

Bericht und Dokumentation zum Projekt

## **Publizistik.net: Aus- und Weiterbildungswege für JournalistInnen in Österreich, Deutschland und der Schweiz**

Durchgeführt mit Unterstützung der KommAustria gemäß §11 Abs.3 PresseFG 2004



### **Projektteam:**

Dr. Andy Kaltenbrunner  
Mag. Sonja Luef  
Mag. Renée Lugschitz  
Mag.(FH) Patricia Käfer  
Mag. Mónica Martí

März 2014

## **Inhalt**

1. Einleitung.....	2
2. Studienablauf und Methodik.....	3
3. Ergebnisse.....	3
3.1. Website <a href="http://www.publizistik.net">www.publizistik.net</a> .....	3
3.2. Trends in der journalistischen Aus- und Weiterbildung.....	4
3.2.1. Crossmedialität.....	5
3.2.2. Technik-Skills.....	5
3.2.3. Kooperationen auf nationaler Ebene.....	6
3.2.4. Internationalisierung.....	6
3.2.5. Gemeinsame Ausbildung für Journalismus & PR.....	7
3.2.6. Spezialisierung.....	8
3.2.7. Blended Learning.....	9
3.2.8. Ausbildung in Medienmanagement.....	10
3.2.9. Exklusive Master-Programme für Professionals.....	10
4. Ausblick.....	11
5. Literatur (Auswahl).....	12
6. Team.....	14
7. Kontakt und weitere Informationen.....	16

### Anhang:

I. Screenshots von [publizistik.net](http://publizistik.net)

II. Texte der [publizistik.net](http://publizistik.net)-Subsite „Österreich im Detail“

III. Pressebericht über [publizistik.net](http://publizistik.net) auf [Horizont.online](http://Horizont.online) von 17.3.2014

IV. Programm der SGKM-Jahrestagung von 11.-12.4.2014 in Zürich (Präsentation der [publizistik.net](http://publizistik.net)-Erstauswertung durch Medienhaus Wien)

## 1. Einleitung

Sehr lange hielt sich in Österreich das Selbst- und Fremdverständnis, dass Journalismus ein Begabungsberuf sei, geboren aus Genie wie jenem des Schriftstellers. BerufseinsteigerInnen hatten maximal die Möglichkeit, sich direkt in der Redaktion von erfahrenen KollegInnen den einen oder anderen handwerklichen Zugang oder Recherche-Kniff abzuschauen.

Erste Initiativen zur Institutionalisierung der Ausbildung für Journalismus gab es in Deutschland bereits Ende der 1940er Jahre (1949 mit der Gründung der Deutschen Journalistenschule in München). In Österreich nahm der Aus- und Aufbau von entsprechenden Programmen 1978 seinen Anfang, als das Kuratorium für Journalistenausbildung (KfJ) seinen Betrieb aufnahm. Seitdem ist die Zahl von Ausbildungen und berufsbegleitenden Weiterbildungsmaßnahmen stetig gestiegen. Speziell in den vergangenen zehn Jahren hat sich die Zahl der einschlägigen Studien- und Lehrgänge in Österreich nochmals deutlich erhöht. Die Gründe dafür sind vielfältig: Zum einen hat sich mittlerweile auch hierzulande der Gedanke durchgesetzt, dass Journalismus nicht nur Begabung, sondern auch sehr viel handwerkliches Rüstzeug und berufliches Fachwissen braucht. Andererseits hat der Bologna-Prozess mit der Einführung von Bachelor- und Master-Studien und einer besseren (auch internationalen) Vergleichbarkeit zu einer Ausdifferenzierung von Programmen geführt. In das vergangene Jahrzehnt fiel auch ein genereller Ausbau der Fachhochschulen in Österreich. Der erste journalistische FH-Studiengang nahm schließlich erst 2002 in Graz seinen Betrieb auf, 2003 zog Wien nach.

Der Anteil der heimischen JournalistInnen, der eine berufsspezifische Ausbildung absolviert hat, ist international gesehen gering. Das ändert sich allerdings langsam mit den nachfolgenden Generationen, die bereits die Möglichkeit hatten, zwischen mehreren Studien- und Lehrgängen das für sie Passende auszuwählen. So hatten 2008 laut dem „Journalisten-Report II“ nur 33 Prozent der über 50-Jährigen eine journalistische Ausbildung abgeschlossen, bei den bis 29-Jährigen waren es immerhin 43 Prozent.<sup>1</sup>

Problematisch war, dass manche Programme nur Insidern bekannt waren und es wegen der Fülle an Bildungsangeboten so gut wie unmöglich war, einen übersichtlichen Vergleich zwischen Programmen anzustellen. Es gab nur die 2001/02 aus Privatinitiative zusammengestellte und sporadisch erweiterte Datenbank [www.publizistik.net](http://www.publizistik.net) mit Aktualitätsdefiziten. Ziel des Forschungsprojektes war es also, eine allgemein und kostenfrei zugängliche Informationsseite zu gestalten, die möglichst alle Aus- und Weiterbildungsprogramme für Journalismus im deutschsprachigen Raum übersichtlich vereint und dabei zugleich hunderte Aus- und Weiterbildungsdaten als Grundlage für vertiefende Analysen zu Angebot und Trends bei Qualifizierung von MedienmitarbeiterInnen systematisiert erhebt.

