

Rezension:

*Martin Wysterski*

**Klaus-Dieter Altmeyen, Hans-Jürgen Bucher & Martin Löffelholz (2000).  
Online-Journalismus – Perspektiven für die Wissenschaft und Praxis.**  
Opladen: Westdeutscher Verlag, 375 Seiten, ISBN 3-531-13469-8, DM 74.-

#### Inhaltsverzeichnis

- [1. Die Wissenschaft überwiegt](#)
  - [2. Die wissenschaftliche Sichtweise](#)
  - [3. Die praktische Sichtweise](#)
  - [4. Ausbildung und internationale Perspektiven](#)
  - [5. Fazit](#)
- [Zum Autor](#)
- [Zitation](#)

### 1. Die Wissenschaft überwiegt

In seinem typischen "Westdeutscher-Verlag-Design" präsentiert sich der Sammelband zum Thema Online-Journalismus, in dem insgesamt Beiträge von 27 Autoren versammelt sind. Die drei Herausgeber, allesamt Wissenschaftler aus dem Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft, haben versucht bei der Auswahl der Autoren und Artikel darauf zu achten, dass sowohl die wissenschaftliche als auch die praktische Sichtweise berücksichtigt wird. Dabei überwiegt aus quantitativer Sicht jedoch eindeutig die Wissenschaft. Der Praxis werden "nur" 60 der insgesamt 370 Seiten zur Verfügung gestellt. [1]

Das Buch gliedert sich – nach der üblichen Einführung in das Thema durch die Herausgeber – in vier Hauptkapitel. Im ersten Kapitel wird die wissenschaftliche, im folgenden dann die praktische Betrachtungsweise vorgestellt. Das dritte Kapitel widmet sich der journalistischen Ausbildung. Abgerundet wird das Buch mit Beiträgen zu den internationalen Perspektiven des Online-Journalismus. [2]

### 2. Die wissenschaftliche Sichtweise

Mit einem Forschungsüberblick zum Online-Journalismus von Christoph NEUBERGER beginnt der wissenschaftliche Teil. In dem lesenswerten Aufsatz fasst er ausführlich und kompetent die verschiedenen Fragestellungen und bisherigen Forschungsergebnisse aus dem Bereich des Online-Journalismus zusammen. Sein Hauptaugenmerk richtet er hierbei auf die technisch-ökonomischen Randbedingungen und deren Auswirkungen auf den Online-Journalismus. Sein Fazit lautet, dass die Internet-Aktivitäten von Presse und Rundfunk momentan nicht mehr als ein Anhängsel an das Mutter-Medium sind und dass der Begriff Online-Journalismus noch definiert werden muss. [3]

Mit den Transformationsprozessen des Online-Journalismus durch die Neuen Medien beschäftigt sich Gerit GÖTZENBUCHER. Anhand einer empirischen Studie, in der 29 Leitfadengespräche mit Online-Journalisten/-Redakteuren geführt wurden, zeigt die Autorin, dass sich die Aufgabenstellung für Journalisten im Online-Bereich erheblich geändert hat – weg von der lektürezentrierten Aufbereitung einzelner Meldungen hin zur service- und wettbewerbsorientierten, komplexen Teamarbeit mit dem Ziel einer *durchdachten Textorganisation* als Grundvoraussetzung für den Dialog mit den Usern. [4]

Wiebke LOOSEN und Siegfried WEISCHENBERG präsentieren eine Untersuchung mit der sie – aufbauend auf einem Mehrmethodendesign – der Frage nachgehen, welchen Stellenwert Interaktivität im Rahmen des Online-Journalismus einnimmt. Ihr Resümee lautet, dass der Begriff Interaktivität auch für Kommunikatoren nur schwer zu fassen ist und Interaktionselemente in journalistischen Online-Angeboten hauptsächlich zur User-Bindung eingesetzt werden (können). [5]

