken und Schwachstellen in der alltäglichen Beziehung zwischen Freien und Redakteuren, samt der Missverständnisse, Haken und Ösen, die dem gedeihlichen Miteinander – und infolgedessen womöglich auch besseren Publikationen – im Wege stehen. Kurzum, wir wollten wissen: „Was erleben freie Wissenschaftsjournalisten mit ihren Beiträgen in Redaktionen, speziell in Zeitungsredaktionen?“ Unser Ziel: einen Dialog über

mögliche Verbesserungen in Gang zu setzen, bevor sich Redakteure und freie Wissenschaftsjournalisten in der Krise endgültig auseinanderleben, obwohl sie doch beide voneinander lernen könnten.

Für die nötige Aufmerksamkeit und den Abbau von Hemmungen sorgte unsere bewusst provozierende „Hau den Redakteur“-Kampagne. Beherzt ließen Kollegen in Bremen den Schlaghammer niedersausen, beglückt über die Möglichkeit zum gefahrlosen Aggressionsabbau. Nur einige wenige schafften es aus eigener Kraft auf der Punkteskala bis ganz nach oben („Hurra, ein anständiges Honorar!“), die meisten blieben seufzend auf halber Höhe hängen („Redakteur will die Geschichte, aber bitte mit Fotos und bis gestern“). Und während die Kollegen drauflosschlügen, erzählten sie von ihren persönlichen Erfahrungen mit den Redaktionen. Die Wissenschafts-Pressekonferenz ermöglichte es, unseren Fragenkatalog nach dem Ende der Tagung noch bis Januar online zu stellen. An der Online-Version – bei der es an Jahrmarktsatmosphäre naturgemäß fehlte – gab es statt Lob vereinzelt auch Kritik. Sie richtete sich im Kern darauf, dass es nicht möglich war, einzelne Antworten zu überspringen – Entschuldigung für diesen Lapsus. Ein Kollege fand den Fragebogen „ungenau“, ein anderer die Antwortoptionen „teils zu tendenziell“. Jeder der Kritiker ist herzlich eingeladen, die nächste Umfrage auf dem neuesten Stand der empirischen Sozialforschung durchzuführen. Wir waren auf der Suche nach einem Stimmungsbild mitten in medialen Krisenzeiten.

Und wir sind überrascht über das enorme Echo. Insgesamt wurden bei der ersten Umfrage zur Lebens- und Arbeitssituation freier Wissenschaftsjournalisten, die aus den eigenen Reihen geboren wurde, immerhin 83 Fragebögen ausgefüllt.

### *Zur Person*

Um die Antworten besser gewichten zu können, holten wir zunächst einige Auskünfte über die persönlichen Lebens- und Arbeitsumstände ein. Wir wollten zum Beispiel wissen:

**Wie lange arbeiten Sie schon als freier Journalist oder freie Journalistin?** – Die meisten Kollegen, die den Fragebogen ausfüllten, blickten schon auf eine gewisse Berufserfahrung zurück. 59 % Prozent arbeiten „länger als fünf Jahre“ als Freie. Bei 34,9 % sind es „ein bis fünf Jahre“, bei nur 6 % ist es „weniger als ein Jahr“. Ein Großteil der Teilnehmer sind also keine Anfänger in ihrem Beruf.

**Wo arbeiten Sie überwiegend?** – Wir fanden einen hohen Anteil von Einzelgängern: Mehr als zwei Drittel der freien Kollegen arbeiten „allein im Homeoffice“ (75,9 %). Nur jeder Fünfte (20,5 %) hat seinen Schreibtisch „im Journalistenbüro“. 3,6 % sind „in Redaktionen“ tätig.

**Arbeiten Sie für ...?** – Bei der Frage nach den Auftraggebern waren mehrere Antworten möglich. Denn auch wenn sich die Umfrage in erster Linie an freie Wissenschaftsjournalisten richtete, die für Printmedien arbeiten, vermuteten wir doch, dass viele Freie nicht nur für ein Medium arbeiten, sondern ihr Angebot breiter streuen. Spitzenreiter sind die Tageszeitungen (77,1 %), gefolgt von den Magazinen (71,1 %). 38,6 % arbeiten auch für Wochenzeitungen, 31,3 % für Radio, 12 % für Fernsehen und 30,1 % für „Sonstige“.

**Warum arbeiten Sie als freie(r) JournalistIn?** – Frei zu sein oder sich zumindest frei zu fühlen, ist unter den Kollegen offenbar ein hohes Gut: Weit mehr als zwei Drittel (73 %) erklärten, die Tatsache, dass sie als freie Journalisten arbeiten, beruhe auf ihrem „freien Willen“. Bei 7,2 % liegt dem Berufsweg ein „Zufall“ zugrunde, weitere 7,2 % kreuzten „sonstige“ Gründe an. 12 % sind eher wider- oder unfreiwillig Freie: Sie haben „keine feste Anstellung (mehr) gefunden“.

### *König Kunde*

„Der Kunde ist König.“ Dieses Sprichwort klingt vielleicht etwas altmodisch. Aber es sorgt im Geschäftsleben auch Anfang des 21. Jahrhunderts noch für klare Verhältnisse. So wie Klempner die verstopften Abflussrohre ihrer Kunden frei räumen

oder Gastwirte ihren Gästen ein Schnitzel servieren, verkaufen freie Journalisten Texte an Redaktionen. Und sie bemühen sich auch aktiv um ihre Kunden. Beachtliche 74,5 % ergreifen die Initiative und bieten den Redaktionen von sich aus Themen an. Sie treten damit in eine Vorleistung. Man könnte es auch als eine Art von „Serviceleistung“ bezeichnen. Denn Themenangebote erleichtern den „Kunden“, also den Redakteuren, die Arbeit, da diese ja ihre Seiten regelmäßig mit Geschichten aus der und über die Wissenschaft füllen müssen.

Auffällig ist allerdings schon in der ersten Phase der Akquise, dass es an einer persönlichen Kommunikation häufig fehlt. Nur 28,6 % der freien Journalisten gehen noch die „alte“ Tour und rufen in der Redaktion an. Ist der persönliche Kontakt nicht mehr möglich, nötig oder hinderlich in unserer schnelllebigen Zeit? Sind gestresste Redakteure zwischen täglichen Redaktionskonferenzen, eigentlicher Produktionszeit, Workshops, Seminaren und dem schlichten Mittagessen einfach schwer zu erreichen?

Diese Fragen lassen sich nicht eindeutig beantworten. Es wird darüber geklagt, Redakteuren ständig „hinterhermailen“ oder „telefonieren“ zu müssen. Die größere Leistung am Beginn der Zusammenarbeit erfolgt jedenfalls von Seiten der Autoren. Die meisten (45,9 %) schreiben zu ihrem Themenangebot ein „kurzes Exposé“ und schicken es „per Mail oder Fax“ an die Redaktion. Nur etwa jeder fünfte Kollege (21,4 %) arbeitet „vorwiegend auf Anfrage der Redaktionen“.

### *Das große Schweigen*

Die Vorleistung, die Autoren bringen, wird nur partiell gewürdigt. Auf das Themenangebot folgt nur allzu oft ein beklemmendes Schweigen. 44,9 % der freien Autoren beklagen, dass eine Reaktion auf Themenangebote „zu oft gar nicht erfolgt“, oder dass es „ewig dauert“. Nur knapp die Hälfte der Redakteure reagiert auf das Themenangebot „sofort“ oder spätestens nach einer Woche. Dabei wünschen sich die freien Kollegen von ihren Redakteuren offenbar kaum etwas sehnlicher als ein irgend-

geartetes „Feedback“. Man erhofft sich zumindest eine „Rückmeldung“ oder „Gesprächsbereitschaft“. Es wird beklagt, „hängen gelassen“ zu werden.

Die verbreitete „Null“-Reaktion setzt sich auf allen Stufen des Verarbeitungsprozesses von Themen und Texten fort. Besonders auffällig sind dabei die Extreme, die sich jeweils auf fast die Hälfte der Redaktionen verteilen. Selbst wenn sie einen Beitrag abliefern, den die Redaktion ausdrücklich bestellte, warten unglaubliche 50 % (!) der freien Journalisten „oft vergeblich auf ein Empfangssignal“. Auf der anderen Seite erleben es aber auch 42,9 % der Kollegen, dass die Redaktion den Eingang eines bestellten Textes nicht nur quittiert, sondern sich dafür sogar ausdrücklich „bedankt“.

### *Der große Irrtum*

Jeder Klempner weiß: Auch Kunden gegenüber, die es im Geschäftsleben an den üblichen Benimmregeln fehlen lassen, bewahrt man die Fassung. Aber wie nehmen umgekehrt die Redakteure eigentlich ihre Autoren wahr? Betrachten sie sich selber überhaupt als „Kunden“ einer Dienstleistung, die darin besteht, sich Themen zu überlegen und darüber Geschichten zu schreiben? Soweit sich das aus den Antworten herleiten lässt, gibt es hier begründete Zweifel. Mitunter scheint es, als betrachteten nicht wenige Redakteure ihre Autoren eher als Rohstofflieferanten, mit deren (möglichst billig eingekauftem) Material sie selbständig arbeiten können – fast so, als ob sie sich selber als die wahren „Autoren“ empfänden. Freie Kollegen äußern, sie fühlten sich wie „Bittsteller“ oder „als zweitklassige Journalisten“ behandelt. Sie erbitten sich mehr „Respekt“ bei einer „konstruktiven Zusammenarbeit“.

Die Qualität von Texten schwankt zweifellos. Darüber dass nicht jede kleine Redigatur einer förmlichen Zustimmung bedarf, besteht in der Regel ein stillschweigendes Übereinkommen. Größere Eingriffe in Texte sind von dieser Vollmacht eigentlich nicht erfasst. Trotzdem scheint es in den Redaktionen auch in dieser Hinsicht unterschiedliche Gepflogenhei-

ten zu geben: Insgesamt 69,2 % der Autoren erleben es nur „manchmal“ oder „selten“, dass ihnen Redakteure das fertig redigierte Werk vor Drucklegung noch einmal zeigen. Weiteren 8,5 % ist dies sogar noch nie untergekommen („Das gibt es?“). Eine Minderheit von 11,7 % der Befragten erklärt, dass ihnen die Endfassung des Textes vorgelegt werde. Weitere 10,6 % sehen ihre Texte, „aber ohne Überschrift“. Immerhin 67 % haben es schon „manchmal“ erlebt, dass Redaktionen vorgeben, welche „Tendenz“ ein Beitrag haben soll. Nur 26,6 % ist dies noch „nie“ untergekommen, bei 6,4 % ist es „meistens“ der Fall.

### *„Kommentarlos weggedruckt“*

Jeder Mensch braucht Anerkennung, selbst der Wissenschaftsjournalist. Ein Feedback nach der Veröffentlichung – etwa in Form von „Lob/Tadel aus der Redaktionskonferenz“ – wünschen sich viele. Tatsächlich erhält fast die Hälfte (48,3 %) der freien Textjournalisten ein solches Echo „so gut wie nie“. Bei 39,1 % kommt es „manchmal“ vor, dass sie ein Feedback bekommen. Nur bei einer Minderheit von 12,6 % ist dies „meistens“ der Fall. Jeder Zehnte (11,5 %) hakt „selber nach“. Ein verschwindend geringer Anteil (2,3 %) erklärt: „Das ist mir letztlich egal.“

Halb, halb geht es weiter: Nur etwas mehr als die Hälfte der Kollegen (52,9 %) erhalten „regelmäßig ein Belegexemplar“. Bei 47,1 % ist dies nicht oder nur manchmal der Fall. Nahezu jeder Dritte (27,6 %) erklärt, bestellte Beiträge würden „kommentarlos weggedruckt“. Ein Kompliment? Oder umgekehrt ein Zeichen von Geringschätzung? Gedankenlosigkeit kann auch geschäftsschädigend sein. Immerhin haben es exakt 50 % der Kollegen schon „einige Male“ erlebt, dass ein Beitrag von ihnen „verbrannte“, weil er in der Redaktion einfach „liegen blieb“.

Gibt es in Redaktionen personelle Wechsel, ist fast die Hälfte der Kollegen (47,9 %) „schnell weg vom Fenster“. Für 28,7 % „bleibt alles beim Alten“. 23,4 % kriegen davon „in der Regel gar nichts mit“.

## Redigierkünste

Redakteure halten sich auf ihre Redigierkünste viel zu Gute. Dass sie dieses Handwerk beherrschen, wird von den Autoren auch mehrheitlich anerkannt. 78,7 % der Journalisten machen, wenn sie redigiert werden, „überwiegend positive“ Erfahrungen.

Doch immerhin: Bei jedem Fünften (21,3 %) sind die Erfahrungen „überwiegend negativ“. Vielleicht denkt der eine oder andere Redakteur darüber einmal nach, denn bezeichnend ist es schon, worüber die Kollegen im Einzelnen klagen: „Schlampigkeit beim Redigieren“, „starkes Redigieren ohne Rückfragen“, „fehlende Redigatur“, „Zigtausend Korrekturvorgänge wegen Kleinkram“, „Texte kaputt redigieren oder Fehler hineinredigieren“, „Eigenständige Textänderungen“, „Redigierwut“, „Verschlimmbesserungen“ oder „blöde Headlines“. „Wenn der Redakteur Texte umschreibt, noch Fehler einbaut und dann veröffentlicht, ohne vorher nochmals Bescheid zu geben“, so schreibt ein Kollege, dann „kann das richtig peinlich werden“. Diejenigen Kollegen, die fertig redigierte Texte nicht oder nur selten zu Gesicht bekommen, können etwaige Verschlimmbesserungen auch nicht verhindern.

## Stoßseufzer

Was ärgert Sie an einem Redakteur am meisten? Diese Frage hat eine wahre Flut von Stoßseufzern losgetreten, die ebenfalls ein bezeichnendes Licht auf den Beziehungsalltag werfen. Ganz oben auf der Liste steht: die „Arroganz“ von Redakteuren. Genannt werden außerdem: „Ignoranz“, „Respektlosigkeit“, „Unfreundlichkeit“, „Unzuverlässigkeit“. Auffällig ist, wie viele Kollegen beklagen, dass sie unnötig unter (Zeit-)Druck gesetzt werden, obwohl sich dies offenbar häufig durch eine bessere Organisation verhindern ließe.

Was erwarten Freie von einem guten Redakteur? Neben dem Feedback (s.o.), der „konstruktiven“ Arbeit mit Texten, den „klaren“ Ansagen und „Offenheit“ für Themen werden auffallend häufig auch Eigenschaften genannt, die den persönlichen Um-

## Was Freie an ihren Redakteuren ärgert: Eine Auswahl

„Diffuse Anforderungen“ – „Abwälzen von eigenen Fehlentscheidungen auf Autoren“ – „Text erst eine Woche ablagern, dann Nachrecherche innerhalb einer Stunde verlangen“ – „Jammern über eigene Ressourcen“ – „Wenn als eilig bestellte Texte plötzlich doch ewig liegen bleiben können“ – „Inhaltliche Inkompetenz“ – „Fehlender Einsatz in der Redaktionskonferenz“ – „Mangelnde Kooperation bzw. Vertretung der nicht anwesenden Freien in der Redaktion“ – „Wenn angeblich dringend ein Autor gesucht wird, man sich die Zeit freihält und dann nie wieder etwas davon hört“ – „Feigheit bei ungewöhnlichen/unbequemen Themen“ – „Prinzipienbrüche“ – „Lähmende Diskussionen über Interna, die mich überhaupt nicht interessieren“ – „Unnötige Besserwisseri am längeren Hebel“ – „Hierarchisches Denken (hier die Redaktion – da die Freien)“ – „Rückfragen in letzter Sekunde vor Redaktionsschluss“ – „Zu wenig Zeit und Lust, sich dem Thema wirklich zu widmen“ – „Dass sie zeitintensive Zusatzrecherche verlangen und den entsprechenden Absatz am Ende wieder raus kürzen“ – „Unkonstruktives Gemecker statt konstruktiver Kritik.“ – „Hach-ich-hab-so-stress Allüren, ich habe auch Stress und bin höflich“ – „Wenn Redakteure Autoren als Bittsteller behandeln und nicht als qualifizierte, schätzenswerte Mitarbeiter; den Redakteur möchte ich sehen, der seine Seiten alleine füllt ...“ – „Unklare oder unrealistische Vorgaben“ – „Inhaltsverzerrende Headlines oder BUs“ – „Wenn zugesagte und geschriebene Artikel um mehr als die Hälfte eingedampft werden müssen, weil der Weitblick (Heft/Zeitschrifteninhalte allgemein) fehlte.“

gang betonen, wie „sympathisches Auftreten“, „vertrauliche Zusammenarbeit“, „Fairness“, „Einfühlungsvermögen“, „Verbindlichkeit“. Ein Kollege erbittet sich eine „Weiterempfehlung“ – im Prinzip ganz in der Logik von „Kunden“-Beziehungen. Bei aller Kritik gehen wir davon aus, dass vieles im Alltag durchaus realisiert wird. Manches deutet darauf hin, dass sich die ausgesprochen „positiven“ und „negativen“ Erfahrungen in etwa die Waage halten, also auf jeweils etwa eine Hälfte der Redaktionen verteilen, ohne dass wir dies im Detail mit dieser Umfrage beweisen könnten. Aber auch der Eindruck, dass sich Kolleginnen und Kollegen vermehrt zu schlecht bezahlten Rohstofflieferanten degradiert fühlen, wird sich kaum von der Hand weisen lassen.