---

<sup>1</sup> Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (Hg.) (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Eine repräsentative Befragung. Wien, facultas.wuv. S.114.

## 2. Studienablauf und Methodik

Zunächst wurde mittels Gesprächen mit JournalistInnen und Studierenden ausgelotet, welche Daten und Fakten bei einem Überblick über Aus- und Weiterbildungsangebote für die Zielgruppe vorrangig von Interesse sind (z.B. Inhaltliches, Dauer, Kosten, Kontaktmöglichkeiten etc.). Das Forschungsteam entwickelte daraus einen Kriterienkatalog, der auch der technisch neu programmierten Datenbank (DB) zu Grunde liegt. Gemeinsam mit einem erfahrenen DB-Entwickler wurde ein entsprechendes Formular entworfen, in das die einzelnen Datensätze eingepflegt wurden, sowie ein User-Interface zur Abfrage von Bildungsprogrammen entsprechend individueller Interessen.

In einem nächsten Schritt überprüfte das Forschungsteam alle in der DB bereits vorhandenen Bildungsangebote und aktualisierte die Daten. Danach wurden im Rahmen einer Desk-Study systematisch neue Aus- und Weiterbildungsprogramme in Österreich und Deutschland recherchiert. Lehr- und Studienangebote aus der deutschsprachigen Schweiz und Liechtenstein waren in der alten Version der Website überhaupt nicht vorhanden und wurden nun neu in die Datenbank aufgenommen. Als hilfreich erwies sich dabei die gute Vernetzung von Medienhaus Wien mit ExpertInnen, PraktikerInnen und Lehrenden aus dem gesamten deutschsprachigen Raum, die immer wieder wertvolle Hinweise gaben und geben, fehlende Daten ergänzen oder GesprächspartnerInnen vermitteln konnten.

Eine wichtige Maßnahme im Sinne der verbesserten Usability war es, eine einheitliche Terminologie einzuführen. Die verschiedenen Bildungsstätten verwenden sehr unterschiedliche Termini für vergleichbare Programminhalte (z.B. Konvergenz, Crossmedia, Multimedia), was die Orientierung für interessierte Laien noch schwieriger macht. Durch eine einheitliche Beschlagwortung ist es nun leichter, in der Datenbank nach bestimmten Inhalten zu suchen. Die Einführung einer einheitlichen Terminologie brachte aber auch dem Forschungsteam Vorteile: Die Auswertung der zusammengetragenen Bildungsprogramme bezüglich Neuigkeiten und Trends im Bereich journalistischer Aus- und Weiterbildung wurde dadurch vereinfacht.

Nach Abschluss der Recherche-Arbeiten wurden die Entwicklung der Medienausbildung in Österreich und deren Status quo zudem in einem eigenen, stärker redaktionellen Text aufbereitet (siehe Anhang). Diese Abhandlung kann auf einer Subsite von [publizistik.net](http://publizistik.net) eingesehen oder bei Interesse ausgedruckt werden und richtet sich vor allem an jene UserInnen, die sich im Rahmen ihrer Recherchen erstmals mit österreichischen Spezifika der Qualifikation für Medienberufe, insbesondere für Journalismus, interessieren (StudienanfängerInnen, internationale InteressentInnen aus Forschung und Bildung, etc.).

### 3. Ergebnisse

#### 3.1. Website [www.publizistik.net](http://www.publizistik.net)

Kern der technisch aktualisierten und mit neuem Design versehenen Website [publizistik.net](http://www.publizistik.net) ist, wie schon erwähnt, die Datenbank. Darin werden nun, nach Abschluss des Projekts, exakt 291 aktuelle Programme in vier Ländern (Österreich, Deutschland, deutschsprachige Schweiz, Liechtenstein) aufgelistet. Statt einer einfachen (und damit nur sehr groben) Suche nach Land und Dauer ist jetzt auf der neuen Site zusätzlich auch eine erweiterte Suche integriert. Hier hat der User/die Userin etwa die Möglichkeit, nach Programmen mit akademischem Abschluss zu suchen, nach solchen, die in englischer Sprache oder berufsbegleitend abgehalten werden oder nach Programmen mit bestimmten Schwerpunkten wie TV-Produktion oder Sportjournalismus. Selbstverständlich ist es auch möglich, verschiedene Suchkriterien zu kombinieren.

Als zusätzliches Service-Angebot neben der Datenbank und dem Text über journalistische Aus- und Weiterbildung in Österreich sind „News“ integriert. Darin werden von MitarbeiterInnen von Medienhaus Wien laufend Informationen zu neuen Studien- und Lehrgängen im Bereich Journalismus und verwandten Berufsbildern publiziert. Außerdem finden sich hier Veranstaltungsankündigungen sowie Hinweise zu Einreichfristen für diverse Stipendien und Preise für JournalistInnen. Publizistik.net von Medienhaus Wien, das selbst kein Anbieter und Träger von Aus- und Fortbildung ist, aber langjährige Erfahrung als Programmentwickler hat, versteht sich damit als Netzwerkknoten zwischen Forschung und Bildung, Medienunternehmen, Ausbildnern und Studierenden.