Mit den verschiedenen journalistischen Arbeitsweisen in Internetredaktionen beschäftigen sich Jürgen WILKE und Christina JOHO am Beispiel des ZDF, das mit zdf.online und heute.online über zwei verschiedene Internetauftritte verfügt. Mit Hilfe eines Vergleichs unterschiedlichster Aspekte wie z.B. der Funktion, der technischen Vernetzung, der Quellen und Mittel, der Aktualisierung sowie der Interaktivität, um nur einige der wichtigsten zu nennen, stellen sie heraus, wie unterschiedlich die beiden Redaktionen arbeiten bzw. wie unterschiedlich ihre Aufgabenstellung ist. Während man bei zdf.online von einer Art Service-Journalismus sprechen kann, positioniert sich heute.online eher als Content-Anbieter mit Nachrichtenjournalismus der klassischen Tradition. [6]

Einen ungewöhnlichen Ansatz wählen Beatrice DERNBACH und Egbert M. REINHOLD mit ihrem fiktiven Zwiegespräch zwischen Mrs. GATES und Mr. KEEPER über die Realität des Online-Journalismus, mit dem die Autoren ebenfalls auf verschiedenen Facetten und Fragestellungen des Online-Journalismus aufmerksam machen. Klaus-Dieter ALTMEPPEN erörtert, ob Online-Medien das Ende des Journalismus markieren oder eher einen Neubeginn darstellen. Hierfür ist es seiner Meinung nach erst einmal notwendig, eine Definition des Begriffs *Online-Medien* unter dem Aspekt der Organisation und Funktion vorzunehmen. Sein Fazit lautet, dass momentan nur bestimmte Bereiche des Internet und WWW als Online-Medien bezeichnet werden können. Mit dieser Aussage bezieht sich ALTMEPPEN auf die Online-Angebote der klassischen Medien, da nur sie über die aus seiner Sicht für Journalismus notwendigen organisationalen und funktionalen Elemente verfügen. [7]

Einen weiteren Beitrag zum Themenkomplex des Journalismus-Wandels liefern Manuela POPP und Klaus SPACHMANN. Auch sie kommen zum dem Ergebnis, dass das Medium Internet erst noch fassbarer und berechenbarer werden muss, bevor Aussagen über die Zukunft des Online-Journalismus getroffen werden können. Das Problem der publizistischen Qualität im Internet greift Hans-Jürgen BUCHER auf. *Rezeptionsforschung für die Praxis* lautet die Unterüberschrift

seines Beitrags, in dem er versucht, Qualitäts- und Untersuchungskriterien für journalistische Online-Angebote zu definieren bzw. auf deren Problematik hinzuweisen. Den Abschluss der wissenschaftlichen Betrachtung des Online-Journalismus bildet ein Artikel von Werner WIRTH. Darin untersucht er die Bedeutung journalistischer Kernressourcen für die Rezeption von Online-Angeboten klassischer Medien. Mit Hilfe seines wiederholt eingesetzten Websay-Projekts bildet er vier verschiedene Visit-Typen (Stipp-Visit, Arbeits-Visit, Erst- oder Kennenlern-Visit, Freundschafts- oder Fan-Visit) und legt dar, wie diese Nutzergruppen sich im Netz bewegen und welche Erwartungen sie an Internetauftritte von klassischen Medien stellen bzw. auf welchem Wege klassische Medien diese Nutzer für ihren Internetauftritt gewinnen können. [8]

### **3. Die praktische Sichtweise**

Mit dem Internetauftritt des Handelsblatts beschäftigt sich Franz-Josef-EBEL. Als ehemaliger Redaktionsleiter der Website beschreibt er nicht nur ihre Entwicklung und Struktur, sondern liefert auch einige Eindrücke aus der Redaktion und von den Anforderungen, die dort an die Journalisten gestellt werden, insbesondere akzentuiert auch er, dass eine für Journalisten neue Form der Zusammenarbeit notwendig ist. Des weiteren prognostiziert er, dass eine Trennung zwischen Online-Redaktion und Print-Redaktion aus ökonomischer Sicht auf Dauer nicht sinnvoll ist. Um die erste deutsche Regionalzeitung mit einem Online-Dienst, die Schweriner Volkszeitung, geht es in dem kurzen Artikel von Alexander BALOW. Auch in diesem Beitrag werden die Aufgaben (Redaktion, Recherche und Programmierung!) sowie die Inhalte des Internetauftritts dargestellt. Gerade in Bezug auf die Inhalte hat die Schweriner Volkszeitung einen Wandel vollzogen - weg von überregionalen Angeboten hin zu einem regionalen und lokalen Full-Service-Angebot. Aufgrund seiner Kürze bleibt der Artikel jedoch etwas oberflächlich. [9]

