



# Wissenschaftsjournalismus

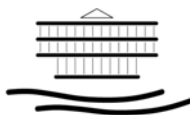
*das Qualifizierungsprogramm*

## Wissenschaftsjournalismus bei Regional- und Boulevardzeitungen

Ergebnisse einer Befragung und Inhaltsanalyse

Endbericht – Kurzfassung

Stand: Mai 2003



Bertelsmann Stiftung

**BASF**

BASF Aktiengesellschaft



VolkswagenStiftung

Das Qualifizierungsprogramm Wissenschaftsjournalismus ist ein gemeinsames Projekt von Bertelsmann Stiftung, VolkswagenStiftung und BASF Aktiengesellschaft. Mit Aus- und Weiterbildungsangeboten für Journalisten und Wissenschaftler soll der Wissenschaftsjournalismus in Deutschland gefördert werden.

## 1 Ziel und Untersuchungsanlage

Die Studie „Wissenschaftsjournalismus bei Regional- und Boulevardzeitungen“ wurde im Auftrag der Bertelsmann Stiftung von der Universität Münster durchgeführt. Ziel ist es, Basisdaten für die Konzeption von Aus- und Weiterbildungsangeboten für Journalisten zu liefern. Regionalzeitungen sind der in Deutschland vorherrschende Tageszeitungstyp. Sie erreichen zwei Drittel der Bundesbürger über 14 Jahre. Kaufzeitungen haben eine Reichweite von 22,4%. Die Analyse des Wissenschaftsjournalismus in diesen Zeitungsformen zeichnet ein Bild davon, wer den größten Teil der Bevölkerung wie mit Berichten über Wissenschaft in aktuellen Tageszeitungen versorgt.

Leitfragen der Studie sind:

- Welche *sozialen und beruflichen Merkmale* haben Wissenschaftsjournalisten, die für Regional- und Kaufzeitungen arbeiten?
- Welches *Selbstverständnis* hat diese Gruppe?
- Welchen *Stellenwert* hat Wissenschaftsjournalismus in den Redaktionen?
- Wie stellt sich der *Markt für Wissenschaftsjournalisten* dar und wie wird er sich entwickeln?
- Welche *Wissenschaftsthemen* werden in Regional- und Boulevardzeitungen aufgegriffen und wie werden sie behandelt?

Im Zentrum der Untersuchung steht die Berichterstattung über Life Science.

Zur Analyse des Wissenschaftsjournalismus wurden 22 fest angestellte Redakteure und 22 freie Journalisten, die für Regional- und Kaufzeitungen über Wissenschaft berichten, sowie 29 Führungskräfte bei diesen Medien telefonisch befragt. Eine Inhaltsanalyse ermittelt die Berichterstattung über Wissenschaft in 35 Tageszeitungen im November 2002. Dabei wurden 672 Artikel mit Life Science-Themen identifiziert.

## 2 Wissenschaftsjournalisten bei Regional- und Boulevardzeitungen

1. Wissenschaftsjournalisten verfügen über *hohe Bildungsabschlüsse*, ein Viertel hat promoviert. Freie Journalisten haben häufig naturwissenschaftliche Fächer (vor allem Biologie) studiert; fest angestellte Redakteure absolvierten eher geistes- und sozialwissenschaftliche Studiengänge.
2. Die *Redakteure* sind eher *journalistisch sozialisiert* (Volontariat), die *Freien* sind eher *wissenschaftlich sozialisiert* (mit Praktika im Journalismus). Zwei Drittel der Freien haben schon einmal wissenschaftlich gearbeitet; ein Drittel der Redakteure verfügt über diese Erfahrung. Redakteure haben sich das Feld Wissenschaft erschlossen, Freie den Journalismus.
3. Freie Journalisten sehen sich primär als *Wissenschaftsjournalisten, die auch andere Themen bearbeiten*. Redakteure begreifen sich eher als *Journalisten, die auch Wissenschaftsthemen bearbeiten*. In dieser Selbstausskunft kommt der relativ geringe Ausdifferenzierungsgrad von Wissenschaftsressorts bei Regionalzeitungen zum Ausdruck.
4. Unabhängig vom Beschäftigungsverhältnis sehen sich Wissenschaftsjournalisten vor allem als *Vermittler von Informationen*.
5. Wissenschaftsjournalismus bei Regional- und Kaufzeitungen ist nur bei einem Drittel der Medien an ein *eigenes Ressort* gebunden. Bei den meisten Medien

verteilt sich die Berichterstattung über Wissenschaft in den *klassischen Ressorts*, z.T. auch wenn es eine Wissenschafts- oder Hochschuleseite gibt.

6. Die am Häufigsten genannte *Erscheinungsweise* von Wissenschaftsseiten ist wöchentlich, oft erscheinen diese Seiten auch häufiger.