## Allzeit bereit?

Während Freie in der Umfrage kritisieren, dass Redakteure schlecht erreichbar sind, scheinen viele selbst allzeit bereit. Sucht die Redaktion des Vertrauens „dringend einen Autor“, lassen 44 % „normalerweise alles stehen und liegen“. Der Druck hat aller-

dings seine Grenzen. 30,8 % zeigen „durchaus mal die kalte Schulter“. Jeder Fünfte (20,9 %) hält sich „zumindest das Wochenende“ frei. Nur 4,4 % nutzen „die Gelegenheit, um ein höheres Honorar auszuhandeln“ – nicht unbedingt ein Zeichen größerer Geschäftstüchtigkeit. Inwieweit nehmen die freien Journalisten Rücksicht auf die Nöte ihrer Redakteure? Spontan greift kaum jemand zum Telefonhörer, man will den Kunden ja nicht stören. 62,2 % denken zwei Minuten darüber nach, „wann sie ihre Redakteure und Redakteurinnen am ehesten erreichen und am wenigsten stören“. Jeder Fünfte (23,5 %) macht sich über diese Frage 20 Minuten lang Gedanken.

## Das leidige

## Thema Geld

Eine bemerkenswerte Trägheit und Passivität scheint die freien Wissenschaftsjournalisten in der Tat zu erfassen, wenn es ums Geld geht. Ist das Thema Geld auch im Verhältnis der Journalisten untereinander tabu? 72,5 % fragen „den Redakteur“ nach

der Höhe des Honorars, das sie zu erwarten haben. Die wenigsten versuchen, sich nicht direkt beim eigentlichen Geldgeber schlau zu machen. Nur 5,5 % fragen bei Kollegen nach. Gerade mal 2,2 % Prozent recherchieren im Internet. Jeder Fünfte (19,8 %) lässt sich von der Höhe des Honorars einfach „überraschen“.

Woher diese Zurückhaltung? Über Geld spricht man nicht, könnte man fast glauben. Eigentlich erstaunlich, wo sich die Kollegen doch andererseits weithin darüber einig sind, dass die Branche – jedenfalls im Printbereich, der hier im Zentrum stand - viel zu geringe Honorare für zu viel Arbeit zahlt. Für manche vielleicht überraschend: Es gibt offenbar durchaus Verhandlungsspielräume (siehe auch die Honorarumfrage in diesem Heft). 60,4 % kreuzen an, dass sie „manchmal“ mit Redaktionen über ihre Honorare verhandeln würden. Jeder Zehnte (9,9 %) verhandelt sogar „immer“. Dem stehen andererseits Kollegen gegenüber, die es gar nicht wagen würden, einen Redakteur auf das Thema Geld anzusprechen: 12,1 % erklären, sie würden sich „nicht trauen“, über ein Honorar zu verhandeln. Viele wissen nicht einmal, dass es diese Möglichkeit überhaupt gibt. Jeder Fünfte (20,9 %) hat davon noch nie etwas gehört („Wie bitte – man kann verhandeln?“) Manche Kollegen scheinen vom Thema Geld fast schon angewidert. Sie beklagen „Preisdrückerei“ oder: „Wenn er so tut, als sei Honorarverhandlung Geldgeilheit“. Schlimm ist, dass der Hälfte (51,6 %) nur „eher selten“ eine Zweitverwertung ihrer Texte gelingt. Bei 42,9 % ist dies „manchmal“ der Fall, nur bei 5,5 % „immer“. Ganze 4,4 % nutzen die Gelegenheit, für einen Notfalleinsatz auch eine bessere Bezahlung auszuhandeln. (s.o.)

Etwas missverständlich war offenbar die Frage formuliert: „Welche Brutto-Tagessätze halten Sie für realistisch?“ Gemeint hatten wir damit die Honorare, die Kollegen tatsächlich erzielen, fiktiv umgerechnet auf einen „Tagessatz“. Einige haben die Frage anscheinend so verstanden, dass es um jene Honorare ginge, die dem Arbeitsaufwand realistischerweise entsprechen würden.

Insofern können wir das hier nur stehen lassen. 41 % halten einen Brutto-Tagessatz von 200 bis 500 Euro für „realistisch“. 32,5 %: 100 bis 200 Euro. 19,3 %: 50 bis 100 Euro (!!!) 7,2 %: „keine Ahnung“.

Die Umfrageergebnisse können auch vor dem Hintergrund einer aktuellen Umfrage des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV) unter 2000 Teilnehmern gelesen werden. Sie wurde 2008 veröffentlicht. Demnach bleiben 41 % der freien Zeitungs-Journalisten unter einem Jahreseinkommen von 20.000 Euro vor Steuer. Ein Drittel erreicht 20.000 bis 40.000 Euro, und nur jeder Vierte bringt es auf über 40.000 Euro - bei schlechter sozialer Absicherung und meist längerer Arbeitszeit als bei fest angestellten Redakteuren. Im Durchschnitt würden die freien Journalisten demnach 2147 Euro im Monat vor Abzug der Steuern verdienen – jeder neunte kämpft mit existenziellen finanziellen Problemen. Diese 2147 Euro vor Steuern im Monat Durchschnittsverdienst sind dabei kaum mehr als das Gehalt, das der DJV bei einer vergleichbaren Umfrage vor zehn Jahren ermittelt hat.

### Seiltanz

Machen die Journalisten ihre Arbeit einfach zu gern, um stärker zumindest gegenüber jener Hälfte der Redakteure aufzutreten, die es an Respekt anscheinend fehlen lassen, während sie gleichzeitig die Preise und Bedingungen der Zusammenarbeit diktieren? Auf die Frage, ob sie mit ihrem Leben als Freie „zufrieden“ seien, antworten 27,7 %: „Traumjob“. Für einen geringen Anteil von 2,4 % ist es „der Horror“. 18,1 % entscheiden sich für den Mittelweg: „Ich schlage mich so durch.“ Fast die Hälfte (43,4 %) nutzt die Gelegenheit zu einer differenzierten Antwort – mit einem eindeutigen Tenor: „Honorar ist lausig, sonst macht es Spaß“ - „Schöner Job, bessere Honorare dringend nötig“ - „Traumjob, aber zu schlecht bezahlt“ - „Traumjob, aber Bezahlung unangemessen für Ausbildung und Arbeitsaufwand“ - „Toll, mit Verbesserungsmöglichkeiten: mehr Honorar, weniger totale Buyout-Verträge“

- „Überwiegend positiv, Honorare könnten besser sein“ - „Traumjob, aber hart, mit Familie über die Runden zu kommen“ - „Es macht Spaß, aber die Honorare sind zu gering (kaum Lebensstandard)“ - „Ich mag meine Arbeit; die Crux ist finanzielle /soziale Absicherung“ - Ja, ein Traumjob, wenn die Bezahlung und der Umgang besser wären“ - „Traumjob mit leider zu schlechter Bezahlung“ - „Traumjob mit Armutsgarantie“.

Anderer Kollegen sind zumindest „im Großen und Ganzen“ zufrieden. Was die eigene Position in der Geschäftsbeziehung schwächt, scheinen nicht selten auch die nicht monetären Zugewinne zu sein, die Kollegen subjektiv genießen: „Trotz viel Aufwand und mäßigem Verdienst ist es ein interessanter Job für ‚lebenslanges Lernen‘“. Es sei der „Horror“, heißt es einmal: „Die Arbeitsbedingungen spotten jeder modernen Arbeitsplatzgestaltung. Aber es macht Spaß, thematisch für verschiedene Redaktionen und Medien zu arbeiten ...“ Eine Kollegin erklärt, sie arbeite gerne als „Freie“, sei aber „froh, in unserer Familie noch jemanden mit festem Einkommen zu haben“. Denn: „Flauten kommen ohne Vorankündigung – manchmal denke ich, das freie Arbeiten ist wie ein Seiltanz. Wenn's klappt, gibt das einen guten Kick, aber manchmal stürzt man eben auch ab.“

„Toller Job, manchmal etwas einsam“, heißt es an einer Stelle. Aber mit den Redakteuren tauschen? Das wollen dieser Umfrage zufolge die wenigsten Autoren. Nur 8,4 % kreuzen an: „Ich hätte lieber eine Festanstellung.“

### Ausblick

Es scheinen oft nur Kleinigkeiten zu sein, die die Zusammenarbeit von freien Journalisten und Redakteuren erleichtern würden – was, wie wir glauben, auch die Qualität von Texten und Wissenschaftsseiten verbessern würde, wären doch alle weitaus zufriedener mit ihrem Job. Ein Befragter fasst es so zusammen: Er wünscht sich, dass der Redakteur den „Kontakt zu Freien hält, ihre Stärken kennt und ganz schlicht - dass er mit Autoren arbeitet.“



Beide Seiten sind aufeinander angewiesen, nicht nur der freie Journalist auf den Redakteur, sondern auch der Redakteur auf den freien Journalisten; eigentlich eine Binsenweisheit, die in manchen Redaktionen aber anscheinend - und wir meinen zunehmend: in Vergessenheit gerät. Das Gegenstück zur Kundenpflege wäre die Autorenpflege. Daran scheint es derzeit in vielen Fällen noch zu hängen.

Die „positiven“ Erfahrungen zeigen: die Zusammenarbeit kann sehr wohl funktionieren – trotz des Stresses auf beiden Seiten. Zufriedene Kunden beschäftigen ihren Klempner beim nächsten Wasserrohrbruch wieder. Und sie zahlen ihm ein faires Honorar, weil schlecht bezahlte Handwerker erfahrungsgemäß auch schlechtere Arbeit leisten. Wie kalkulieren die freien Journalisten den Aufwand und Ertrag ihrer Arbeit? Immerhin 38,6 % bemessen den Aufwand, den sie für eine Geschichte treiben, ausdrücklich „an dem zu erwartenden Honorar“. 30,1 % haben sich „vorgenommen, einen bestimmten Tagessatz zu erzielen“. Etwa ein Drittel (31,3 %) arbeitet „einfach drauflos, ohne ans Einkommen zu denken“.

Viele Redakteure müssen „vom hohen Ross runter“, oder es muss Schluss sein mit der „Zweiklassen-Gesellschaft“, wie es ein Befragter schreibt. Freie Journalisten wollen „auf Augenhöhe“ wahrgenommen werden. Sie

wollen freundlich behandelt werden, genauer wissen, wann sie den Redakteur mal erreichen können – eigentlich nicht zu viel verlangt. Und manche Autoren werden in Redaktionen, mit denen sie „negative“ Erfahrungen gemacht haben, irgendwann einfach nicht mehr vorstellig werden, vermutlich sind es die „besseren“, die dann beginnen, ihre Kundenlisten zu filtern. Freie wünschen sich Rückmeldungen auf die Einsendung ihres bestellten Beitrags, ein Belegexemplar und Feedback zu ihrem Text. Redakteure, die Erreichbarkeit von ihren Autoren verlangen, müssen selber auch für Autoren erreichbar sein. Es scheint also eigentlich ganz simpel, was freie Wissenschaftsjournalisten von einem guten Redakteur erwarten. Wer weiß, wie viele Autoren makellose Texte liefern würden, wenn noch mehr Redakteure sich auf etwas besännen, was man früher „Autorenpflege“ nannte.

**Wir danken allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern an dieser Umfrage. Wir möchten uns herzlich bei den Veranstaltern der „Wissenswerte“ bedanken, die diese „Hau den Redakteur“-Umfrage mit ihrer Unterstützung und Toleranz erst möglich machten. Unser Dank geht auch an das Team der Initiative Wissenschaftsjournalismus, die uns mit Rat und Tat zur Seite gestanden haben. Dank geht auch an die Wissenschafts-Presse-**

**konferenz und hier insbesondere Christian Eßer von der Geschäftsstelle der WPK, der die Online-Umfrage souverän abgewickelt hat. Die Quarterly-Redaktion freut sich über Kommentare und Diskussionen. Das gilt ganz besonders für diesen Artikel. Nutzen Sie den Blog auf [www.wpk.org](http://www.wpk.org).**

**Nicola Kubrt**

*ist freie Wissenschaftsjournalistin und lebt in Düsseldorf*



**Irene Meichsner**

*ist freie Wissenschaftsjournalistin und lebt in Köln.*

**Volker Stollorz**

*ist freier Wissenschaftsjournalist und lebt in Köln.*



## Für 'n Appel und 'n Ei

Zwischenergebnisse aus der laufenden Honorarumfrage der WPK

Von Christian Eßer

**Ein Bio-Apfel kostet zwischen 40 und 60 Cent. Ein Freilandeier ist für ca. 50 Cent zu haben. Ein freier Print-Journalist arbeitet somit für 'n Appel und 'n Ei – pro gedruckter Zeile. Er verdient im Durchschnitt ein Zeilenhonorar von einem Euro.**

Das ist eines der Zwischenergebnisse, die die Honorarumfrage unter freien und fest angestellten Wissenschaftsjournalisten erbracht hat. Seit Anfang März haben mehr als 70 Journalisten an der Befragung teilgenommen. Weitere Honorarmeldungen sollen die bisherige Liste (eine Auswahl siehe Kasten) noch aussagekräftiger machen. Junge Autoren erhalten so einen Anhaltspunkt, was sie bei verschiedenen Auftraggebern verlangen und erwarten können. Erfahrene Autoren können ihre Verhandlungsbasis stärken und sich überlegen, ob sie sich vielleicht umorientieren wollen. Und auch für Redakteure dürfte die Aufstellung interessant sein. Zahlt die eigene Redaktion unter oder über

Niveau? Besteht die Gefahr, dass gute Autoren in andere Verlage oder Sender abwandern, weil dort ein höheres Honorar winkt?

Natürlich darf man angesichts einer solchen Honorarliste nicht den Fehler machen und – um im Bild zu bleiben – Äpfel mit Birnen vergleichen: Fernsehjournalisten werden in der Regel besser bezahlt als Hörfunkjournalisten, die wieder etwas mehr bekommen als Printkollegen. Die Öffentlich-Rechtlichen zahlen meist besser als die Privaten und ein wissenschaftsjournalistischer Bericht in einer Regionalzeitung wird dem Autor kaum das gleiche Zeilenhonorar bringen wie eine Reportage im Wissensteil der Süddeutschen.