Michael KRAMERS versucht am Beispiel des ZDF die Zusammenhänge zwischen dem Internetauftritt und dem Fernsehprogramm des Senders aufzuzeigen. Dabei beschreibt er sehr anschaulich die auftretenden Probleme bei Umsetzung einer Fernsehsendung in einen redaktionellen Webinhalt und die daraus entstehenden Lernprozesse innerhalb der Redaktion. Besonders hebt er heraus, dass sich nicht alles – was auch im Fernsehen funktioniert – erfolgreich eins zu eins im Internet abbilden lässt. [10]

Der einzige Artikel, der sich dem Thema Hörfunk zuwendet, stammt von Christof BARTH. Er erörtert, welche Umsetzungsstrategien für einen Hörfunksender bestehen, wenn dieser seinen Hörern im Internet einen echten Mehrwert bieten möchte. Fallstudien am Beispiel von SWR3 und die Erkenntnis, dass sich die Aufgaben und Anforderungen an Journalisten durch die Neuen Medien ändern (neue Rahmenbedingungen, globaler Wettbewerb, komplexe EDV-Kenntnisse), runden diesen interessanten Artikel ab. Auch den Nachrichtenagenturen wird in diesem Buch ein Artikel gewidmet. Christoph DERNBACH schildert kurz die Entwicklung, Probleme und Möglichkeiten der Agenturen im Zeitalter des Internet. [11]

#### **4. Ausbildung und internationale Perspektiven**

Mit den Jobchancen und den Qualifikationsanforderungen in der Multimedia-Branche befasst sich Lutz P. MICHEL. Diesbezüglich liefert er – aufbauend auf einer empirischen Mehrmethodenuntersuchung – einen ausführlichen Überblick über Entwicklung, Tätigkeitsfelder und Mitarbeiterqualifikation in der Multimedia-Branche. Das eigentliche Thema des Sammelbandes wird jedoch nur am Rande gestreift. Kerstin ENGELS hingegen versucht, die Problematik der Qualifizierungssituation anhand der Entwicklung von Aus- und Weiterbildungsangeboten im Grenzbereich von Journalismus und Multimedia zu skizzieren. Dazu geht sie auf verschiedene Multimedia-Standorte und deren Konzepte zur Förderung der Aus- und Weiterbildung ein. Konkret sind dies die AIM in NRW, der MedienCampus Bayern e.V., die MFG Medien- und Filmgesellschaft in Baden-Württemberg, die Media Works Munich sowie die Medienakademie Köln. [12]

Das Praxis-Training für den Bereich des Internet-Journalismus ist das Thema von Klaus MEIER und Daniel PERRIN. In ihrem Beitrag stellen sie Ideen und Anregungen zum Lernen und Lehren von vernetzten Texten vor, die im Rahmen von Seminaren zur Journalistenaus- und -weiterbildung entstanden sind. Diesbezüglich erhält der Leser nützliche Hinweise, die er direkt umsetzen kann. So erfährt er z.B., dass eine einheitliche Nutzerführung auf der Website von Vorteil ist, dass Links klar und deutlich formuliert werden müssen und dass dem Nutzer die Gelegenheit zur schnellen Orientierung anhand von Titeln- und Zwischenüberschriften ermöglicht werden sollte. Außerdem kann er sich über verschiedene Schreibtechniken und den Aufbau multimedialer Reportagen informieren. [13]

Die internationalen Perspektiven konzentrieren sich in den Artikeln von Rudi RENGER und Helmut SPUDICH sowie Vinzenz WYSS hauptsächlich auf die deutschen Nachbarländer Österreich und Schweiz. Dies ist etwas bedauerlich, da die Herausgeber schon in ihrer Einleitung darauf hinweisen, dass sich die Entwicklungen in diesen Ländern nicht wesentlich von der in Deutschland unterscheiden. Entsprechend interessanter ist der Aufsatz von Thorsten QUANDT, der über die Entwicklung des Online-Journalismus im Vorreiterland USA berichtet. [14]