Im Jahr 2013 recherchierten – saisonabhängig – zwischen 1.000 und 2.000 BesucherInnen im Monat in der Datenbank von [publizistik.net](http://www.publizistik.net). Es ist anzunehmen, dass sich die Durchschnittszahlen mit dem Relaunch erhöhen werden. Genaue Zahlen lassen sich unmittelbar nach dem Launch seriöserweise noch nicht nennen. Es zeigt sich aber bereits, dass die Anzahl der Visits jedes Mal steigt, wenn es in den Medien – inklusive Social-Media – Hinweise auf die Seite gibt. Social-Media-Empfehlungen sind ein wesentlicher zusätzlicher Treiber gerade in der medienaffinen Zielgruppe.

In Zukunft wird es über [publizistik.net](http://www.publizistik.net) einen eigenen Newsletter geben (ein Anmelde-Button wurde auf der Website integriert), der mehrmals jährlich versendet wird. Durch den Newsletter, der über aktuelle Angebote im deutschsprachigen Qualitätsbildungsmarkt informieren wird, sollen gleichzeitig Bekanntheit und Nutzungsintensität von [publizistik.net](http://www.publizistik.net) erhöht werden. Wesentlich ist dabei aber auch die laufende Vernetzung der Anbieter von Aus- und Weiterbildung selbst, von denen viele Dutzend in Österreich, Deutschland und der Schweiz im Newsletter-System bereits integriert sind.

Screenshots von [publizistik.net](http://www.publizistik.net) finden Sie im Anhang.

### 3.2. Trends in der journalistischen Aus- und Weiterbildung

Nach Auswertung unserer Rechercheergebnisse lässt sich für die Entwicklung in der Aus- und Weiterbildung im Journalismus zusammenfassend feststellen: Die grundlegenden Veränderungen in der Medienbranche der vergangenen zwei Jahrzehnte spiegeln sich in der Journalisten- und generell der Medienausbildung deutlich wider. Digitalisierung, die Neuen Medien und zuletzt Social-Media sind erst in den Redaktionen und dann etwas zeitverzögert auch in den Aus- und Weiterbildungscurricula angekommen.

Zu den spezifischen Veränderungen der Medienwelt kommt die strukturelle Reform des gesamten akademischen Bereichs durch den Bologna-Prozess hinzu. Das europaweite Ausbildungsschema hat sich auch im Bereich der Journalismus- und Medienausbildung durchgesetzt: Die (meist achtsemestrigen) Magisterstudiengänge wurden durch das zweistufige System berufsqualifizierender Studienabschlüsse ersetzt. An den (meist sechssemestrigen) Bachelor kann ein (meist viersemestriger) Master angeschlossen werden. Dabei müssen der Bachelorstudiengang und der daran anschließende Master aber nicht immer aus demselben Fach sein. So kann zum Beispiel ein Masterprogramm für „Journalismus“ durchaus auch AbsolventInnen ganz unterschiedlicher anderer Richtungen (z.B. kulturwissenschaftlicher, technischer und wirtschaftswissenschaftlicher Studien) aufnehmen. Die Masterprogramme werden von den Studierenden häufig auch nicht mehr unmittelbar an das Grundstudium angeschlossen, sondern erst nach Praktika, (internationalen) Volontariaten oder auch längerer Berufspraxis begonnen. Sie werden damit zum akademischen Weiterbildungsprogramm – auch für Medien-QuereinsteigerInnen.

Der Anspruch an Journalismus-BerufseinsteigerInnen ist in Zeiten von personellem Überangebot und genereller Unsicherheit in der Branche groß. Das wissen auch die Bildungsträger, wenngleich es scheint, als hätten auch sie keine Patentlösung für ihre Studierenden parat. „Ziel ist der/die spezialisierungsfähige Generalist/in mit praktischem Know-How und wirtschaftlichem Hintergrundwissen“<sup>2</sup>, skizziert beispielsweise die Hochschule Magdeburg-Stendal für ihren Journalismus/Medienmanagement-Studiengang. Solchen Spagat zwischen breitem Orientierungswissen und fachlicher Expertise, Allgemeinbildung und handwerklicher Perfektion auf vielen Medienkanälen versprechen viele Studiengänge in ihren Programmpräambeln.

Wie Fachhochschulen, Universitäten, Akademien und Journalistenschulen dennoch versuchen, ihre Studierenden möglichst umfassend für die Medienwelt von heute aus- und weiterzubilden, lässt sich nach erster Auswertung an neun wesentlichen Trends festmachen, die wir im Rahmen unserer Erhebung mit systematischer Codierung für Programminhalte wie auch Organisationsformen im gesamten deutschsprachigen Raum ausgemacht und analysiert haben. Jeweils am Ende der einzelnen Trendbeschreibungen sind zur Veranschaulichung einige Beispiele typischer Programme und Träger angeführt.