## Print

Zeitung/Verlag	Auftrag	Honorar	pro Zeile	Aufwand
Bild der Wissenschaft	Bericht	1000 - 1200 €		32 - 50 h
Brigitte / Medizin	Feature	1000 €	7000 Zeichen	20 h
Computerzeitung	Bericht		1,50 €	
dpa	Bericht/Meldung		0,70 - 1,00 €	
FAS	Essay	400 - 2000 €	1,50 €	40 - 100 h
Frankfurter Rundschau	Bericht		0,70 €	
Die Furche (österr. Zeitung)		21 €	pro 1000 Zeichen	
Geo / Geoskop	Meldung	300 €		4 - 10 h
Heinrich Bauer Verlag	Bericht	250 €	pro Druckseite	20 h
NZZ am Sonntag	Feature/Bericht	700 €	1,40 €	30 h
Rheinischer Merkur	Hintergrundbericht	228 €	1,00 € (37 Zeichen)	5 h (Zweitverw.)
Sächsische Zeitung	Bericht		0,52 € + Mwst.	
SonntagsZeitung Zürich	Bericht	330 €	pro 3500 Zeichen	
Der Standard	Bericht	80 - 350 €	0,80 - 1,17 € (28 Zeichen)	8 - 20 h
Stern	Feature/Report	3000 €		130 h
Stuttgarter Zeitung	Bericht		1,06 € (40 Zeichen)	
Süddeutsche Zeitung	Bericht	223 - 400 €	1,28 - 2,05 €* (38 Zeichen)	10 - 20 h
Trio Medien GmbH		120 - 160 €	pro 3000 Zeichen	
Universum Magazin	Bericht/Reportage	400 - 650 €		
Unizeitung Mainz	Bericht	400 €	0,85 €	20 h
Verlagsgruppe Handelsblatt	Bericht	2 €	pro 40 Zeichen	
Welt / WamS	Bericht	210 €	1,00 € (30 Zeichen)	15 h
Die Zeit	Feature	80 - 150 €	0,80 - 1,30 €	5 - 12 h

\* Höchstsatz nur für verdiente Autoren

## Hörfunk

Redaktion	Auftrag	Honorar	Aufwand
BR / Wissenschaft u. Bildung	Kollegengespräch	200 €	2 h
BR / Wissenschaft u. Bildung	Beitrag mit O-Ton (4 Min.)	300 €	8 h
BR / Wissenschaft u. Bildung	Feature (23 Min.) + Produktion	1000 € + 130 €	70 - 100 h
BR / Wissenschaft u. Bildung	Moderation Magazin	230 €	4 h
BR / Wissenschaft u. Bildung	Schlussredaktion/CvD	200 €	pro Tag
DLF / Forschung Aktuell	Beitrag mit O-Ton (4 Min.)	266 € + 54 €**	12 h
HR / Wissenswert	Beitrag mit O-Ton (14 Min.)	555 €	40 h
SWR / Wissen	Feature (30 Min.)	1300 €	100 h
1LIVE	Kollegengespräch	189 €	3 h
WDR 5 / Leonardo	Beitrag mit O-Ton (5 Min.)	306 € inkl. Internetvergütung	12 - 15 h
WDR 5 / Leonardo	Beitrag mit O-Ton (15 Min.)	952 €	40 - 80 h

\*\* Honorar plus Internetvergütung und Eigenproduktionsaufschlag

TV			
Redaktion	Auftrag	Honorar	Aufwand
DW-TV	Beitrag (5 Min.)	960€***	
DW-TV	Dokumentation (30 Min.)	6.000 €	
DW-TV	Recherche/Schlussredaktion	30 €	pro Stunde
SWR	Magazinbeitrag (bis 5 Min.)	1.500 €	
SWR	Magazinbeitrag (über 5 Min.)	bis 2.400 €	
SWR	Dokumentation (30 Min.)	10.000 €	
SWR	Dokumentation (45-90 Min.)	13.000 €	
SWR	Recherchearbeiten	170 - 230 €	pro Tag
SWR	Schlussredaktion/CvD	250 €	pro Tag
WDR / Quarks&Co	Magazinbeitrag (4 Min.)	2.000€	80 h
ZDF	Dokumentation (30 Min.)	10.000 €	2 Monate
ZDF	Dokumentation (45-90 Min.)	14.000 €	

\*\*\* bei erhöhtem Aufwand 60-120 € Zuschlag

Online			
Redaktion	Auftrag	Honorar	Aufwand
BR	Seitenbauen, Newsletter	25 €	pro Stunde
BR	Online Begleittext zu Feature	50 €	1 h
DocCheck.de	Artikel 5000 Zeichen	400 €	25 h
Spiegel-Gruppe	Artikel 5000 Zeichen	250 €	70 h
Stern.de / Gesundheit		25 €	pro Stunde

Bei einem Vergleich ist auch zu beachten, dass der Rechercheaufwand für ein ähnlich langes Stück sehr unterschiedlich sein kann. Außerdem erhalten altgediente „feste Freie“ oft einen Gehaltsbonus gegenüber den unerfahreneren „freien Freien“ (s. Süddeutsche Zeitung). Dennoch hat die Umfrage teilweise erhebliche Gehaltsunterschiede offenbart: Für einen 15minütigen Beitrag mit O-Tönen zahlt die Redaktion „Wissenswert“ (Hessischer Rundfunk) beispielsweise annähernd nur die Hälfte dessen, was die öffentlich-rechtlichen Kollegen vom Westdeutschen Rundfunk ihrem Autor für das gleiche Format bieten. In vielen Redaktionen sind Sondervergütung bei aufwändigerer Recherche und die Übernahme sämtlicher Reisekosten selbstverständlich. Anderswo muss „der Redakteur Purzelbäume schlagen“ (Kommentar

eines freien Printjournalisten), um Reisekosten für den freien Autoren genehmigt zu bekommen.

Eines ist jedoch offensichtlich: Für gehaltvolle journalistische Arbeit gibt es zu wenig Gehalt. Die in der Umfrage abgegebenen Kommentare sprechen eine deutliche Sprache. Für einen freien Hörfunker ist der Deutschlandfunk zwar „der Einäugige unter den Blinden, aber immer noch Faktor 2 unter dem, was man für ein für Akademiker angemessenes Einkommen bräuchte“. Ein Onlinejournalist klagt: "Habe monatlich 1400 Euro nach Steuern ohne Einkommen bei Urlaub oder Krankheit. Da die Aufträge nicht regelmäßig sind, hängt man in der Luft". Und ein Printkollege kann sich „das Schreiben für deutsche Printmedien nurmehr als gelegentlichen Luxus leisten“, er wolle seine eigenen Qualitätsstan-

dards nicht mindern, darum fühle er sich gezwungen, weniger zu schreiben und woanders das Geld zu verdienen. Die meisten Redakteure kennen das Problem, einige pflichten bei, dass die Honorare schon lange auf zu niedrigem Niveau liegen.

Doch befinden sich die gezahlten Honorare in einem Abwärtstrend, wird weniger gezahlt als früher? Bei der Welt ist nach Angaben eines freien Wissenschaftsjournalisten das Zeilenhonorar im vergangenen März um ein Drittel gekürzt worden. Zieht man Honorardatenbanken – z.B. die der Freiseiten.de oder die von ver.dis mediafon – zum Vergleich heran, hat sich in den vergangenen Jahren weder nach unten noch nach oben viel getan. Die Honorare, die von öffentlich-rechtlichen Anstalten gezahlt werden, sind seit den D-Mark-Zeiten fast konstant.

Freie Autoren sind schon seit Jahren unterbezahlt. Die rund 2.150 Euro brutto<sup>1</sup>, die ein freier Journalist laut DJV monatlich verdient, treibt fast die Hälfte der Freien in eine (nichtjournalistische) Nebentätigkeit<sup>2</sup>. Matthias Hirschler, der Freien-Beauftragte des DJV, rechnet auf Basis einer 1998 und 2008 durchgeführten Umfrage vor, dass das Einkommen freier Journalisten rund 15 Prozent unter dem Durchschnitt aller Beschäftigten in Deutschland und fast 30 Prozent unter dem Niveau der angestellten Redakteure liege. Unter Berücksichtigung der Inflationsrate sei das Realeinkommen nicht gesunken, sondern praktisch gleich geblieben. Allerdings deutet alles darauf hin, dass sich das zahlenmäßige Verhältnis zwischen „Festen“ und „Freien“ weiter verschiebt: Während Siegfried Weischenberg in seiner Studie „Journalismus in Deutschland

2005“ von einer gesunkenen Zahl freier Journalisten spricht, geht Matthias Hirschler und die Bundesagentur für Arbeit von einer Zunahme aus. Die Zahl der bei der KSK gemeldeten Versicherten im Bereich Wort hat sich von 1997 bis 2007 auf fast 40.000 verdoppelt. Wenn nun die Freien einen größeren Teil der medialen Berichterstattung leisten als früher, das Honorar aber auf niedrigem Niveau stagniert, wird der Ruf nach einer angemessenen Bezahlung für qualitativ hochwertige Arbeit entsprechend lauter. Und weil auch die interne Konkurrenz unter Freien gestiegen ist, müssen sich Verlage und Sender nicht gezwungen fühlen, die Honorare anzuheben, „Irgendjemand wird den Beitrag für das Geld schon machen...“ Leidtragende einer solchen Entwicklung sind auf Dauer nicht nur die freien Journalisten, sondern auch die Medienrezipi-

enten, denn Qualitätsjournalismus hat seinen Preis.

<sup>1</sup> Konjunkturumfrage Freie Journalisten Frühjahr 2009

<sup>2</sup> M. Meyen, N. Springer, S. Pfaff-Rüdiger: „Freie Journalisten in Deutschland. Berufsstruktur, Selbstverständnis, Arbeitszufriedenheit und Auftragsentwicklung 2008.“ Eine Online-Befragung (Vollerhebung) im Auftrag des Deutschen Fachjournalistenverbandes.

**Christian Eßer**



ist Wissenschaftsjournalist und arbeitet in der WPK-Geschäftsstelle in Bonn.

## Boom, Konstanz, Niedergang?

Der Markt für  
freie Wissenschaftsjournalisten  
bei etablierten Massenmedien

Von Markus Lehmkuhl

**Um begründete Einschätzungen treffen zu können, wie es um einen Markt bestellt ist, braucht es prinzipiell nicht viel: Um eine Empfehlung zu geben, welche Berufe aussichtsreich sind, wird in der Regel eine simple Gleichung aufgestellt. In die fließen ein: Die Zahl der Beschäftigten in einem bestimmten Beruf, die über 55 oder über 60 Jahre alt sind, und die Zahl derer, die genau diesen Beruf anstreben. Daraus ergibt sich zum Beispiel bei den Ingenieuren für Deutschland ein Verhältnis von 0,9. Das heißt: Die Zahl der Studierenden in den Ingenieurwissenschaften reicht**

nicht, um die aus Altersgründen ausscheidenden Ingenieure zu ersetzen. Ergo: Wer ein Ingenieurstudium macht, kann begründet darauf hoffen, später einen ordentlichen Job zu bekommen, vorausgesetzt, die Konjunktur spielt mit. Denn die Zahl der beschäftigten Ingenieure hängt in starkem Maße mit der Konjunktur zusammen.

Klar ist. Derlei Strukturaussagen sagen nichts darüber aus, welche Chancen ein einzelner angehender Ingenieur späterhin haben wird, weil noch viele andere Faktoren eine Rolle spielen, zum Beispiel die individuelle Eignung, das jeweilige Spezialisierungsgebiet (Elektrotechnik, Gießerei, Maschinenbau etc.). Gleichwohl sind sie geeignet, ein Berufsfeld mindestens ganz grob zu qualifizieren.

Das Problem ist. Eine solche Analyse ist beim Wissenschaftsjournalismus nicht möglich. Es ist nicht bekannt, wie viele junge Journalisten in dieses Berufsfeld streben. Es lässt sich allenfalls näherungsweise beziffern, wie viele Wissenschaftsjournalisten es gibt. Und – vielleicht das wichtigste Manko: Es ist nicht bekannt, wovon ihre Zahl eigentlich abhängt.

*Für die Abschätzung des Marktvolumens eignet sich die Zahl der etablierten Wissenschaftsressorts, Sparten und spezialisierten Programmeinheiten*

Es ist nicht aussichtsreich von ganz allgemeinen Trends wie zum Beispiel dem, dass der Wissenschaft größere gesellschaftliche Bedeutung zukommt, was sich auch in den Massenmedien niederschlägt, auf eine Zunahme der Beschäftigungschancen für spezialisierte Freie zu schließen. Darauf könnte man nur schließen, wenn die größere gesellschaftliche Bedeutung der Wissenschaft sich darin äußerte, dass es mehr auf Wissenschaft spezialisierte Sparten, Ressorts oder Programmeinheiten gäbe, die eine ganz bestimmte Expertise von Freien nachfragen und auch schätzen.

Zu dieser Expertise zählt zum Beispiel die Fähigkeit, nicht nur interessante, sondern auch wissenschaftlich relevante Ergebnisse erkennen zu können. Zu dieser Expertise gehört

auch, gute Kenntnisse des Wissenschaftsbetriebes zu haben. Denn nur so lassen sich gute Experten ausfindig machen, also solche, die nicht nur gut und prägnant formulieren können, sondern eben auch wissenschaftliche Reputation besitzen. Solcherart Expertise wird von Wissenschaftsredaktionen geschätzt und nachgefragt, von anderen redaktionellen Einheiten in der Regel nicht in gleichem Ausmaß. „Hauptsache, er kann gut reden“ (siehe den Beitrag von Gábor Páal in diesem Heft).

Deshalb ist es für Marktanalysen in einem bestimmten Segment wie der Wissenschaft in den Publikumsmedien (also nicht Fachmedien oder PR) sehr wichtig abzuschätzen, wie sich entsprechend spezialisierte Redaktionseinheiten entwickeln, gleichgültig, ob es nun ein Ressort ist, eine Sparte oder nur ein Redakteur mit noch anderen Aufgaben. Die Zahl dieser Einheiten und die Art und Weise, wie sie arbeiten, repräsentiert den eigentlichen Markt für auf Wissenschaft spezialisierte freie Autoren. Und die Entwicklung dieser Einheiten, so weit bekannt, spricht für eine eher moderate Verbesserung der Beschäftigungschancen in den zurückliegenden 25 Jahren, keinesfalls für einen Boom, der Tausende Freie zusätzlich ernähren könnte.

*Der Hörfunk hat sein  
Wissenschaftsprogramm  
während der zurück-  
liegenden 25 Jahren  
kaum ausgeweitet.*

Zur Begründung möchte ich besonders auf drei einschlägige Untersuchungen zurückgreifen, die zwischen 1974 und 2008 gemacht worden sind. Diese Studien sind darauf ausgerichtet, den Organisationsgrad der Wissenschaftsberichterstattung bei Rundfunk und Print für Gesamtdeutschland abzuschätzen, und zwar unter anderem gemessen an der Zahl von auf Wissenschaft spezialisierten Angeboten, also Sendungen oder speziellen Sektionen

in Printprodukten. Diese Zahlen sind ein einigermaßen verlässlicher Indikator für die grobe Abschätzung des Marktes für auf Wissenschaft spezialisierte Freie, weil sich deren Angebote vorrangig auf spezialisierte Redaktionseinheiten richten müssen. Nur in diesen Redaktionen treffen freie Wissenschaftsjournalisten Erwartungsstrukturen an, die sich mit ihrer Expertise und ihrem Selbstverständnis einigermaßen decken. Mit anderen Worten: Es wird hier davon ausgegangen, dass namentlich Politik- oder Wirtschaftsredaktionen nicht der Markt von freien Wissenschaftsjournalisten sein können, ungeachtet des gut belegten Umstandes, dass in diesen Redaktionen sehr wohl häufig Wissenschaft thematisiert wird. Diese Thematisierungen sind jedoch in der Regel nicht Ergebnis der systematischen Beobachtung von dem, was in der Wissenschaft vor sich geht. Auch die Standards, wie über Wissenschaft in Politik oder Wirtschaft berichtet wird, entsprechen nicht denen, die in spezialisierten Wissenschaftsredaktionen angelegt werden.

Neben der Zahl spezialisierter Einheiten ist für Marktanalysen darüber hinaus relevant, wie viel Inhalt diese Einheiten in Rundfunk, Fernsehen und Print verantworten, zusätzlich hilfreich ist die Zahl der fest Angestellten.

