

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 Programmdirektoren. 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.