---

<sup>2</sup> [https://www.hs-magdeburg.de/studium/s-studienangebot/bachelor/b\\_journalistik?set\\_language=en;](https://www.hs-magdeburg.de/studium/s-studienangebot/bachelor/b_journalistik?set_language=en;)  
Download vom 17.03.2014.

### 3.2.1. Crossmedialität

Noch vor wenigen Jahren waren die Berufsfelder im Journalismus klar abgesteckt: Man arbeitete als Printredakteur, als Fernsehjournalistin, beim Radio oder als Onliner. Entsprechend fragmentiert waren auch Schulungen und Lehrgänge. Heute gibt es diese Ausbildung für ein einziges, bestimmtes Medium kaum noch, denn in der Praxis ist die journalistische Fähigkeit, für verschiedene Kanäle arbeiten zu können, gefragt. In 78 der rund 300 auf [publizistik.net](http://publizistik.net) erfassten Bildungsprogramme ist Multimedialität bzw. Crossmedialität ausdrücklicher inhaltlicher Schwerpunkt, in den meisten anderen Lehr- und Studiengängen zumindest früheren Curricula als neues Thema hinzugefügt worden. Hier gibt es übrigens keine Unterschiede zwischen akademischen und nicht-akademischen Programmen. Gerade in Journalistenschulen, die in der Regel engeren Kontakt mit der Praxis haben und mit ihren Seminarreihen flexibler auf die Bedürfnisse des Marktes eingehen können, gibt es zahlreiche Angebote im Bereich der Neuen Medien und des crossmedialen Arbeitens.

Beispiele:

- **Digital Media Publishing – Innovatives Publizieren im Verlag 3.0**, Master-Studiengang an der Donau-Universität Krems (Ö)
- **Content-Produktion & Digitales Medienmanagement**, als Bachelor-Studiengang ab Wintersemester 2014/15 neu an der Fachhochschule Wien (Ö)
- **Medienkommunikation**, als Bachelor- und Masterstudiengang an der Technischen Universität Chemnitz (D)
- Lehrgang **Online-/Multimedia-Redaktion** an der Akademie für Neue Medien in Kulmbach (D)
- Lehrgang **Journalismus**, SAL – Schule für angewandte Linguistik in Zürich (CH)

### 3.2.2. Technik-Skills

Von JournalistInnen wird heute zunehmend erwartet, dass sie selbst Fotos oder kurze Videos machen können, dass sie sich mit Content-Management-Systemen, Bildbearbeitungs- und Audioprogrammen auskennen und ihre Rechercheergebnisse auf mehreren Kanälen publizieren. Dementsprechend wichtiger werden die Fähigkeiten im Bereich Produktionstechnik und Mediengestaltung. Die Mehrzahl der journalistischen Ausbildungsprogramme hat in ihrem Lehrplan zumindest die Vermittlung von entsprechenden Basiskenntnissen vorgesehen.

Beispiele:

- **Kommunikation, Wissen, Medien** als Bachelor- und Masterstudiengang an der Fachhochschule Oberösterreich in Hagenberg (Ö)



- **Digital Media – Design & Production**, Lehrgang an der Webster University in Wien (Ö)
- **Digital Journalism**, gemeinsamer Master-Studiengang von Hamburg Media School und Universität Hamburg (D)
- **Multimedia Producer**, Bachelor-Studiengang an der Fachhochschule Kiel (D)
- **Multimedia Production**, Bachelor-Studiengang an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur (CH)

### 3.2.3. Kooperationen auf nationaler Ebene

Ein noch recht junges Phänomen ist die enge Kooperation verschiedener Träger von journalistischer Aus- und Weiterbildung. Oft handelt es sich um Kooperationen von einem akademischen und einem nicht-akademischen Partner, also von Universitäten bzw. FHs mit Journalismusschulen und -akademien. Vorteile bietet die Zusammenarbeit dabei allen beteiligten Institutionen: Universitäten können zumindest die Praxisteile an Lehrstätten, die schneller auf Markterfordernisse reagieren können, auslagern. Journalismusschulen haben wiederum die Möglichkeit, Ausbildungen anzubieten, die Bachelor- oder Masterniveau aufweisen und mit einem akademischen Titel abschließen. Der Grad der Zusammenarbeit ist variabel, manchmal fungiert die Universität nur als curricularer Entwickler, in anderen Fällen finden Lehrveranstaltungen an beiden Standorten statt.