Beginnen wir beim öffentlich-rechtlichen Hörfunk. Walter Hömberg ermittelte 1984 50 Sendungen, die angesichts ihrer Ausrichtung eine Spezialisierung auf Wissenschaft zeigten. Basis dieser Ermittlung war die Befragung von Programmleitern. Eine internationale Gruppe von Sozialwissenschaftlern ermittelte 2008 für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk 55 Sendungen, auf die das zutrifft. Basis war eine systematische Analyse sämtlicher Programmangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unter anderem in Deutschland. Das heißt: Gemessen an der Zahl der Sendungen mit wissenschaftsjournalistischer Spezialisierung ist der Hörfunkmarkt von großer Konstanz gekennzeichnet. Die Zahl der Sendungen hat sich in 25 Jahren kaum erhöht.

Damals wie heute dominiert im Hörfunk die wöchentliche Erscheinungsfrequenz, d.h. es ist nicht da-

von auszugehen, dass die einzelnen Hörfunkredaktionen heute deutlich mehr Inhalt produzieren. Walter Hömberg ermittelte 1984 die Zahl von 166 freien Wissenschaftsjournalisten, die regelmäßig diese Sendungen mit Inhalten belieferten. 32 Redakteure verantworteten die Sendungen. Ob diese Zahlen heute höher sind, ist Spekulation. Angesichts der gleichgebliebenen Zahl an Sendeplätzen ist es aber unwahrscheinlich, dass der Markt substantiell gewachsen ist.

Zwar haben sich im Hörfunk in den zurückliegenden 25 Jahren die Kanäle vervielfacht. Diese neuen Kanäle haben aber in aller Regel - anders als beim Fernsehen - nicht neue spezialisierte Programmangebote geschaffen, denen Freie mit Aussicht auf Erfolg Angebote unterbreiten könnten.

Beim Fernsehen ist die Datenlage weniger verlässlich: Hömberg zählte im Fernsehen 1984 insgesamt 34 Wissenschaftssendungen, die internationale Forschungsgruppe zählte 2008 auf denselben Kanälen 32 Wissenschaftssendungen (ARD, ZDF, Dritte (alte Länder)). Die Sendefrequenz war 1984 deutlich niedriger als heute, wo wöchentliche oder zwei-wöchentliche Erscheinungsweisen dominieren. Verlässliche Angaben über die Redakteure und Freien in diesem Segment fehlen. Man kann trotz der dürren Informationen gleichwohl davon ausgehen, dass sich das Marktvolumen beim Fernsehen beträchtlich vergrößert hat. Es wird durch eine Erhöhung der Sendefrequenz von Wissenschaftssendungen bei ARD, ZDF und Dritten getragen, ganz besonders aber durch die neu hinzugekommenen Kanäle, im öffentlich-rechtlichen insbesondere durch BR alpha, 3sat und Arte. Auch die Privaten haben spezialisierte Formate entwickelt, die den Markt für Freie vergrößern. 2007/2008 zählte das internationale Forschungsteam 103 Wissenschaftssendungen, die in einer durchschnittlichen Woche in Deutschland versendet wurden. Gemessen an den Zahlen von 1984 hat sich das Marktvolumen also vervielfacht.

Bei den Tageszeitungen darf man ebenfalls von einer Vergrößerung des Marktes ausgehen, allerdings auf ziemlich niedrigem Niveau. 1984 hatten 63,6 Prozent der Tageszeitungen

spezielle Sparten oder Ressorts für die Wissenschaft eingerichtet, wobei die Namen für diese Sparten sehr heterogen waren. Es dominierten die wöchentliche Erscheinungsweise bzw. unregelmäßige Erscheinungsweise von einer Zeitungsseite. 1998 ermittelte Klaus Meier einen Anteil von 69,7 Prozent. Beträchtlich sind die Unterschiede beim Institutionalierungsgrad dieser Sparte. Während 1984 lediglich 3 Prozent von 110 untersuchten deutschen Tageszeitungen mindestens einen Redakteur hatten, der allein zuständig war für Wissenschaft und Forschung, waren es 1998 21 Prozent. Dass deutlich mehr Wissenschaftsseiten produziert werden, davon lässt sich nicht ausgehen. Wohl aber davon, dass die Wissenschaft in den Redaktionen aufgewertet wurde durch die Bestimmung von speziellen Zuständigkeiten.

In einzelnen Segmenten des Tageszeitungsmarktes sind gleichwohl deutlichere Veränderungen zu vermuten, insbesondere bei den Leitmedien, also den überregionalen Zeitungen, die ihre Wissenschaftsredaktionen in den zurückliegenden Jahren entsprechenden Angaben zufolge personell zum Teil deutlich ausgebaut haben.

Es ist weiter davon auszugehen, dass eine Vergrößerung des Marktes auch bei Tageszeitungen zusätzlich von neuen Produkten getragen wird. Hier ist der Ausbau von online-Aktivitäten der Verleger ein möglicher Ursprung für eine Vergrößerung des Marktes, der sich aber leider bisher nicht quantifizieren lässt.

*Die Vergrößerung von Marktchancen für freie Wissenschaftsjournalisten geht vor allem von Neugründungen aus, nicht von der Ausweitung der Wissenschaftsberichterstattung bei etablierten Medien.*

Wenn man davon ausgeht, dass sich die Zahl der freien Journalisten, die spezialisiert sind auf Wissenschaft, im genannten Zeitraum deutlich vergrößert hat, fragt man sich, wovon dieser Aufschwung getragen sein könnte. Nimmt man die doch eher moderate Vergrößerung des recht kleinen Marktes in den zurückliegenden 25 Jahren als Indiz, dann ist eher unwahrscheinlich, dass substantielle Verbesserungen der Marktchancen für Freie von schon bestehenden Publikumsmedien ausgegangen sind. Es ist eher damit zu rechnen, dass quantitativ bedeutsame Vergrößerungen von Beschäftigungschancen von Neugründungen ausgegangen sind, im Printbereich zum Beispiel von hoch spezialisierten Fachmagazinen, denen gar nicht mehr zugebilligt werden kann, eine quantitativ nennenswerte Öffentlichkeit herzustellen, was wiederum durchschlägt auf die Verdienstchancen.

Die Wissenschafts-PR mag in Frage kommen, wobei man deren Aufschwung nur vermuten kann. Denn darüber liegen außer dürren Befragungsergebnissen von nicht-repräsentativen Samplen praktisch keine Daten vor. Wie auch immer, eines scheint klar: Wenn zutreffend ist, dass sich die Zahl der freien Wissenschaftsjournalisten stark vergrößert hat in den zurückliegenden 20 Jahren, dann dürfte es nur einigen wenigen möglich sein, ihre Einkünfte ausschließlich aus den Publikumsmedien zu bestreiten. Bernd Blöbaum nennt eine Zahl von rund 1000 freien Wissenschaftsjournalisten landesweit, die hauptberuflich für Publikumsmedien arbeiten.

Dieser Markt hat sich zwar moderat vergrößert, abgesehen vom Fernsehen allerdings nicht substantiell. Die Regel dürfte sein, dass Freie auf Einkünfte auch aus anderen Quellen angewiesen sind, namentlich aus Einkünften aus der PR, Dozententätigkeiten oder gänzlich journalismusfremden Bereichen.

Was die Zukunft bringt, ist selbstverständlich schwer zu prognostizieren. Optimistisch stimmt, dass das Publikumsinteresse an Wissenschaft im Allgemeinen hoch zu sein scheint. Es ist sicher kein Zufall, dass besonders das Fernsehen seine Wissenschaftsberichterstattung stark ausgebaut

hat. Das Fernsehen verfügt über die direkteste Rückbindung an den Publikumserfolg, es ist so organisiert, dass es relativ schnell auf Publikumsbedürfnisse mit neuen Formaten reagieren kann. Auch im Print-Bereich hat die Wissenschaft dank günstiger Reader-Scan-Quoten durchaus Auftrieb erhalten. Allerdings scheinen Printprodukte, besonders Tageszeitungen, wesentlich träger zu sein, veränderten Bedürfnissen des Publikums auch organisatorisch Rechnung zu tragen. Die nach wie vor sehr geringe Institutionalisierung von Wissenschaft in den Tageszeitungsverlagen lässt vermuten, dass hier prinzipiell noch Potentiale sind. Ein Ausbau müsste aber zu Lasten anderer Ressorts gehen, namentlich der Kultur, auch des Sports.

Beim Hörfunk sind dann substantielle Veränderungen zu erwarten, wenn er sich stärker an sein Publikum bindet. Sollte eine genauere Resonanzmessung möglich werden, die der des Fernsehens vergleichbar ist, dann dürfte sich der sehr konstante Markt deutlich verändern. Dann ist einerseits damit zu rechnen, dass Wissenschaft als massenattraktiver Inhalt auch vom Radio erschlossen wird, was bislang allenfalls ansatzweise in Sendungen wie „Die Profis“ geschieht. Es ist andererseits aber auch damit zu rechnen, dass alte, traditionsreiche Wissenschaftsprogramme unter Druck geraten.

Datenbasis:

Hömberg: Befragungen 1974 und 1984/1985 spezialisiert auf Wissenschaftsjournalisten, aber auch alle Mediengattungen zum Spezialisierungsgrad, elaboriertes Stichprobendesign, sehr hoher Rücklauf

Meier: Befragung 1998, alle Chefredakteure, Spezialisierungsgrad, Ressortgliederung deutscher Tageszeitungen, vergleichbar mit Hömberg, Rücklaufquote 57 Prozent.

Lehmkuhl et al. 2007/2008, alle Wissenschaftsprogramme unter anderem in Deutschland auf Kanälen, die zusammen einen Marktanteil von 85 Prozent erreichen. Basis: Auswertung Fernsehprogramme in 13 Ländern Europas.

# Große Geschichten für kleine Blätter

Regionalzeitungen sind ein Markt für freie Wissenschaftsjournalisten. Wer dort Erfolg haben will, muss sich auf seine speziellen Bedürfnisse einlassen.

Von Markus Lehmkuhl

**Davon träumen vermutlich viele: Eine Geschichte für die Großen machen, für die Süddeutsche, die FAZ oder die Zeit, für den Deutschlandfunk, den WDR oder den BR, um sie anschließend nur leicht geändert in 20 oder mehr Regionalzeitungen weiter zu verwerthen. Motto: Was der FAZ recht war, wird den Regionalzeitungen gerade deshalb billig sein. Irrtum! So läuft das in aller Regel nicht. Zu verschiedenen sind die Ansprüche, die regionale Zeitungen an Wissenschaftsgeschichten stellen. Und diese Ansprüche sind nach Einschätzung von Nicola Kuhrt, freie Journalistin in Düsseldorf, nicht niedriger als die von über regionalen Blättern, sondern anders.**

Nicola Kuhrt arbeitet seit 2003 frei unter anderem für etwa 15 verschiedene Regionalzeitungen. Zu diesen Redaktionen hält sie regelmäßig Kontakt, auch um nicht zu verpassen, wenn die Zuständigkeiten wechseln. Persönliche Kontakte zu den Redakteuren seien auch im Segment der Regionalzeitungen unabdingbar, sagt die Journalistin, die früher bei der Westdeutschen Zeitung als Pauschalistin für die Wissenschaft zuständig war. Ihren Kunden bietet sie regelmäßig komplett aufbereitete Texte an, inklusive Fotos und Erklärungen, was oder wer darauf zu sehen ist. „Die Stücke müssen so ausgearbeitet sein, dass man sie ohne Probleme ins Blatt heben kann“.

Wer bei Regionalzeitungen anbietet, muss damit rechnen, dass sein Text erst nach vielen Wochen gedruckt wird. Nicola Kuhrt hat erlebt,

dass Redakteure gute Stücke manchmal wochenlang aufheben, bevor sich eine Gelegenheit ergibt, sie im Blatt unterzubringen. Damit sie dort auch ankommen, müssen die Texte überzeugen: Sie müssen den besonderen Anforderungen des Regionalzeitungsmarktes genügen. Auf diese Bedürfnisse hin zu schreiben, darin besteht wohl die eigentliche Kunst. Eine Kunst, die nicht weniger anspruchsvoll sein dürfte, als ein Thema bei den großen der Branche unterzubringen.

Ein Thema, das gut laufen soll, d.h. von mindestens zwei oder drei Regionalzeitungen gedruckt wird, darf nicht zu speziell sein, sagt Lucian Haas, der mehrere Jahre lang ein ähnliches Konzept verfolgte wie Nicola Kuhrt. Seit Mitte 2008 leitet er das Ressort Wissenschaft des Rheinischen Merkur. In besten Zeiten hat er eine seiner Geschichten in mehr als fünf Regionalzeitungen gefunden. Man müsse einen besonderen Zugang zu den Themen finden, sie müssten sich in Stil und Inhalt deutlich unterscheiden von dem, was Nachrichtenagenturen anböten. „Nature oder Science-Themen sind in der Regel nichts für Regionalzeitungen.“

Einen guten Erfolg erzielte Nicola Kuhrt zum Beispiel mit einem Stück, für das sie Geologen während der Vorbereitungen der großen Papstmesse auf dem Marienfeld bei Köln begleitete. Ein ungewöhnlicher, überraschender Zugang, der gut ankam in den Regionalzeitungen. Ebenfalls gut lief eine Reportage über das Treffen von Nobelpreisträgern in Lindau am Bodensee, das sie aufzog wie eine Backstage-Reportage. „So etwas macht ja sonst keiner!“

Obwohl beide Autoren durchaus erfolgreich mit Regionalzeitungen zusammenarbeiten, halten sie die wirtschaftlichen Perspektiven nicht für geeignet, um Goldgräberstimmung zu verbreiten. Einem relativ großen Aufwand steht ein eher bescheidenes Honorar gegenüber, selbst, wenn man es schafft, seine Stücke übers Land zu streuen. Die Spanne reicht von 40 Cent bis 1,20 € pro Zeile.

Zwar gibt es über 250 unterschiedliche Regional- und Lokalzeitungen in Deutschland, allerdings ist deren finanzielle Ausstattung für die Honorierung von Freien sehr schlecht. Das dürfte auf absehbare Zeit nicht besser werden, im Gegenteil. Esther Steinmeier, die beim Westfalen-Blatt in Bielefeld verantwortlich für die Wissenschaft ist, beschreibt, wie begrenzt ihre Möglichkeiten sind: Wissenschaft erscheint sporadisch am Wochenende, einen festen Platz dafür gibt es nicht im Blatt. Ebenso wenig einen festen Etat für die Freien. „Ich kann mir mal einen Beitrag leisten, eine wirklich verlässliche Planungsgrundlage ist das nicht.“ Statt Beiträge einzukaufen, sind die Redakteure des Westfalen-Blattes gehalten, solche Geschichten selbst zu schreiben. Wer Freie beschäftigen will, braucht deshalb gute Argumente.

Das passt zu den Erfahrungen von Nicola Kuhrt und Lucian Haas. Man dürfe den Redaktionen nicht zu viele Angebote machen, darauf reagierten sie eher genervt als erfreut. Auf das Geschäftsfeld Regionalzeitung sollte man besser nicht sein ganzes Konzept aufbauen, es ist einer von mehreren Bausteinen, um als Freier zu bestehen. Trotzdem, sagt Lucian Haas: „Es lohnt sich, sie ins Kalkül aufzunehmen.“

## Bestehen auf dem Regionalzeitungsmarkt - Fünf Tipps für das erfolgreiche Angebot

### Überblick verschaffen

Regionalzeitungen unterscheiden sich. Am Anfang sollte deshalb ein systematischer Überblick stehen, welche Regionalzeitungen wie über Wissenschaft berichten. Es lassen sich grob drei Typen unterscheiden:

1. Regionalzeitungen mit eigenem Wissenschaftsressort, das täglich oder wöchentlich über Wissenschaft berichtet. Dazu zählen zum Beispiel die drei Berliner Regionalzeitungen, die Stuttgarter Zeitung, das Hamburger Abendblatt, die Salzburger Nachrichten. Solche Redaktionen sind den überregionalen ähnlicher, weshalb hier Komplettangebote weniger aussichtsreich sind.
2. Regionalzeitungen mit wöchentlich erscheinenden Wissenschafts- oder Wissensseiten, die in das „Magazin am Wochenende“ integriert sind. Auswahl und Aufbereitung folgt hier den Bedürfnissen des Magazins, das heißt Wissenschaft ist hier bunt, spektakulär, dient vorrangig der Unterhaltung. Beispiele sind die Nürnberger Nachrichten, auch Teile der Ippen-Presse.
3. Regionalzeitungen mit nicht regelmäßig erscheinenden Wissenschafts- oder Wissensseiten, inklusive Gesundheit, die meist trotzdem einen verantwortlichen Redakteur für dieses Themengebiet haben. Er platziert Geschichten sowohl im Mantel der Zeitungen als auch auf Sonderseiten wie etwa der Wochenendbeilage.