### 3 Life Science-Berichterstattung

7. Nach Schätzung der Journalisten liegt der *Anteil* der Life Science-Berichterstattung am Gesamtumfang der Wissenschaftsberichterstattung bei knapp 50%. Die Life Science-Themen werden besonders häufig im *Bereich Wissenschaft* veröffentlicht, finden sich aber auch in allen anderen klassischen Ressorts (Ausnahme: Sport).
8. Bei Life Science handelt es sich um ein *Querschnittsthema*, was einer kontinuierlichen, qualifizierten Berichterstattung eher entgegensteht, da für dieses Themenfeld schwer Routinen aufgebaut werden können. Nach Angaben der Hälfte der befragten Führungskräfte bearbeiten *hauptsächlich freie Mitarbeiter* Wissenschaftsthemen in den Tageszeitungen.
9. Die befragten Journalisten und leitenden Redakteure sind sich einig, dass Life Science-Themen *zugenommen* haben, *zentrale Fragen* der gesellschaftlichen Zukunft betreffen, *komplex* und *ständig aktuell* sind. Fast alle Befragten konstatieren, dass diese Themen *in der Zeitung an Bedeutung gewonnen* haben und sehr vielen gilt die Behandlung von Life Science-Themen als wichtig für die *Leser-Blatt-Bindung*.
10. Wissenschaftsredakteuren fällt es oft schwerer, *Life Science-Themen* zu *beurteilen* als den wissenschaftlich geschulten freien Journalisten.
11. Gentechnik, Klonen und Medizin sind die *wichtigsten Life Science-Themen* für die Journalisten und Entscheider.
12. Der *Anteil selbst recherchierter Beiträge* im Themenfeld Life Science liegt nach Auskunft der Redakteure bei ihren Zeitungen bei 50%. Redakteure beziehen ihre *Themenideen* für dieses Berichterstattungsgebiet oft aus Fachveröffentlichungen und von Nachrichtenagenturen. Freie Journalisten benutzen häufiger als Redakteure *wissenschaftsnahe Quellen* (Gespräche mit Wissenschaftlern, Fachtagungen) als Ausgangspunkt für die Life Science-Berichterstattung.

### 4 Marktentwicklung und Qualifizierungsbedarf

13. Leitende Redakteure und Wissenschaftsjournalisten gehen von einem *hohen Leserinteresse* bei Life Science-Themen aus und rechnen damit, dass das Interesse des Publikums noch *zunehmen* wird. *Freie Journalisten halten den Anteil* der Life Science-Berichte im Verhältnis zum öffentlichen Interesse *für zu gering*. Gentechnologie, Medizin, Gesundheit, Ernährung und Biotechnologie werden als wichtige Themenfelder der Zukunft genannt.
14. Die Hälfte der befragten Redakteure und zwei Drittel der freien Wissenschaftsjournalisten schätzen, dass der *Bedarf an Wissenschaftsjournalisten* in Zukunft größer werden wird. Die Führungskräfte in den Redaktionen prognostizieren überwiegend ebenfalls eine *positive Marktentwicklung*. Ein gutes Drittel der Entscheider ist allerdings skeptisch und rechnet mit *weniger Publikationschancen* für Wissenschaftsjournalismus.

15. Die überwiegende Mehrheit der Führungskräfte räumt *Generalisten* auf dem Markt der Wissenschaftspublizistik gute Chancen ein, knapp ein Viertel sieht eher gute Perspektiven für *Spezialisten*.
16. Spezielle *Weiterbildungsangebote für Wissenschaftsjournalisten* werden von den Redakteuren in Entscheidungsrollen und von den anderen Journalisten überwiegend als wichtig eingestuft. Die Hälfte der Journalisten hat bereits an Weiterbildungen teilgenommen.
17. Für die Entscheider stehen beim *Qualifikationsprofil* die primär journalistischen Qualifikationen im Vordergrund (Recherchefähigkeit, Aufbau eines Netzwerks von Experten, Vermittlungskompetenz).
18. Fest angestellte Redakteure und freie Journalisten unterscheiden sich in ihren *Erwartungen an Weiterbildungsangebote*. Fest angestellte Redakteure erwarten von Weiterbildung eher die *Vermittlung von wissenschaftlichen Kenntnissen*, Freie wünschen sich etwas mehr, *journalistische Arbeitstechniken* zu lernen. Alle Gruppen erhoffen sich von Weiterbildungsangeboten *Kontakte*.

**Ansprechpartner:**

Holger Hettwer, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh  
Tel.: 0 52 41 / 81 - 81 2 89 E-Mail: [holger.hettwer@bertelsmann.de](mailto:holger.hettwer@bertelsmann.de)

Prof. Dr. Marcel Machill, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh; Institut für Journalistik,  
Universität Leipzig  
Tel.: 0 52 41 / 81 - 81 3 50 E-Mail: [marcel.machill@bertelsmann.de](mailto:marcel.machill@bertelsmann.de)

Dr. Franco Zotta, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh  
Tel.: 0 52 41 / 81 - 81 2 85 E-Mail: [franco.zotta@bertelsmann.de](mailto:franco.zotta@bertelsmann.de)