Beispiele:

- **Webwissenschaften**, ein gemeinsamer Master-Studiengang von Johannes Kepler Universität Linz und Kunstuniversität Linz (Ö)
- **Medienmanagement**, Master-Studiengang von Hamburg Media School und Universität Hamburg (D)
- **International Media Studies**, Master-Studiengang, getragen von der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, der Universität Bonn und der Deutschen Welle (D)
- **Journalistik**, ein Master-Studiengang der Deutschen Journalistenschule und der Ludwig-Maximilians-Universität München (D)
- **Corporate Writing & Publishing**, Master of Advanced Studies von der Hochschule für Wirtschaft Zürich und der Schweizerischen Text Akademie in Davos (CH)

### 3.2.4. Internationalisierung

Die Internationalisierung in der journalistischen Aus- und Weiterbildung lässt sich anhand mehrerer Faktoren feststellen. Zum einen finden Kooperationen, wie es sie auf nationaler Ebene gibt, auch länderübergreifend statt. Beim EU-geförderten Erasmus-Programm *Mundus Journalism – Journalism, Media and Globalisation* sind sogar sechs Institutionen in



vier EU-Ländern beteiligt. Kooperationen, sei es auf nationaler oder internationaler Ebene, sind ein Phänomen, das vor allem Masterstudiengänge betrifft.

Andererseits versucht eine größer werdende Zahl von Ausbildungsstätten, sich auch über die Grenzen hinaus zu positionieren und aus Gründen der besseren Auslastung und des gesteigerten Renommées für ihre Standorte Studierende und Lehrende aus anderen Ländern anzuziehen. Die Unterrichtssprache ist bei solchen Programmen ganz oder zumindest überwiegend Englisch, meist können Pflichtpraktika oder einzelne Semester bei Partner-Institutionen im Ausland absolviert werden.

Beispiele:

- **International Media Innovation Management**, Master-Studiengang von fjum Wien und Deutsche Universität für Weiterbildung in Berlin. Unterrichtssprache ist Englisch, es gibt Stipendien für Studierende aus CEE-Ländern, Präsenz-Module finden in Österreich, Deutschland, Spanien und USA statt (Ö, D)
- **Media and Convergence Management**, neuer Master-Studiengang (ab Wintersemester 2014/15) an der Universität Klagenfurt mit Unterrichtssprache Englisch (Ö)
- **New Media Journalism**, ein Master-Studiengang, getragen vom Kuratorium für Journalistenausbildung in Salzburg, der Akademie für Publizistik in Hamburg, der Leipzig School of Media und der Journalismusschule MAZ in Luzern (Ö, D, CH)
- **Medienmanagement, Information und Kommunikation (MIK)/Communication interculturelle dans les institutions et organisations franco-allemandes**, Master-Studiengang der Bauhaus-Universität Weimar gemeinsam mit der Université Lumière Lyon 2; Interkulturalität ist hier ein Schwerpunkt (D, F)
- **Erasmus programme: Mundus Journalism – Journalism, Media and Globalisation**, Master-Studiengang mit Unterrichtssprache Englisch, studiert muss in mindestens zwei verschiedenen Ländern werden. Träger sind Aarhus University and the Danish School of Media and Journalism, University of Amsterdam, University of Hamburg, City University London, University of Swansea. (D, DK, NL, GB)
- **Diplomausbildung Journalismus**, ein gemeinsamer Lehrgang der beiden Journalistenschulen MAZ in Luzern und Henri-Nannen-Schule in Hamburg (D, CH)

### *3.2.5. Gemeinsame Ausbildung für Journalismus und PR*

Als 2002 in Graz der österreichweit erste journalistische Fachhochschulstudiengang startete, kam die Verbindung von Journalismus und Unternehmenskommunikation, die das Programm sogar im Titel trägt, einem Tabubruch gleich. KritikerInnen befürchteten eine Vermischung der Disziplinen und sahen darin ein Symbol des Niedergangs der journalistischen Unabhängigkeit. Heute gehen immer mehr Ausbildungsstätten dazu über, den Entstehungsprozess und das (technische) Produkt in den Mittelpunkt zu stellen. Die

Studierenden üben, verschiedenste Textsorten zu verfassen und Videos zu produzieren, sie lernen die Regeln von Social-Media und Konvergenz, Medienrecht und Medienmanagement und spezialisieren sich oft erst während ihrer Ausbildung im Rahmen von Wahlfächern letztlich auf Journalismus oder auf PR, Corporate-Communications oder auch Medienarbeit öffentlicher Einrichtungen. Das ist nicht zuletzt einem sich verändernden Arbeitsmarkt für JournalistInnen geschuldet, wo auch aus individuellen ökonomischen Gründen konsekutive oder auch parallele Tätigkeit in mehreren dieser Bereiche üblich wird.

Beispiele:

- **Journalismus und Public Relations**, Bachelor-Studiengang an der Fachhochschule Joanneum in Graz (Ö)
- **Public Communication**, Master-Studiengang am Postgraduate Center der Universität Wien (Ö)
- **Visuelle Publizistik**, Master-Studiengang an der Hamburger Akademie für Publizistik gemeinsam mit der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (D)
- **Cast/Audiovisuelle Medien**, Bachelor-Studiengang an der Zürcher Hochschule für Künste in Zürich (CH)
- **Journalismus/Organisationskommunikation**, Bachelor-Studiengang der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur (CH)

### *3.2.6. Spezialisierung*

JournalistInnen sollen heute idealerweise Allrounder und universell in allen Mediensparten einsetzbar sein. Dieses veränderte Berufsbild hat auch in der Aus- und Weiterbildung seine Entsprechung gefunden, die Lehrinhalte sind breiter gestreut. Der integrierte Newsroom, als physische Infrastruktur oder Lehrprinzip wurde üblich. Von Medienhaus Wien in früheren Studien beschriebene Konvergenztrends in der Aus- und Weiterbildung haben in den USA und Skandinavien ihren Ausgang genommen und sind nunmehr auch im deutschsprachigen Raum angekommen.