Leider sind Datenbanken nur eingeschränkt hilfreich für die Recherche des Regionalzeitungsmarktes, erstens weil sie nicht alle Regionalzeitungen enthalten und zweitens, weil sie die Zeitungen nicht als pdf bereitstellen, sondern Artikel für Artikel. Die Datenbank <http://library.pressdisplay.com/pressdisplay/de/viewer.aspx> stellt lediglich eine kleine Auswahl von Regionalzeitungen (20 in Deutschland) tagesaktuell als pdf zur Verfügung. Die Datenbank <http://www.wiso-net.de> beinhaltet dagegen eine weit größere Auswahl von Tageszeitungen, eignet sich aber vorrangig für die Recherche einzelner Artikel. Beide Datenbanken sind zudem kostenpflichtig. Kostenloser Zugang ist in aller Regel an Rechnern von Universitätsbibliotheken möglich.

### Aufbau eines individuellen Verteilers

Hat man Regionalzeitungen identifiziert, die passend erscheinen, muss Kontakt zu den Redaktionen aufgenommen werden und ein Verteiler aufgebaut werden. Blind sollte man seine Stücke nicht übers Land streuen, jedenfalls nicht ausschließlich. Je nach individueller Arbeitsorganisation, kann die Größe dieses Verteilers sehr unterschiedlich sein, mehr als 30 Regionalzeitungen kann man aber wahrscheinlich nicht bedienen.

### Wem wird angeboten?

Regionalzeitungen legen zwar keinen gesteigerten Wert auf Exklusivität. Man sollte aber darauf achten, Blättern, die in einem Verbreitungsgebiet konkurrieren, nicht dasselbe Stück gleichzeitig anzubieten. Hilfreich ist dabei die DJV-Karte „Übersichtskarte über die Verbreitung von Regionalzeitungen in Deutschland“, die es für fünf Euro beim Verlag Rommerskirchen gibt.

### Wie wird angeboten?

Große nationale Redaktionen kaufen keine fertigen Stücke, sie kaufen Themen oder einen bestimmten Dreh, eine bestimmte Mache. Auf jeden Fall legen sie keinen Wert darauf, unaufgefordert fertige Geschichten zu bekommen, inklusive Illustrationen und Bildunterschriften. Das ist bei vielen Regionalzeitungen anders. Sie wollen Angebote, die sie eins zu eins ohne Aufwand ins Blatt übernehmen können. Das sollte man nicht so interpretieren, dass auf der anderen Seite vollständig unambitionierte Faulpelze sitzen. Das Engagement kann sich hier nur nicht darin ausdrücken, dass an Einstiegen, dem Aufbau der Geschichte oder/und der thematischen Schwerpunktsetzung gefeilt wird. Der Regionalredakteur wählt vor allem aus: Das Thema muss auf die Bedürfnisse passen, die der Redakteur unter seiner regionalen Zeitungsleserschaft vermutet. Deshalb ist es zuweilen ratsam, über ein Thema mit einer ausgewählten Redaktion vorher zu sprechen – sozusagen als Testredaktion –, bevor man ein fertiges Stück mehreren anbietet.

### Was wird angeboten?

Gefragt ist das Besondere. Das heißt in diesem Fall: Nichts, was vom Stil und vom Zugang her auch eine Nachrichtenagentur liefern könnte. Nichts, das zu speziell ist. Nichts, das an einen bestimmten Tag gebunden ist. Nichts, das sprachlich eher einem Bericht gleicht als einem Feature oder einer Reportage. Nichts, das wesentlich länger als 150 Zeilen ist.

(ml)



## „Kämpfen für das große Ganze“

Die Freischreiber werben für sich als die einzige spezialisierte Interessenvertretung für freie Journalisten. Ein Interview mit der stellvertretenden Vorsitzenden und Wissenschaftsjournalistin Eva-Maria Schnurr über den neuen Verband, sein Verhältnis zur PR und die besondere Rolle von Wissenschaftsjournalisten.

### **Ich habe als freier Wissenschaftsjournalist allerhand um die Ohren und Geld für Mitgliedsbeiträge habe ich erst recht nicht übrig. Wieso sollte ich trotzdem den Freischreibern beitreten?**

Um hauptberuflichen Freien zu ermöglichen, weiterhin Qualitätsjournalismus machen zu können. Dazu gehören unbedingt auch angemessene Honorare und faire Vertragsbedingungen. Die Bedeutung der Freien für den Journalismus steigt ja ständig, weil immer mehr Redaktionen ihr Festpersonal abbauen und auf freie Autoren zurückgreifen. Gleichzeitig sind die Arbeitsbedingungen aber oft nicht gut: Es ist zum Beispiel absurd, dass online teilweise gerade mal ein Drittel dessen gezahlt wird, was es für einen Print-Text gibt. Obwohl die gleiche Arbeit drin steckt.

### **Aber es gibt ja schon Interessenverbände, die gegen so etwas angehen, wie den Deutschen Journalistenverband DJV!**

Ja, aber unser Vorteil ist, dass wir ein Berufsverband ausschließlich freier Journalisten sind. Deshalb werden wir die Interessen der Freien zielgerichteter gegenüber Verlagen, Politik und Öffentlichkeit vertreten können, als das die bisherigen Gewerkschaften können. Die müssen sehr heterogene Interessens berücksichtigen, weil sie sowohl Festangestellte als auch Freie repräsentieren.

### **Viele zahlen schon in einem Berufsverband Beiträge. Für die Freischreiber würden nochmal 120 Euro im Jahr dazu kommen. Was bekämen sie dafür?**

Im Moment stecken wir noch in der Aufbauphase, der Verband existiert ja noch nicht einmal ein halbes Jahr. Serviceleistungen wie Presseausweis oder Rechtsberatung können wir deshalb noch nicht anbieten. Im ersten Schritt wollen wir Freie vernetzen, sie ermutigen, ihre Interessen stärker als bisher zu vertreten, herausfinden, wo genau die dringlichsten Probleme liegen und mit Verlagen ins Gespräch kommen. Alles weitere folgt danach. Unser großer Vorteil: Bei uns kann sich jeder einbringen und mitentscheiden, wie die Agenda des Verbands aussehen soll, wir haben keinen starren Hierarchien oder Strukturen, sondern alles entwickelt sich gerade – das kann ein Anreiz für all diejenigen sein, denen die bisherigen Gewerkschaften zu verkrustet sind. Die Mitgliedsbeiträge fließen derzeit samt und sonders in den Aufbau der Strukturen, vor allem in die Website ([www.freischreiber.de](http://www.freischreiber.de)), auf der sich die Mitglieder vernetzen und präsentieren können: Jeder wird dort ein Profil anlegen können, das er auch als Marketingmittel nutzen kann.

### **Also bleibe ich für Presseausweis und Rechtsberatung besser im DJV.**

Perspektivisch ist das auch bei uns angedacht. Für unsere Arbeit ist jetzt erstmal wichtiger, die Mitglieder untereinander zu vernetzen. Wir haben das Gefühl, dass viele Freie untereinander zu wenig voneinander wissen. Ich dachte zum Beispiel immer, meine Honorarsätze seien einigermaßen gut. Seitdem ich mit anderen Freischreibern gesprochen habe, weiß ich: Die erzielen zum Teil durchaus höhere Preise. Durch Vernetzen

merkt man: Zu welchen Bedingungen arbeiten andere? Wie verhandeln andere? Alleine das zu wissen, stärkt die eigene Verhandlungsposition.

### **Wollen die Freischreiber Standard- oder Mindesthonorare durchsetzen?**

Nein. Wir wollen faire Bedingungen, unter denen man als freier Journalist auch langfristig wirtschaftlich sinnvoll arbeiten und leben kann. Aber wir verstehen uns auch alle als Unternehmer, die sich auf einem Markt bewegen.

### **Die Freischreiber sind also Leute, die auf dem existierenden Markt gut vom Journalismus leben können?**

Gut ist relativ. Unsere Mitglieder sind jedenfalls hauptberufliche freie Journalisten. Dafür müssen sie jährlich einen Bescheid vorlegen, dass sie Mitglieder der Künstlersozialkasse (KSK) sind. Nicht, weil wir KSK-gläubig wären, sondern weil die KSK die gleichen Kriterien an die hauptberufliche Freiberuflichkeit setzt wie wir und das unserem ehrenamtlichen Aufnahmeausschuss die Arbeit erheblich erleichtert: Man verdient mit dem Journalismus Geld – zumindest mehr als 325 Euro im Monat –, hat mehrere Auftraggeber und ist nicht nur vorübergehend frei. Für Freie, die im Ausland arbeiten und nicht in der KSK sind, gibt es übrigens auch Regelungen. Die Idee dahinter: Wir wollen keine Nebenberufler, die auch mal was schreiben, während sie ihr Geld anders verdienen. Denn die können letztlich auch für unterirdische Honorare arbeiten, gegen die wir antreten.

### **Diese Kriterien können einige Freie nicht erfüllen.**

Definitiv raus fallen die Fest-Freien beim Rundfunk, die eine Lohnsteuerkarte abgegeben haben. Deren Probleme sind andere als unsere, und sie haben ihre eigenen Interessenvertretungen. Wir wollen die Frei-Freien, die als selbständige Unternehmer agieren, die kein Urlaubsgeld kriegen, kein Weihnachtsgeld, nichts von all diesen Annehmlichkeiten.

### Ihr wollt also die erfolgreichen Kämpfer. Das klingt ja schon ein bisschen nach einem elitären Zirkel.

Nein, überhaupt nicht. 325 Euro mit freier Arbeit im Monat zu verdienen – die Bedingung für eine Aufnahme in der KSK - ist nun wahrlich nicht elitär. Die Argumentationskraft, die wir anstreben, ergibt sich dadurch, dass unser Profil scharf zugeschnitten ist. Wir wollen nicht denselben Fehler machen wie der DJV, uns für alle zuständig zu fühlen und dabei unsere Konturen zu verwischen. Unsere Zielgruppe sind Journalisten, die gerne und aus freiem Willen frei arbeiten. Wer zu uns kommt, trifft nicht die „Jammerfreien“, die dasitzen und sagen: Ich hätte eigentlich doch lieber eine Festanstellung. Die meisten von uns sind einigermaßen gut im Geschäft, ärgern sich aber über viele Arbeitsbedingungen.

### Darf auch zu Euch kommen, wer für weniger als einen Euro pro Zeile schreibt?

Natürlich. Dass viele Freischreiber vom Journalismus leben können, heißt ja nur, dass sie eine Methode gefunden haben, wie sie überleben können. Das ist bei vielen eine Mischkalkulation, zum Beispiel aus ein paar wenigen wirklich tollen journalistischen Stücken pro Jahr und vielen Redaktionsschichten. Andere produzieren Massenware gegen passables Geld oder machen, wenn es nicht anders geht, auch mal PR.

### Alle Freischreiber müssen aber doch schon vor dem Beitritt eine Selbstverpflichtung unterschreiben, dass sie unabhängig von PR sind?

Ja. Wir sind professionelle Journalisten. Nicht Texter oder Werber. Wichtig ist: Wir verbieten niemandem, PR zu machen. Wir sehen, dass es sehr viele Leute gibt, die offensichtlich in irgendeiner Form darauf angewiesen sind, im PR-Bereich tätig zu sein. Gerade, wenn man für Tageszeitungen arbeitet, kann man sich anders oft nur schwer finanzieren. Zur Professionalität gehört für uns aber, dass

### Die Freischreiber...

... wollen gemeinsam für den Erhalt des Qualitätsjournalismus durch Freie kämpfen: vor allem für angemessene Honorare und faire Vertragsbedingungen

... Verstehen sich als Berufsverband hauptberuflicher freiwilliger freier Journalisten, darum kann nur Mitglied sein, wer jährlich seinen KSK-Bescheid mit geschwärtzten Honorarangaben einschickt

... sind offen nicht nur für Print-, sondern auch Radio-, Fernseh-, Online- und Multimedia-Journalisten

... betreiben die Webseite [www.freischreiber.de](http://www.freischreiber.de), auf der gerade eine leistungsfähige Netzwerkplattform mit Informationen, Diskussionsforen und Profelseiten für die Mitglieder entsteht

... haben bereits regelmäßige Stammtische aufgebaut in München, Hamburg, Berlin, Köln, Oldenburg, Stuttgart/Karlsruhe

... verlangen einen Monatsbeitrag von 10 Euro

... bieten momentan weder den Presseausweis, noch eine Rechtsschutzversicherung oder einen Honorarspiegel an, peilen diese Dinge für ihre Mitglieder aber langfristig an

... haben den Verein Freischreiber e.V. am 16. November nach einer Gründungskonferenz mit 150 Journalisten in Berlin gegründet

... arbeiten alle ehrenamtlich für ihren Verein

... verlangen von ihren Mitgliedern, dass sie folgende Selbstverpflichtung über PR-Tätigkeiten unterschreiben:

„Ich verpflichte mich zur Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit. Ich lege Abhängigkeiten und Interessenverflechtungen offen. Ich lanciere keine als Journalismus getarnten PR-Beiträge. Ich lasse mich nicht von zwei Seiten bezahlen. Solche Praktiken sind mit meinem Verständnis von Journalismus unvereinbar.“ (siehe <http://www.freischreiber.de/?q=node/1>)

(schwenb)

man trennt zwischen den Rollen als Journalist und als PR-Schreiber. Falls man beides machen muss, zeigt die unterschriebene Selbstverpflichtung die allerletzte rote Linie auf: Man darf sich nicht von zwei Seiten für die gleiche Arbeit bezahlen zu lassen.

### Für einige dürfte diese rote Linie in der konkreten Arbeit schon nicht mehr besonders scharf sein.

In den meisten Fällen ist klar, was gemeint ist. Wenn jemand z.B. für ein Forschungsinstitut PR macht, dann ist

klar: Über die kann er nicht mehr journalistisch schreiben. Unser Profil wird schärfer, wenn wir sagen können: Wir sind Qualitätsjournalisten und erfüllen bestimmte Standards – also bezahlt uns auch für unsere Unabhängigkeit. Das eigentliche Problem ist ja, dass so eine Selbstverpflichtung überhaupt notwendig ist, weil viele von journalistischen Honoraren allein offenbar nicht leben können. Journalismus darf nicht eine Hobby werden, das man sich leisten kann, weil man noch PR nebenher macht. Wenn Verlage und Medien, wenn diese Ge-

sellschaft Qualitätsjournalismus will, und zwar von Freien, dann müssen sie den auch bezahlen. Ich finde es verlogen, wenn Chefredakteure sich hinstellen und sagen: Mir ist es egal, wenn unsere Freien PR machen, solange sie das nicht mit anderen Themen vermischen. Ein Chefredakteur müsste sich hinstellen und sagen: Es ist ein Unding, dass unsere Freien PR machen müssen. Ich kämpfe dafür, dass sie besser bezahlt werden.