#### **5. Fazit**

Die zentrale Fragestellung des Buches beschäftigt sich damit, inwieweit die Neuen Medien den Beruf des Journalisten verändert haben und weiter verändern werden. Wie unterscheidet sich ein Online-Journalist von seinen Kollegen im Print-, Hörfunk- oder TV-Bereich? Ist für diesen Beruf eine neue Form der Ausbildung bzw. Qualifikation notwendig? Inwiefern wird die Arbeit eines Journalisten von den Neuen Medien untergraben? Alle diese Aspekte werden in dem umfassenden Herausgeberband von Klaus-Dieter ALTMEPPEN, Hans-Jürgen BUCHER und Martin LÖFFELHOLZ angesprochen und diskutiert. [15]

Dabei hat das Buch die üblichen Probleme eines Sammelbandes, der sich mit den Neuen Medien beschäftigt. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung sind die Nutzerzahlen und Ergebnisse größtenteils veraltet und überholt. Anders ausgedrückt (und darauf weisen auch einige Autoren hin), die wissenschaftliche Betrachtung des Themas kann der eigentlichen Entwicklung nicht standhalten. Somit muss das Buch als eine Momentaufnahme betrachtet werden. Doch dies soll kein Nachteil sein. Im Gegenteil. Das Buch eignet sich hervorragend für Studenten oder Interessierte als Einführungslektüre in das Thema Online-Journalismus. Es werden alle Facetten mehr oder weniger ausführlich betrachtet und analysiert. Dass die wissenschaftliche Blickrichtung ein leichtes Übergewicht hat, liegt vielleicht auch an der Herkunft der drei Herausgeber. Wenn auch die angekündigten Perspektiven insbesondere in Bezug auf die Praxis, aber teilweise auch für die Wissenschaft nicht konkret genug dargestellt werden, bleibt festzuhalten, dass den Lesenden mit Hilfe der verschiedenen Beiträge eröffnet wird, sich ein eigenes Bild vom Zustand des Online-Journalismus und seinen Zukunftsperspektiven zu machen. Ein sicherlich lohnenswertes Unterfangen, bei einem so spannenden und schnelllebigen Thema. [16]

Eine kleine Anmerkung noch zum Schluss. Wie wäre es mit einer Aufbereitung der gedruckten Ausgabe im Internet? Hier könnte man am praktischen Beispiel zeigen, welche Möglichkeiten die Neuen Medien für den Online-Journalismus bieten. Natürlich geht es nicht darum, das Buch in seiner Gänze in das Netz abzulegen, sondern es könnten Grafiken und Tabellen online zur Verfügung gestellt oder ein wissenschaftliches und praktisches Online-Forum eingerichtet werden, in denen dann über aktuelle Trends und Entwicklungen diskutiert werden könnte. Denkbar wäre auch eine laufende Aktualisierung der im Sammelband präsentierten Daten der Untersuchungen. [17]

## Zum Autor

*Martin WYSTERSKI*; Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der FU Berlin (Abschluss März 2000). Mitarbeiter bei verschiedenen Markt-, Meinungs- und Medienforschungsinstituten (GÖFAK, forsa, MediaFutura). Zur Zeit tätig als freier Kommunikationswissenschaftler u.a. als Junior-Projekt-Manager Online-Marktforschung bei der ComCult Research GmbH in Berlin.

Kontakt:

Martin Wysterski

Schopenhauerstr. 20  
D-14612 Falkensee

E-Mail: [mwys@online.de](mailto:mwys@online.de)

URL: <http://www.mwys.de>

Arbeitsschwerpunkte: Medienwirkungsforschung, Markt- und Meinungsforschung, Internet, TV-Forschung, Online-Marketing, E-Commerce.

## Zitation

Wysterski, Martin (2001). Rezension zu: Klaus-Dieter Altmeppe, Hans-Jürgen Bucher & Martin Löffelholz (2000). Online-Journalismus – Perspektiven für die Wissenschaft und Praxis [17 Absätze]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 2(2), Art. 23, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0102235>.