Es gibt aber auch Institutionen, die den gegenteiligen Weg gehen und versuchen, ihre AbsolventInnen auf andere Art und Weise auf die Berufsrealität vorzubereiten. Diese Programme wollen keine GeneralistInnen, sondern hoch qualifizierte SpezialistInnen ausbilden, die ihre Nische in einem ganz klar abgegrenzten Marktsegment finden sollen. Das kann ein bestimmtes journalistisches Ressort (z.B. Gesundheitsjournalismus) oder eine bestimmte Sparte (z.B. Privat-TV) betreffen. Berufsbegleitend werden dabei auch ganz spezifische Qualifikationsdefizite von JournalistInnen ausgeglichen. Grundständig können ganz neue Segmente erschlossen werden. International viel beachtet ist derzeit etwa der Bachelorstudiengang „Cast“ an der Zürcher Hochschule der Künste: Studierende lernen hier drei Jahre lang, journalistische oder fiktionale Inhalte für die kleinen Bildschirme von mobilen Medien zu produzieren (Smartphones, Tablets).

Beispiele:

- **Politische Kommunikation**, Master-Studiengang an der Donau-Universität Krems (Ö)
- **Zertifikationskurs Journalismus TV/Radio**, ein Lehrgang von fjum Wien (Ö)
- **Sozial- und Gesundheitsjournalismus**, Master-Studiengang der Hochschule Magdeburg-Stendal (D)
- **Fachjournalismus-Ausbildung für Quereinsteiger**, ein Lehrgang von der Medienschule Nordwestschweiz und der Klara Akademie für Journalismus in Berlin (D, CH)
- **Cast/Audiovisuelle Medien**, Bachelor-Studiengang an der Zürcher Hochschule für Künste in Zürich (CH)

### 3.2.7. Blended Learning

Fernstudiengänge gab es vereinzelt auch schon früher. Ihr Ruf war nicht immer der beste, oft war die (Betreuungs-)Qualität zweifelhaft. Rasche Digitalisierung machte es möglich, betreuungsintensive Blended-Learning-Programme, die mit unterschiedlichen Lernformaten arbeiten, zu implementieren. Präsenzphasen, in denen Studierende und Lehrende an einem Ort zusammenkommen und geblockt Seminare absolvieren, wechseln mit zeitlich flexibleren Phasen des Selbststudiums ab. Online-Kurse, Webinare, Skype-Termine und der Austausch via Social-Media vermitteln ein Gruppengefühl des Lernens, auch wenn sich die Studierenden und Lehrenden an den unterschiedlichen Orten, meist sogar in verschiedenen Ländern, befinden. Besonders für Menschen, die berufsbegleitend studieren möchten, ist das „virtuelle Klassenzimmer“ von enormem Vorteil, weil sich die Weiterbildung gut auf die eigene Lebens- und Arbeitssituation abstimmen lässt. Massenwirksame Onlineprogramme als digitale Vorlesungen für Tausende, die für einzelne zum echten Studienprogramm werden (wie die Khan-Academy oder die Poynter-University für JournalistInnen in den USA) sind im deutschsprachigen Raum derzeit im Mediensektor aber noch nicht verankert.

Beispiele:

- **Digital Media Publishing – Innovatives Publizieren im Verlag 3.0**, Master-Studiengang an der Donau-Universität Krems (Ö)
- **International Media Innovation Management**, Master-Studiengang von fjum Wien und Deutsche Universität für Weiterbildung in Berlin (Ö, D)
- **Technische Kommunikation**, Master-Studiengang von Donau-Universität Krems und tecteam – Bildungsinstitut für Technische Kommunikation in Dortmund (Ö, D)
- **Journalismus und Medienwirtschaft**, Master-Studiengang an der Fachhochschule Kiel (D)
- **Journalismus**, Lehrgang an der SAL – Schule für Angewandte Linguistik in Zürich (CH)

### 3.2.8. Ausbildung in Medienmanagement

In Zeiten, in denen Medien neue Geschäftsmodelle entwickeln müssen, weil die alten schlicht und einfach nicht mehr funktionieren, steigt der Bedarf an Menschen, die das Know-How aus beiden Welten, aus Journalismus und Betriebswirtschaft, vereinen. Viele akademische Programme haben daher heute Management-Elemente in ihre Lehrpläne integriert oder Medienmanagement ins Zentrum ihrer Studiengänge gestellt. 129 der fast 300 Aus- und Weiterbildungsprogramme in der Datenbank von publizistik.net beschäftigen sich schwerpunktmäßig (unter anderem) mit dieser Disziplin. Neu und bemerkenswert ist, dass die bisher eher wissenschaftlich orientierten Universitätsstudien mit Medienmanagement eine Fokussierung entdeckt haben, die sie insbesondere im Rahmen von Masterprogrammen zunehmend aufgreifen. So startet etwa im Herbst 2014 an der Universität Klagenfurt ein neuer MA-Studiengang in diesem Bereich namens „Media and Convergence Management“. In erster Analyse lässt sich dieser Weiterbildungstrend auch aufgrund der Nachfrage bereits aktiver JournalistInnen erklären. Viele wachsen aus Redaktionsrollen in immer komplexere Führungsaufgaben, auf die sie nicht ausreichend vorbereitet sind.