### Wie viele Mitglieder kämpfen denn im Moment für die Freischreiber?

Wir wachsen. Anfang April waren wir 150 Mitglieder. Die aktuelle Mitgliederzahl ist aber nicht besonders aussagekräftig, weil wir erst seit Februar überhaupt ordentliche Mitglieder aufnehmen. Auf unserer vorläufigen Mitgliederliste, auf der sich seit dem Frühjahr 2008 prinzipiell interessierte Freie eingetragen haben, stehen 1300 Leute. Wir hoffen, dass ein Großteil davon schnell Mitglied wird.

### Umschlagkräftig zu sein, bräuchte der Verein ja schon eine gesunde Zahl von Mitgliedern. Welche Größe peilen die Freischreiber denn an?

Wir haben keine feste Zielgröße. Die Agentur der freien Bildjournalisten, Freelens, die für uns in einigen Bereichen Vorbild ist, hat nach 15 Jahren 1500 Mitglieder. Wir hoffen, dass wir nach 15 Jahren ein paar mehr haben. Im Moment gibt es schon regelmäßige Stammtische in verschiedenen Städten (siehe Kasten). In Hamburg waren letztes Mal 25 Journalisten.



*Eva Maria Schnurr ist Mitbegründerin des Vereins Freischreiber.*

### Sind die Freischreiber für Wissenschaftsjournalisten besonders attraktiv?

Ich glaube, dass viele der Probleme, gegen die wir arbeiten wollen, sich im Wissenschaftsjournalismus besonders zuspitzen. Unabhängig, ohne PR, arbeiten zu können, finde ich gerade in unserem Bereich sehr, sehr wichtig – wichtiger als zum Beispiel im Reisebereich. Außerdem, dass man für Recherchen ausreichend honoriert wird, denn Wissenschaftsjournalismus ist eins der rechercheintensivsten journalistischen Felder, die es gibt. Wir gehen ja sogar gelegentlich in Bibliotheken. Nur bezahlt wird das in vielen Fällen nicht.

### Kann ich auch bei den Freischreibern beitreten, wenn ich nur passives Mitglied sein will, oder werde ich dann gleich wieder herausgeekelt?

Natürlich geht das. Allerdings glauben wir nicht, was immer gesagt wird: Dass Freie eh nicht zu mobili-

sieren sind, da sie nur für ihr Eigeninteresse arbeiten. Da sind viele fitte Leute dabei, die außer ihren eigenen Interessen auch das große Ganze im Blick haben. Wir hoffen, dass viele sich auf das Wagnis unserer Interessengemeinschaft einlassen. Dann können sie irgendwann nicht mehr alleine, sondern vielleicht zu zehnt an eine bestimmte Redaktion herantreten, und haben plötzlich echte Verhandlungsmacht. Zusammen ist man eben stärker als alleine.

### Aber Mut braucht man dazu trotzdem.

Natürlich! Andererseits: Bei einigen Medien werden inzwischen Hundert Euro Tagessatz aufgerufen, für Redaktionsschichten. Das ist ein Witz. Dafür kann man auch putzen gehen. Angst wird irgendwann dazu führen, dass man von diesem Beruf nicht mehr leben kann. Und dann ist das Problem noch viel größer.

### Das Interview führte Björn Schwentker.

#### *Eva-Maria Schnurr*

*arbeitet als freie Wissenschaftsjournalistin in Hamburg, ist Mitglied im Journalistenverband „Plan 17“ und stellvertretende Vorsitzende im Verein Freischreiber e.V.*

#### **Björn Schwentker**

*ist freier Wissenschaftsjournalist und lebt in Hamburg.*



## Frische Freie

Von Nicole Heißmann

**Wenn Wissenschaftsredaktionen neue Autoren suchen, ist der Wunschzettel an die „Neuen“ ziemlich konkret. Doch beim Anwerben**

**und Qualifizieren der Freien wird noch viel dem Zufall überlassen.**

### *Die Suche*

Im Zug liest Andreas Sentker das, was er in der Redaktion nur selten auf dem Schreibtisch hat: „Ich kaufe mir auf Reisen bewusst Regionalzeitungen. Dabei fallen mir immer wieder gute Schreiber auf“, sagt der Leiter

des Ressorts Wissen bei der ZEIT. Lesen, Radio Hören, Fernsehen – bei der Suche nach freien Autoren scannen Wissenschaftsredaktionen auch ihre Mitbewerber. Strukturiert geht dabei aber anscheinend kaum jemand vor: Meist fällt die Suche nach neuen Autoren eher als Nebenprodukt der Konkurrenzbeobachtung ab: Welche Themen haben die anderen – und wer schreibt sie auf?

Inzwischen nutzen Wissenschaftsressorts auch Fortbildungsprogramme wie die „Initiative Wissenschaftsjournalismus“ (finanziert unter anderem von der Robert-Bosch-Stiftung) bei der Suche nach jungen Talenten. Man kontaktiert Journalistenschulen und -studiengänge und fragt nach wissenschaftsbegeistertem Nachwuchs. An Journalistenbüros wendet sich keiner der Befragten gezielt: Wissenschaftsredakteure suchen anscheinend Persönlichkeiten mit individueller Handschrift – und wollen bei Auftragsvergabe die Kontrolle darüber haben, wer ein Thema für sie bearbeitet.

Insgesamt wird bei der Suche nach neuen Autoren aber wohl noch viel dem Zufall überlassen: Redakteure treffen künftige Freie auf Kongressen oder bei Journalistenstammtischen. Mal verabredet man sich gezielt, mal tauscht man spontan Visitenkarten. Neue Autoren, die gerade in der Gegend sind, sollen gern mal in der Redaktion vorbeischauchen, sich vorstellen und am besten gleich ein frisches Thema mitbringen.

### *Der Wunschzettel der Redaktion*

„Ob Freie ein naturwissenschaftliches Studium absolviert haben, ist für mich zweitrangig“, sagt Alexander Mäder, der bei der Stuttgarter Zeitung das Wissenschaftsressort leitet. „Aber sie sollten in einem Fachgebiet eingeleitet sein.“ In der Wissenschaftsredaktion von Spiegel online setzt man auf inhaltlich eingearbeitete Freie als schnelle Reporter für Spezialthemen, die gerade eine Nachrichtenlage haben und von den Redakteuren nicht immer bearbeitet werden können.

Freie Wissenschaftsjournalisten scheinen sich in einem zunehmend härteren und schnelleren Marktumfeld zu bewegen. Längst geht es nicht mehr vorrangig darum, die neuesten Erkenntnisse des Herrn Professor der staunenden Öffentlichkeit zu präsentieren. „Als Wissenschaftsredaktion berichten wir heute über die großen Debatten – Stammzellforschung, Gentechnik oder Klimaschutz. Wir müssen schneller reagieren und aktuelle Entwicklungen trotzdem kom-

petent einordnen. Und dafür braucht man bessere Leute als früher“, sagt Andreas Sentker von der ZEIT.

Für Freie kann das bedeuten, dass nicht nur ihr Grundlagenwissen zu einem Thema gefragt ist, sondern auch die zumindest grobe Kenntnis der Gemengelage und der „Player“: Wer sind die führenden Forscher? Wo verlaufen die Frontlinien größerer Debatten? Wer finanziert was und wen? Christina Sartori, Redakteurin bei der Wissenschaftssendung Leonardo (WDR5), fasst ihre Anforderungen an neue Freie so zusammen: „Ich wünsche mir Leute mit kritischem Geist, die konsequent gegenrecherchieren und zum Beispiel überprüfen, ob der neue Wirkstoff gegen Krebs wirklich so bahnbrechend ist, wie von Pressestelle X behauptet.“

Gewachsen sind auch die technischen und handwerklichen Anforderungen an Freie in den elektronischen Medien: Radio-Redaktionen etwa erwarten heute einen sicheren Umgang mit digitalen Aufnahmegeäten. O-Töne und Atmos sollten in guter Qualität aufgezeichnet und selbst geschnitten werden. Bei vielen Formaten ist es üblich, dass Autoren ihre Beiträge selbst sprechen.

Außerdem gilt: Je länger ein Beitrag, desto höher die Ansprüche an die Dramaturgie: „Vor zehn Jahren haben wir noch öfter mit neuen Freien ohne Hörfunk-Erfahrung gearbeitet. Das leisten wir uns heute nur noch selten, denn unser Anspruch sind spannend erzählte Beiträge mit rotem Faden“, sagt Detlef Clas, Leiter der Redaktion SWR2 Bildung und Wissenschaft, die jede Woche eine Reihe längerer Radio-Features produziert.

### *Der Erstkontakt*

Die typische Form der Kontaktaufnahme ist der Themenvorschlag eines Freien. Ein allgemeingültiges Schema dafür gibt es nicht. Gewünscht wird von den Redaktionen in der Regel ein kurzer Abriss, aus dem der Focus oder die vom Autor vertretene These hervorgeht. Handelt es sich um ein Nachrichtenstück mit aktuellem Aufhänger oder um einen Hintergrundbericht, mit längerfristigem „Haltbarkeitsdatum“? Bis wann kann man liefern und wem

wurde der Bericht noch angeboten? „Uns ist wichtig, dass wir ein Thema exklusiv oder als erste bekommen. Angebote, die per Rundmail an diverse Redaktionen gehen, sind für uns uninteressant“, sagt zum Beispiel Markus Becker, Ressortleiter Wissenschaft bei Spiegel online.

Wer einem Redakteur oder Ressortleiter erstmalig ein Themenangebot schickt, sollte sich darüber im Klaren sein, dass er oder sie kurz gescannt wird: Internet, Pressedatenbanken, Audio- oder Video-Archive werden befragt. Hat der oder die Neue eine professionelle Website und sind dort Arbeitsproben hinterlegt? Für wen arbeitet jemand sonst noch? Gibt es mögliche Interessenkonflikte? Markus Becker erwartet Transparenz von neuen Freien: „Wer für uns über Medizin schreibt, darf nicht nebenher PR für Pharmakonzerne machen.“

Ob man sich vor dem ersten Auftrag persönlich kennen lernt, hängt von den Gepflogenheiten der Redaktion und vom Zeitdruck ab. Detlef Clas von SWR2 Bildung und Wissenschaft kann nicht alle 200 freien Radiojournalisten treffen, die seine Redaktion derzeit beliefern. „Persönlich kennen lernen möchte ich aber zumindest diejenigen, die regelmäßig für uns arbeiten wollen und sollen.“

### *Bindung und Bildung*

Wer einen guten Eindruck hinterlassen hat, wird in der Regel erst einmal ausprobiert: Bei SWR2 nutzt man dazu auch die eigenen Internetseiten und beauftragt Freie mit kurzen Podcasts oder Blogs zu Wissenschaftsthemen. Das Leonardo-Team lässt Neulinge mit Radio-Erfahrung öfters fünfminütige „Minis“ für die Sendung produzieren. Wo enge Zusammenarbeit gefragt ist, gehört zur „Testphase“ für neue Freie auch der prüfende Blick, ob jemand eigentlich ins Team passt, erklärt Thomas Hallet, Leiter der WDR-Programmgruppe Wissenschaft im Fernsehen: „Wir gucken uns neue Leute bei Fernsehproduktionen auch im Hinblick auf soziale Kompetenz an: Ist jemand offen, teamfähig und reflektiert?“

Entscheidet man sich für eine Zusammenarbeit, werden Bindung und Qualifizierung der Freien eher dem

Tagesgeschäft überlassen: Die Redaktionen bemühen sich nach eigener Auskunft darum, ihre Freien durch faire Zusammenarbeit bei Auftragsvergabe und Redigatur zu „pflegen“. Beim SWR2 setzt sich Detlef Clas für eine offene Kritikkultur ein und spricht auch mit langjährigen Freien immer wieder Manuskripte ausführlich durch. Die Redaktion teilt ihre Infrastruktur mit den Freien: Aufnahmegeräte werden bei Bedarf ausgeliehen, gegebenenfalls nach einer kurzen technischen Einweisung. Man hilft Freien mit Recherchematerialien oder Tönen aus den eigenen Archiven. Leonardo gibt seit einiger Zeit einen Leitfaden heraus, der über Ansprechpartner in der Redaktion und technische Anforderungen an Beiträ-

ge informiert. Gelegentlich schlagen Redaktionen freie Autoren für Reise- oder Recherchestipendien vor oder schicken sie auf Redaktionskosten zu einer Fachtagung – von der dann natürlich ein Bericht erwartet wird.

Einige Ressorts versuchen, die Freien zumindest ein wenig über das Geschehen in der Redaktion auf dem Laufenden zu halten: „Unsere Ressortkonferenzen sind immer wieder auch für freie ZEIT-Autoren offen, mit denen wir intensiv zusammen arbeiten“, sagt Andreas Sentker. Alex Mäder von der Stuttgarter Zeitung hält mit den Freien aus seiner Region per Newsgroup Kontakt. Bei Leonardo können Freie einen Tag „mitlaufen“, um die Produktionsabläufe kennen zu lernen.

Für Weiterbildungsangebote an Freie in Form von Seminaren bleibt in den Redaktionen anscheinend wenig Zeit: Gelegentlich organisiert man Workshops zu Themen wie Onlinerecherche oder Interviewtechnik, die dann auch freien Kollegen offen stehen. Doch unter dem Strich gilt wohl insbesondere für Freie: Learning by doing.



**Nicole Heißmann**

*ist seit 2004  
Redakteurin  
im Ressort  
Wissenschaft  
und Medizin  
des stern.*

## Frei schreiben für Magazine

Rebecca L. Skloot schreibt erfolgreich für große amerikanische Magazine, zum Beispiel das New York Times Magazine oder das Discover Magazine. Das WPK-Quarterly hat neun Tipps von ihr zusammengetragen, wie man erfolgreich für Magazine schreibt.

1. Don't try to break into every magazine at once. It's a lot more effective to pick one and do a good job with it. Editors know when you're blanket pitching – it's obvious.
2. Know the publication so that in your query you can show them that you've done your homework and are right for them. Don't pitch a profile to a magazine that doesn't do profiles; don't pitch a news story to a magazine that does mostly literary or historical stuff.
3. Make your blind pitch as far from blind as possible.
4. Pitch to an associate, assistant or senior editor instead of the editor-in-chief, executive editor or managing editor, who truly are too busy to read queries from new writers and aren't always as on-the-lookout for new talent.
5. Try to have at least two queries in circulation at all times.
6. Never let a query sit on your desk for more than a day – once it's been rejected or ignored, pitch it somewhere else, so you always have something out there.
7. One way to make connections with editors no matter where you live is to volunteer to organize and moderate panels. Then you get to hand-pick who you want to meet.
8. Loyalty really means something to editors. Keep coming back, let them know you're pitching just to them. The fact that you actually know something about the magazine and care about it is important.
9. If I'm interviewing somebody, I always let them go off on tangents. New stories often come from digressions in stories I'm already writing.

# „Viele Medien-Leistungen wären ohne freien Journalismus kaum denkbar“

**Der Journalismusforscher Bernd Blöbaum (Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster) beklagt im Interview erhebliche Wissenslücken. Eine Beurteilung der Rolle des freien Journalismus im Segment Wissenschaft ist deshalb schwierig.**

**Welche Bedeutung haben Freie für den Journalismus, jenseits betriebswirtschaftlich motivierten Kostenkalküls?**

Die Bedeutung freier Mitarbeiter für Medien besteht darin, dass sie ganz allgemein den Horizont der Medien erweitern und damit die Möglichkeit eröffnen, dass mehr und speziellere Themen und Ereignisse Beachtung finden. Akademisch gesprochen, erhöhen freie Mitarbeiter die Beobachtungskapazität des Journalismus. Man kann das durchaus in Analogie sehen zu Nachrichtenagenturen, die zum Beispiel in Afrika Nachrichten sammeln und damit hiesige Redaktionen entlasten, die dies eigenständig nicht leisten könnten.

**Sie sprechen vom Journalismus im Allgemeinen, gilt das auch für die Wissenschaft?**

Ja, durchaus. Wissenschaft ist ein Bereich, der von den allgemein informierenden Massenmedien nicht so intensiv und regelmäßig behandelt wird wie die Politik oder der Sport. Medien sind im Bereich Wissenschaft sehr stark auf freie Mitarbeiter angewiesen, weil es sich die Verlage und Programmverantwortlichen aus ökonomischen Gründen nicht leisten wollen, Spezialisten als Wissenschaftsjournalisten ständig vorzuhalten für Berichte über Ereignisse, die nur gelegentlich auftreten. Man kann überspitzt sagen, dass gerade die journalistische Beobachtung von Wissenschaft hoch qualifizierter Zeitarbeiter bedarf, die im Unterschied

zu Zeitarbeitern bei Opel gewissermaßen ihre eigene Firma sind.

**Würde Journalismus ohne Freie nicht funktionieren?**

Die allgemeinen gesellschaftlichen Aufgaben des Journalismus wären wahrscheinlich ohne Freie zu erfüllen. Die Kernleistung der Medien wird natürlich in Redaktionen erbracht, deren Arbeit durch Freie sinnvoll ergänzt wird. Viele Medien-Leistungen wären ohne freien Journalismus kaum denkbar, das gilt insbesondere für ein Feld wie die Wissenschaft, das intern so hochgradig spezialisiert ist, dass man für die journalistische Bearbeitung Freie braucht.



*Bernd Blöbaum ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Münster.*

**Was ist denn von Stimmen wie der von Jörg Kastl zu halten, die dem freien Journalismus die von ihnen skizzierten Leistungen eher nicht zubilligen? Kastl hat Mitte der 90er Jahre bezogen auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk von einer Art „Legitimationsideologie“ der Programm-Macher gesprochen. Vorrangig sei freier Journalismus ein kostengünstiges Sozialisationsinstrument. Motto: Lass**

**dich ordentlich ausbeuten, dann wirst du (vielleicht) später mit einer Festanstellung belohnt!**

Freie Mitarbeiter sind in der Regel schlechter gestellt als Redakteure. Ich würde aber der von Ihnen zitierten Studie eine andere von Sigrid Betzelt entgegenhalten, die Kulturberufe in den Blick genommen hat, zu denen auch die publizistischen Berufe zählen. Da ist von Alleindienstleistern mit einem neuen Berufsbild die Rede. Alleindienstleister arbeiten als Einpersonenselbständige vor allem im Dienstleistungsbereich und betrachten ihre Tätigkeit eben nicht als Sozialisationsphase, um nach dienenden Lehrjahren irgendwann als Krönung die Festanstellung zu erreichen. Sie konstituieren ein eigenes Berufsbild mit spezifischen Merkmalen. Alleindienstleister schätzen die mit dieser Arbeitsform verbundene individuelle Autonomie. Im Medienbereich arbeiten sie bewusst nicht in einer Redaktionsorganisation, sondern sind frei auf einem Markt tätig. Die damit verbundenen Nachteile, insbesondere in sozialrechtlicher und finanzieller Hinsicht, nehmen sie in Kauf, weil sie auf der anderen Seite Vorteile erkaufen wie zum Beispiel freie Themenwahl und unabhängige Gestaltung der Arbeitszeiten. Diese Gruppe betrachtet ihre freiberufliche Tätigkeit nicht als Fahrstuhl, der zu einer Festanstellung führt. Gewiss gibt es freie Wissenschaftsjournalisten, die unfreiwillig frei sind und ihre Tätigkeit mit Blick auf eine spätere Festanstellung ausüben. Darüber wissen wir aber nichts, weil Freie kaum erforscht sind.

**Was weiß man denn über Feste und Freie im Segment Wissenschaft?**

Relativ wenig. Die Datenlage ist sehr schlecht, insbesondere was Wissenschaftsjournalisten betrifft. Das hängt mit Definitionsproblemen zusammen, die auf unterschiedlichen

Ebenen angesiedelt sind. Zunächst auf der Ebene des freien Journalismus: Was ist denn überhaupt ein freier Journalist? Und zweitens auf der Ebene der fachlichen Spezialisierung: Was ist denn ein Wissenschaftsjournalist?

Wir haben eine Studie im Auftrag der Bertelsmann Stiftung über freie und fest angestellte Wissenschaftsjournalisten gemacht. Viele freie Journalisten im Bereich Wissenschaft kommen aus naturwissenschaftlichen Fächern, während viele feste Wissenschaftsjournalisten eher eine sozialwissenschaftliche akademische Sozialisation durchlaufen haben. Man kann sagen, dass die Freien sich eher auf einer naturwissenschaftlichen Basis den Journalismus angeeignet haben. Die Festen dagegen haben sich eher auf einer journalistischen Basis die Wissenschaft als Berichterstattungsfeld angeeignet. Sehr knapp formuliert, lässt sich konstatieren, dass sich viele Freie offenbar als Wissenschaftsjournalisten sehen, während viele fest Angestellte sich selbst eher als Journalisten betrachten, die auch über Wissenschaft berichten.

### Aus welchem Grund interessiert sich die Sozialwissenschaft für die Freien?

Die Sozialwissenschaft widmet sich diesem Feld aus unterschiedlichen Perspektiven. Die Berufsforschung interessiert sich für die freien Mitarbeiter, weil sie ein wachsendes und auch in ihrer Bedeutung gestiegenes berufliches Segment repräsentieren. In einigen Berufen, in denen viele Freie tätig sind, ändert sich das Tätigkeitsprofil, da vollzieht sich eine Änderung der beruflichen Profilierung.

Aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft sind Freie unter mehreren Aspekten ein interessantes Feld: Wie organisieren sich Medienunternehmen, um auch in Zukunft kompetent Leistungen erbringen zu können? Outsourcing von Tätigkeiten ist eine Strategie, das kennen wir aus anderen Wirtschaftsbereichen, aber eben auch der Rückgriff auf hoch spezialisierte Freie. Zum anderen ist es interessant zu untersuchen, was es für Journalismus bedeutet, wenn in

bestimmten Berichterstattungsfeldern viele Freie unterwegs sind. Wie schon gesagt: Darüber wissen wir relativ wenig.

### Mit Bernd Blöbaum sprach Markus Lehmkuhl.

Literaturhinweise:

Sigrid Betzelt: Flexible Wissensarbeit: Alleinstellungsleistungen zwischen Privileg und Prekarität, Bremen 2006. <http://www.freie-kulturberufe.de/downloads/zes-ap-3-2006-korrigiert.pdf>.

Jörg M. Kastl: Gesellschaftliche Komplexität und redaktionelle Routine. Zur Funktion und Sozialisation freier Mitarbeiter, Opladen 1994.

Bernd Blöbaum; Görke, Alexander et al: Wissenschaftsjournalismus bei Regional- und Boulevardzeitungen. Befragung, Inhaltsanalyse und Ausbildungsperspektiv, Gütersloh 2002: [http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-6332B1C8-74E236BF/bst/Bertelsmann\\_Stiftung\\_Basisrecherche.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-6332B1C8-74E236BF/bst/Bertelsmann_Stiftung_Basisrecherche.pdf).

## Hauptsache, er kann gut reden!?

Warum es Pseudo-Experten  
in deutschen Medien  
so leicht haben

Von Gábor Paál

Herr Querdenker hat ein Buch geschrieben mit einer interessanten These, die im Widerspruch zur gängigen Lehrmeinung steht. Die These klingt provokant, hat einen Neuheitswert. Herr Querdenker kann auch noch überzeugend und allgemeinverständlich reden und hat möglicherweise einen Professorentitel. Kurz, er erfüllt alle Voraussetzungen, um sich Gehör zu verschaffen – nicht

in Fachkreisen, wohl aber in den Massenmedien. Er wird in Talkrunden eingeladen und gibt Interviews, zunächst zu seiner These, dann aber – weil er so schön reden kann – zu immer mehr Themen, zu denen er auch immer mehr Bücher schreibt. Und niemand scheint ihm zu widersprechen. Wie kommt das? Die Ursachen sind sowohl in der Wissenschaft zu suchen als auch in unserer Medienkultur.

Deutsche Wissenschaftler haben an sich nichts gegen Debatten, schrieb der norwegische Soziologe Johan Galtung, „nur darf der Gegner nicht allzuweit vom eigenen Standpunkt entfernt sein. An einer solchen Debatte sich zu beteiligen, wäre reine Zeitverschwendung, ein Akt der Herablassung. Man debattiert doch nicht mit Halbmenschen, Primitiven oder Barbaren.“ Diese Feststellung stammt aus dem Jahr 1983. Es ist bemerkenswert, wie wenig sich seitdem trotz Globalisierung der akademischen Kultur geändert hat. Es fällt Redaktionen in der Regel nicht schwer, Politiker mit entgegengesetzten Auffassungen zur Diskussion an einen Tisch zu bringen. Doch wer das gleiche bei Wissenschaftlern versucht, hat es oft nicht leicht. Zwar machen sich Fachwissenschaftler über Herrn Querdenker lustig und regen sich über die Medien auf, die ihm ein Podium bieten – doch selber gehen sie in Deckung. Ein Jour-

nalist, der versucht, sie zu einer Diskussion mit Prof. Querdenker zu gewinnen, stößt häufig auf Widerstand: „Sich mit dem auseinander zu setzen wäre zuviel der Ehre.“

*In Massenmedien wird bei wissenschaftlichen Themen kaum eine Diskussionskultur gepflegt. Auch völlig abseitige Thesen bleiben häufig unwidersprochen.*

Hinzu kommt, dass diese mediale Diskussionskultur bei wissenschaftlichen Themen kaum gepflegt wird. In den Medien gibt es nur wenige Formate, in denen ernsthafte wissenschaftliche Diskussionen stattfinden. Sie finden sich meist in Spartensendungen und Kulturprogrammen wie dem „SWR2 Forum“. In den an der breiten Masse orientierten Medien haben Wissenschaftler dagegen fast immer Soloauftritte. Sie treten in der Rolle des Auskunft gebenden „Experten“ auf. Mal ist es Prof. Querdenker, mal ist es sein Fachkollege aus der Mainstream-Fraktion, aber selten treffen beide aufeinander.

Und so hat Prof. Querdenker in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit keine Gegner. Er gilt als „einer der wichtigsten Experten auf diesem Gebiet“ – denn so wird er von unbeholfenen Moderatoren genannt, denen aus Mangel an näheren Informationen keine bessere Betitelung einfällt. (Wenn ich hier übrigens durchweg, politisch unkorrekt, in der männlichen Form schreibe, dann auch deshalb, weil die Akteure in diesen Situationen tatsächlich in der überwiegenden Zahl der Fälle Männer sind.)

Bis hierher ist noch nichts darüber gesagt, ob Querdenkers These seriös ist oder nicht. Vielleicht hat er ja wirklich recht. Vielleicht ist

er auch ein Schaumschläger. Vielleicht ist auch seine Kritik an der Lehrmeinung im Kern berechtigt und ein paar seiner Ideen ganz brauchbar; aber der große Gegenentwurf, den er daraus ableitet, gerät dann doch allzu mächtig und hat ebenfalls Schwachpunkte. Vielleicht entwirft er ein in den Grundzügen richtiges Bild, schlampt aber bei den Details und macht sich dadurch angreifbar. Mir ist im Laufe der Zeit jede dieser Varianten mindestens einmal begegnet, in völlig unterschiedlichen Fachgebieten.

Da waren zum Beispiel die Kontroversen zwischen

- Klimaforschern und „Klimaskeptikern“.

- dem Archäologen Eberhard Zangger und dem Troja-Grabungsteam unter Manfred Korfmann über das wahre Ausmaß und die politische Rolle des bronzezeitlichen Trojas (später wurden einige der Thesen Zanggers von Korfmann aufgegriffen, der dafür wiederum von den Tübinger Altphilologen angegriffen wurde)

- dem Höhlentaucher Jochen Hasenmeyer und den Vertretern des Geologischen Landesamts in Freiburg über die Verkarstung und mögliche unterirdische Heißwasservorkommen in Süddeutschland.

- dem Tübinger Chaosforscher Otto Röbber und den Physikern am CERN über die Gefährlichkeit der Experimente am LHC in Genf.

- aktuell zwischen dem Freiburger Medizin-Professor Joachim Bauer und der Mehrzahl der deutschen Evolutionsbiologen über dessen Thesen von „kooperativen Genen“ und dem „Abschied vom Darwinismus“.

Was ich dabei auch gelernt habe: Die „Querdenker“ mit Professorentitel hatten größere Narrenfreiheit (und haben diese auch genutzt) als mancher nicht-habilitierte Seiteneinsteiger oder gar Hobby-Forscher, von denen manchmal durchaus vernünftige Impulse kommen. Doch die Reaktion auf Seiten der etablierten Fachwelt war in vielen Fällen die gleiche: „Den ignorieren wir“; „mit dem diskutieren wir

nicht“ bis hin zu „Ich gebe kein Interview, wenn in der Sendung auch Herr ... vorkommt“.

*Stefan Rahmstorf ist ein positives Beispiel, weil er seinen Kritikern mit Argumenten bei-zukommen versucht.*

Diese Form der Ignoranz sollte der Vergangenheit angehören. Auch der etablierten Wissenschaft sollte klar sein, dass sie sich mit einer solchen Haltung keinen Gefallen tut. Wissenschaftler an deutschen Hochschulen werden von der Öffentlichkeit bezahlt, es gehört deshalb zu ihren ureigenen Aufgaben, ihre Erkenntnisse auch in der Öffentlichkeit zu vertreten. Und wenn sie Hochstapler wittern, die einen unberechtigt großen Einfluss auf die öffentliche Meinung gewinnen, dann sind sie gut beraten, diese Hochstapler beizeiten zu entlarven – und zwar durch Argumente, nicht durch billige Diffamierungen. Dafür gibt es viele Möglichkeiten: Die öffentliche Auseinandersetzung ist nur eine Möglichkeit. Eine andere sind konkrete Klarstellungen im Internet. Als positives Beispiel nenne ich den Geophysiker und Klimaforscher Stefan Rahmstorf, der auf seinen Internetseiten (z. B. <http://www.pik-potsdam.de/~stefan/klimahysterie.html>) Punkt für Punkt auf die Einwände der so genannten „Klimaskeptiker“ eingeht. Rahmstorf ist von manchen Journalisten scharf angegriffen worden, weil er schon mal in den Redaktionen angerufen hat, wenn ein Artikel (seiner Ansicht nach) unhaltbare Behauptungen enthielt. Ich finde solche Anrufe durchaus legitim (solange es nicht allzu penetrant wird) – und Journalisten sollten so souverän sein, darin keine „Einschüchterung“ zu sehen (Wissenschaftler haben ja kein Drohpotential), sondern einen Anlass, die eigenen Artikel nochmals kritisch zu prüfen.



*Die schwarzen Löcher  
waren das Beste,  
was dem LHC am Cern  
passieren konnte,  
um auf sich aufmerksam  
zu machen.*

Und: Warum sollten seriöse Wissenschaftler nicht abseitige Außenreize nutzen, um ihr eigenes Fach populärer zu machen? Im Herbst 2008 schaffte es ein physikalisches Experiment an die Spitze der Schlagzeilen: Der neue Teilchenbeschleuniger (LHC) in Genf. Doch warum interessierten sich die Medien dafür? Weil „Kritiker“ meinten, dass das Experiment den Untergang der Welt bedeuten könnte. Der Astrophysiker Harald Lesch – selbst bekanntermaßen ein Medienprofi – meinte dazu scherzhaft: Er habe sich schon gefragt, ob die Wissenschaftler am CERN nicht selbst die Gerüchte in die Welt gesetzt hätten, wonach durch den neuen Teilchenbeschleuniger LHC gefährliche schwarze Löcher entstehen könnten. Denn: „Für Hadronen-Kollisionen hätte sich niemand interessiert – aber durch die Weltuntergangs-Geschichte wurde es zum Top-Thema.“ Auch hier hat es ein einzelner Chaos-Forscher aus Tübingen geschafft, sich über die Mär vom Weltuntergang medial zu inszenieren. Die Medien wiederum sind ihm vor lauter Professoren-Gläubigkeit auf den Leim gegangen und haben aus einer abwegigen Einzelmeinung eine ominöse Schar von „Kritikern“ gemacht (siehe <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/marktundmedien/846529/>). Die Wissenschaftler am Cern haben sich den Weltuntergangsszenarien zwar offensiv gestellt – aber vielleicht etwas zu spät. Was zeigt: Es gibt Defizite auf beiden Seiten, der institutionalisierten Wissenschaft wie den Medien. Festzuhalten bleibt:

- Der wissenschaftliche Fortschritt lebt von Querdenkern, die auch mal die gängige Lehrmeinung in Frage

stellen. Siehe Galileo. Aber nicht jeder Querdenker ist ein Genie.