Beispiele:

- **Medienmanagement** (BA) sowie **Media Management** (MA) an der Fachhochschule St. Pölten (Ö)
- **Content-Strategie und Digitale Kommunikation**, Master-Studiengang, ab Herbst 2014 neu an der Fachhochschule Joanneum in Graz (Ö)
- **Media and Convergence Management**, neuer Master-Studiengang (ab Wintersemester 2014/15) an der Universität Klagenfurt (Ö)
- **Media and Leadership**, Master-Studiengang, Träger sind die Donau-Universität in Krems und die Stensington Internationale Management Akademie in Hamburg (Ö, D)
- **Medienmanagement, Information und Kommunikation (MIK)/Communication interculturelle dans les institutions et organisations franco-allemandes**, Master-Studiengang der Bauhaus-Universität Weimar gemeinsam mit der Université Lumière Lyon 2 (D, F)
- **Multimedia Communication**, Master of Advanced Studies an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur (CH)

### 3.2.9. Exklusive Masterprogramme für Professionals

Studiengebühren wurden an Österreichs Universitäten in den 1970er Jahren abgeschafft, bevor ab 2001 wieder ein Beitrag pro Semester bezahlt werden musste, der 2008 – mit Ausnahme der meisten Fachhochschulen – erneut abgeschafft wurde. Dieser Studienbeitrag ist allerdings sehr gering im Vergleich zu jenen Gebühren, die heute für die Teilnahme an manchen Masterstudiengängen eingehoben werden. Erfolgsvoraussetzung für diese

hochpreisigen Programme, die sich in der Regel an bereits im Berufsleben stehende Personen richten, ist aber, dass auch wirklich Exklusives geboten wird. Kleine Gruppengrößen, individuelle Betreuung, exzellente Lehrende, aktuelle und praxisnahe Inhalte sowie Möglichkeiten zum Networking mit wichtigen und bekannten Personen aus der Medienbranche werden vorausgesetzt. Dann sind Studierende (bzw. ihre Unternehmen, denn meist werden die Studiengebühren nicht oder zumindest nicht zur Gänze von den Weiterbildungswilligen selbst bezahlt) auch bereit, mehr als 20.000 Euro in ein Master-Programm zu investieren. Einige der Anbieter offerieren Stipendien, um auch talentierten, aber nicht so finanzkräftigen Studierenden eine Teilnahme zu ermöglichen.

Beispiele:

- **International Media Innovation Management**, executive Master-Studiengang von fjum Wien und Deutsche Universität für Weiterbildung in Berlin. Kosten: 10.000 (Höchststipendiaten) bis 40.000 Euro (Vollzahler). Hotelkosten für die internationalen Präsenzwochen sind inklusive. (Ö, D)
- **Media and Leadership**, Master-Studiengang von Donau-Universität in Krems und Stensington Internationale Management Akademie in Hamburg. Kosten: ca. 21.200 Euro (Ö, D)
- **Journalistik**, Master-Studiengang der MHMK Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in München. Kosten: ca. 19.000 Euro (D)
- **Medienmanagement**, ein executive Master-Studiengang von Hamburg Media School und Universität Hamburg. Kosten: ca. 32.000 Euro (D)
- **Digital Business**, Master of Advanced Studies an der Hochschule für Wirtschaft Zürich. Kosten: ca. 23.000 Euro. (CH)

#### 4. Ausblick

„Wenn Medienmanager und Verlagschefs heute verkünden, dass der Medienwandel den Journalistenberuf wieder `spannend` mache und die Crossmedia-Trends eine `großartige Herausforderung` – so der Springer-Vorstandsvorsitzende Matthias Döpfner – bedeuteten, dann freut man sich über den darin zum Ausdruck gebrachten Optimismus. Doch die viel größere Herausforderung des Journalismus steckt in seiner Selbstwahrnehmung: Wer bin ich, was muss ich können, was soll ich tun?“ schrieb der mittlerweile an der Universität Leipzig emeritierte Journalismusprofessor Michael Haller 2013<sup>3</sup>. Die Frage, wer sich JournalistIn nennen darf (Gehören BloggerInnen auch dazu? Sind Online-RedakteurInnen nur JournalistInnen zweiter Klasse?) und was BerufeinsteigerInnen machen müssen, um in wirtschaftlich und strukturell schwierigen Zeiten im Journalismus Fuß fassen zu können,

---

<sup>3</sup> Haller, Michael (2013): Am eigenen Schopf packen. In: message – Internationale Zeitschrift für Journalismus 1/2013. S. 37.