- Eine geradlinige akademische Laufbahn und eine Habilitation kann ein Anhaltspunkt sein für Glaubwürdigkeit – ist aber nicht das einzige Kriterium und schon gar keine Garantie. Auch Einstein hat als Hobbyforscher angefangen.

- Die Öffentlichkeit hat ein Recht auf eine transparente Auseinandersetzung.

- Es gibt nicht nur Schwarz und Weiß, Wahrheit und Unsinn: Mancher Wissenschaftler ist auf bestimmten Gebieten hochkompetent, redet aber jenseits des eigenen Tellerrandes dummes Zeug.

Die Wissenschaft sollte deshalb:  
- der öffentlichen Auseinandersetzung auch mit vermeintlich unseriösen Querdenkern nicht aus dem Weg gehen

- zumindest im Internet eine Stellungnahme zu umstrittenen Thesen in verständlicher Sprache zugänglich machen. Es würde auch den Fachjournalisten helfen, ihren nicht so gut informierten Kollegen deutlich zu machen, was von dem immer gern interviewten Prof. Querdenker zu halten ist und vor allem

- dabei auf inhaltliche Argumente setzen, nicht auf Diffamierungen oder Formalien wie „dem geht es nur um ...“ „der forscht doch gar nicht auf dem Gebiet“, „es ist in Fachkreisen allgemein bekannt, dass ...“. Auch dass jemand „seit Jahren keine einschlägigen Artikel publiziert“ hat – auch das ein häufig gehörtes Totschlag-Argument, besagt ja zunächst lediglich, dass Herr Querdenker selbst keine Daten erhebt; aber es schließt nicht aus, dass er die Publikationen anderer gründlich studiert, vergleicht und zu einem neuen Bild zusammenfügt. So etwas ist wissenschaftlich durchaus legitim und heißt „Synthese“ oder neudeutsch „big picture“. Auch anerkannte Wissenschaftler wie Jared Diamond oder Steven Mithen stellen in ihren populärwissenschaftlichen Bestsellern letztlich keine eigenen Forschungsergebnisse vor, sondern greifen zu über 95% auf Forschungsergebnisse anderer zurück – na, und?

*Die Voraussetzungen,  
um wissenschaftliche  
Diskussionen in den  
Medien allgemeinver-  
ständlich zu inszenieren,  
sind heute besser denn je.*

Die Medien wiederum sollten  
- verstärkt Formate einrichten, in denen aktuelle wissenschaftliche Diskussionen allgemeinverständlich stattfinden; die Voraussetzungen sind dafür heute besser denn je: schließlich sind heute viele Wissenschaftler willens und in der Lage, verständlich zu sprechen.

- sich die Mühe machen, möglichst noch im Recherchestadium die Argumente der Akteure ernsthaft nachzuvollziehen

- sich nicht von Professorentiteln blenden lassen

- prüfen, welche Interessen (abgesehen von ihrer wirklichen Überzeugung) die Akteure haben könnten

- den Werdegang der Akteure unter die Lupe nehmen: Handelt es sich um offene und zur Selbstkritik fähige Leute? Um Funktionäre, die etwas zu verlieren haben? Oder um Selbstdarsteller, die immer wieder die Provokation zum Programm machen und das als lukrative Nische für sich entdeckt haben?

- in Zweifelsfällen bei Fachjournalisten nachfragen oder sich auch bei anderen Wissenschaftlern und Fachverbänden eine Meinung einholen. Leider fehlt aufgrund von Stellenkürzungen den Mitarbeitern in den Redaktionen oft diese Luft zum Recherchieren.

- ihren Instinkt schärfen, welchen Thesen man trauen kann und welchen nicht. Besondere Vorsicht ist geboten, wenn Prof. Querdenker aus seiner abwägigen Meinung Kapital schlägt (durch Fernsehauftritte und Buchverkäufe zum Beispiel); sich selbst als enfant terrible oder Opfer des Establishments inszeniert; kritischen Fra-

gen ausweicht. Umgekehrt ist es verdächtig, wenn etablierte Wissenschaftler den umstrittenen Thesen nur mit Allgemeinplätzen und Diffamierungen („der ist so eine Art Däniken“) begegnen, in ihren Entgegnungen lediglich Nebensächlichkeiten aufgreifen oder versuchen, ein Zerrbild ihres Gegners zu zeichnen, indem sie ihm Positionen unterstellen, die dieser in Wirklichkeit nie vertreten hat.

Leider – um auch das offen auszusprechen – scheint es auch Journalisten zu geben, denen das alles egal ist. Mir ist es mehr als einmal passiert, dass ich einen Kollegen vor bestimmten „Experten“ gewarnt und zur Vorsicht geraten habe und zu hören bekam: „Kann sein, aber der kann gut reden.“

GáborPaál hat ein Diskussionsforum im Internet eingerichtet, in dem über

diesen Text diskutiert werden kann: [http://www.wissenschaft-medien.com/professor\\_querdenker.html](http://www.wissenschaft-medien.com/professor_querdenker.html).



**Gábor Paál**

ist freier Hörfunk-Journalist bei SWR2 Wissen und Buchautor. Er leitet das "Netzwerk Wissenschaft und Medien"

## Das Abenteuer des Journalistenlebens

Journalist, Lobbyist, Publizist.

Jürgen Neffe gehört zu den wohl erfolgreichsten Wissenschaftsjournalisten des Landes.

Ein Porträt.

Von Alexander Mäder

**Was würden Sie Charles Darwin zum Geburtstag schenken?, lautet die Einstiegsfrage im Literaturfoyer des SWR. Es ist der 10. Februar, noch zwei Tage bis zum Jubiläum. Der Darwin-Biograf Jürgen Neffe, der gerade einen Interviewmarathon durchläuft, ist um eine Antwort nicht verlegen: Eine Taucherbrille und einen Schnorchel hätte er dem großen Naturforscher gegönnt, denn von der bunten Unterwasserwelt habe Darwin auf seiner fünfjährigen Weltreise kaum etwas gesehen. Und noch eins würde er ihm schenken: „Mein Buch.“**

In diesem Buch könnte Darwin die besten Stellen aus seinen eigenen Aufzeichnungen und Briefen nachlesen. Sie sind Teil einer lesenswerten Reisereportage, in der Neffe versucht, Darwin im Geiste näher zu kommen. In sieben Monaten hat Neffe auf Darwins Route die Welt umrundet, auf Fähren und Containerschiffen. Wie Darwin hat er die meiste Zeit jedoch an Land verbracht. Er wollte dort stehen, wo auch Darwin stand. Anders könne man kaum das Gefühl begrei-

fen, Terra incognita zu betreten, sagt er. In Interviews erzählt Neffe oft von einer Steilwand in Patagonien, die Darwin untersucht hat. Sie legt den Querschnitt eines früheren Mee-



Jürgen Neffe ist deutscher Wissenschaftsjournalist und Autor.

resbodens frei. „Selbst ein Laie wie ich entdeckt fossile Lebewesen und kann anhand der Schicht, aus der sie stammen, ihr ungefähres Alter bestimmen.“

Es ist ein literarisches Zusammenreffen von zwei sehr verschiedenen

Biologen. Charles Darwin war Mitte Zwanzig, als er auf der HMS Beagle Südamerika und die Südsee erforschte, und er hatte sich ein Allgemeinwissen in den verschiedensten Fächern angelesen. Er wirkt in seinen Aufzeichnungen unbekümmert und neugierig, nur die Seefahrt setzt ihm zu. Jürgen Neffe, der sich rund 175 Jahre später auf die Reise macht, ist doppelt so alt und hat - Forschung ist zum Spezialistentum geworden - über den Insulinrezeptor promoviert. Er wird nicht seekrank, und er hat ein klares Ziel: Er möchte die Wissenschaft journalistisch so aufbereiten, wie man es in den Ressorts Politik, Wirtschaft und Sport tut. Also nicht nur in Form nüchterner Berichte und Überblicksartikel. Ein Streit wird als Streit dargestellt, ein Scheitern als Scheitern und ein Abenteuer als Abenteuer. Solche Geschichten gibt es auch in der Welt der Wissenschaft, doch Neffe vermisst bei Wissenschaftsjournalisten den Anspruch, sie für das Publikum aufzubereiten. „Den Lesern muss die Wissenschaft wie eine Fabrik vorkommen“, klagt er. Erkenntnisse werden am Fließband produziert, und die glänzend polierten Produkte im Schaufenster ausgestellt.

Kurz bevor er 1993 zum Spiegel kam, für den er zehn Jahre schrieb, ist Neffe mit dem Kisch-Preis ausgezeichnet worden. Als erster und bisher einziger Wissenschaftsjournalist, wie er betont. Den Preis erhielt er für eine Reportage über den erfolglosen Kampf um ein zehnjähriges Mädchen in einer Brandopferklinik in Pittsburgh, die in Geo Wissen erschienen ist (ein Magazin, das er 1986 zusammen mit Gün-

ter Haaf gegründet hat). Bis heute lese er solche Reportagen zu selten, sagt Neffe. Sein Urteil über die Kollegen ist daher durchwachsen: „Einige fühlen sich wohl auf ihrer Insel.“ Die Schuld sieht er nicht allein bei den Wissenschaftsjournalisten: „Das Problem ist die Mauer, die von der anderen Seite aufgebaut wird“, sagt er. Doch hinter dieser Mauer dürfe man sich nicht verstecken: „Wir stehen in der Hierarchie noch hinter dem Sport und müssen uns nach vorne kämpfen.“

Er hat selbst lange gekämpft, doch einen wichtigen Kampf hat er verloren. Es war Ende 2002: Rudolf Augstein war gerade gestorben, und Jürgen Neffe schaute sich nach einer neuen Aufgabe um. Warum nicht die Wissenschaft zur Abwechslung in die Politik tragen? Einige Wochen später beruft ihn Peter Gruss zum Leiter des gerade gegründeten Berliner Büros der Max-Planck-Gesellschaft. In seinem neuen Amt richtet Neffe Büroräume im Wissenschaftsforum ein, sucht Mitarbeiter aus und telefoniert mit seinen alten Bekannten in der Politik. Im Kanzleramt sei er „ein gern gesehener Gast“ gewesen, berichtet er. Wieder hat er eine Mission. Es müssen eben nicht nur die Wissenschaftsjournalisten ihre Insel verlassen - nun setzt sich Neffe dafür ein, „dass die Wissenschaftler aus ihrem Schneckenhaus herauskommen“. Gern berichtet er von seinem größten Erfolg: Er

habe dazu beigetragen, dass Gerhard Schröder im März 2003 nicht nur den Umbau des Sozialstaats ankündigte, sondern auch eine Aufstockung des Forschungsetats. „Wir werden und müssen die Haushalte der großen Forschungsinstitutionen in den nächsten Jahren jährlich wieder um drei Prozent erhöhen“, sagte der Bundeskanzler damals in seiner Regierungserklärung.

Doch schon nach einem Jahr im Amt scheidet Neffe wieder aus. „Das war nicht meine Welt“, sagt er heute. Seine Nachfolgerin Christine Gieraths, die heute in der Münchner Max-Planck-Geschäftsstelle das Referat Forschungspolitik leitet, stimmt ihm zu. „In einem großen Apparat zu arbeiten, kann eine sehr ungewohnte Arbeitsweise sein, wenn man damit nicht vertraut ist“, sagt sie. Jürgen Neffe habe immer versucht, direkt mit Führungspersonlichkeiten zu sprechen - in der Wissenschaft wie auch in der Politik. Das Berliner Büro sei aber nicht als „Außenministerium“ zu verstehen, sondern als „Kontaktstelle für den Informationsaustausch“, sagt Gieraths.

Neffe bleibt in Berlin, arbeitet eine Zeit lang am dortigen Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte und verlegt sich wieder aufs Schreiben. Mit Erfolg: Seine Einstein-Biografie (Rowohlt) wird im Jubiläumsjahr 2005 ein internationaler Bestseller. Und sein zweites Buch „Darwin. Das Abenteuer des Lebens“

(C. Bertelsmann) ist kürzlich in Österreich als bestes Wissenschaftsbuch 2009 ausgezeichnet worden. Aber nun soll es gut sein mit den Biografien. Sein nächstes Projekt werde ganz anders, verspricht Neffe. Schon das Darwin-Buch sei nicht als Biografie geplant gewesen, sondern als ein Buch über das Leben. Erst bei der Recherche sei ihm klar geworden, welch dominante Stellung Darwin in diesem Buch einnehmen würde. Im Urlaub auf Gomera, erzählt Neffe, sei dann die Entscheidung gefallen. Zu seiner Frau, der Geo-Redakteurin Hania Luczak, habe er damals gesagt: „Mein Buch darf nicht erst 2010 erscheinen.“

Sich selbst würde Jürgen Neffe übrigens ein Abonnement des *Economist* schenken. Diese Zeitschrift nähme er gerne auf eine einsame Insel mit, sagt er. Denn sie schaffe es immer wieder, wissenschaftliche Themen politisch zu kommentieren.

Jürgen Neffe: Darwin. Das Abenteuer des Lebens, C. Bertelsmann 2009, 544 Seiten, € 22,95.

#### **Alexander Mäder**

*leitet das Wissenschaftsressort der Stuttgarter Zeitung.*



## Neue Mitglieder

Lars Westermann

Köln

Ob beim Arzt, beim Autokauf oder beim Kleingedruckten auf der Packung im Supermarkt: Wissenschaft bestimmt unseren Alltag. Bei meiner Arbeit für Wissenschaftsmagazine des öffentlich rechtlichen Fernsehens und des Hörfunks sowie den aktuellen Radio- und Fernsehprogrammen

und einigen Zeitschriften versuche ich daher einen Spagat. Ich mag es, faszinierende Geschichten aus Biologie, Medizin, Archäologie, Klimaforschung und Natur zu erzählen, möchte aber auch wissenschaftliche Argumente und Erkenntnisse in die aktuelle und politische Diskussion

hineintragen. Denn Wissenschaft ist beides: unglaublich spannend und höchst relevant. In der WPK hoffe ich Kollegen zu treffen, die mit ihrem Wissen und ihren Meinungen meinen Horizont erweitern und mit denen ich die Bedeutung des Ressorts stärken kann.

## Impressum

### Adresse:

WPK-Quarterly  
Wissenschafts-Pressekonferenz e.V.  
Ahrstraße 45  
D-53175 Bonn

Telefon: ++49-(0)228-95 79 840

Fax: ++49-(0)228- 95 79 841

E-Mail: [wpk@wpk.org](mailto:wpk@wpk.org)

Web: [www.wpk.org](http://www.wpk.org)

### Redaktion:

Markus Lehmkuhl (V.i.s.d.P.), Antje Findeklee, Volker Stollorz,  
Claudia Ruby, Nicole Heißmann, Alexander Mäder und Björn Schwentker

### Autoren:

Markus Lehmkuhl, Nicola Kuhrt, Irene Meichsner, Volker Stollorz, Christian Eßer,  
Nicole Heißmann, Rebecca Skloot, Björn Schwentker, Alexander Mäder, Gábor Páal

### Layout und Design:

[www.gestaltika.de](http://www.gestaltika.de)

### Titelbild:

Nicola Kuhrt

### Bildnachweis:

Seite 26 - Gábor Páal © SWR

Seite 26 - Jürgen Neffe © Christian Rohr, Verlagsgruppe Random House GmbH

**Das WPK-Quarterly wird unterstützt von der Klaus Tschira Stiftung.**

# WPK-Quarterly

DIE QUARTALSZEITSCHRIFT

DER WISSENSCHAFTS-PRESSEKONFERENZ e. V.