beschäftigt die Branche gerade in diesen Wochen sehr<sup>4</sup>. Medienhaus Wien kann hier nun durch zeitnahe Grundlagenforschung 2013/2014 Basisdaten abseits aktueller Befindlichkeiten einzelner Anbieter oder AbsolventInnen von Aus- und Weiterbildung zur Verfügung stellen – und erste Trendanalysen durchführen. Aber auch über die Grenzen Österreichs hinweg werden derzeit Antworten auf die Frage gesucht, wohin sich das journalistische Berufsfeld entwickelt oder entwickeln soll, wie die Aus- und Weiterbildung optimiert und einer sich rasant verändernden Medienlandschaft gerecht werden kann. Das Studienteam wurde eingeladen, einen Vortrag bei der SGKJ-Jahrestagung 2014 von 11.-12. April 2014 in Zürich zu halten. Das Thema des Referats im Rahmen des Panels „Journalistenausbildung in Zeiten des Medienwandels“: „Ein Jahrzehnt Wandel: Eine komparative Analyse der Qualifizierungsangebote in Deutschland, Österreich und der Schweiz“. Der Vortrag fußt auf den Daten aus publizistik.net.

In einem nächsten Forschungsschritt will sich das Team von Medienhaus Wien einer zentralen inhaltlichen Frage der beruflichen Entwicklung von JournalistInnen qualitativ vertiefend widmen: Der Diskussion, ob vorrangig sehr fokussierte Expertise oder möglichst breites Journalismusverständnis Zukunft haben wird und welche Berufsvorbereitungen und laufenden Qualifizierungsmaßnahmen deswegen vonnöten sind. Diese Debatte „GeneralistInnen vs. SpezialistInnen“ wird in der Branche derzeit emotions- aber noch wenig faktenreich und weitgehend ohne aktuelle Forschungsgrundlage für die spezifisch österreichische Situation geführt.

Generell lässt sich festhalten: Der erste Schritt, eine quantitative Erhebung des journalistischen Aus- und Weiterbildungsangebotes im deutschsprachigen Raum, ist gemacht. Die Daten und ermittelten Trends werfen aber viele neue Forschungsfragen im Spannungsfeld von Journalismus-Theorie und Berufspraxis auf. Oder, wie es Haller formuliert: „[...] vor lauter Multi- und Crossmedialität übersehen viele Dozenten und Ausbilder, dass der Journalismus sein Rollenverständnis reformieren muss.“<sup>5</sup>

## 5. Literatur (Auswahl)

Altmeppen, Klaus-Dieter und Hömberg, Walter (Hg.) (2002): Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt. Diagnosen, Institutionen, Projekte. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.

---

<sup>4</sup> Siehe z.B. das Dossier Ende März 2014 in der Online-Ausgabe der Kleinen Zeitung: „Wie viel Qualität steckt unter dem Kapuzenpulli?“,

<http://www.kleinezeitung.at/portal/fragments/nachrichten/kultur/kapuzenjournalismus/index.html>,

Download von 28.3. 2014; oder eine Diskussionsveranstaltung am 25. März 2014 im Wiener rhiz, veranstaltet von zwei StudentInnen der FH Wien, unter dem Titel „Entwicklungsstörung. Die Realität am journalistischen Arbeitsmarkt“, Details siehe <https://www.facebook.com/events/1415348765387228/?fref=ts>, Download von 28.3.2014. Über diese Veranstaltung und die darin angesprochenen Probleme wurde auch unter dem Hashtag #jourreal getwittert.

<sup>5</sup> vgl. Haller (2013), S. 37.

Birkner, Thomas: Journalismus – eine Profession, die keine ist. In: medien & zeit 2/2011, S. 49-58.

Christl, Reinhard und Rudorfer, Silke (Hg.) (2007): Wie werde ich Journalist/in? Wege in den Traumberuf. Wien, Berlin, LIT Verlag.

Dernbach, Beatrice / Rühl, Manfred / Theis-Berglmair, Anna Maria (Hg.) (1998): Publizistik im vernetzten Zeitalter. Berufe – Formen – Strukturen. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.

Dorer, Johanna / Götzenbrucker, Gerit und Hummel, Roman (2009): The Austrian Journalism Education Landscape. In: Georgios, Terzis (Hg.): European Journalism Education. Bristol and Chicago, Intellect, S. 79-92.

Engels, Kerstin (2002): Kommunikationsberufe im sozialen Wandel. Theoretische Überlegungen zur Veränderung institutioneller Strukturen erwerbsorientierter Kommunikationsarbeit. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 1/2002. S. 7-25.

Fröhlich, Romy und Holtz-Bacha, Christina (Hg.) (2003): Journalism Education in Europe and North America. An international comparison. London, Hampton Press.

Haller, Michael (2013): Am eigenen Schopf packen. In: message – Internationale Zeitschrift für Journalismus 1/2013. S. 34-37.

Holzinger, Helmut und Jungwirth, Werner (Hg.) (2009): 15 Jahre Fachhochschulen in Österreich. Eine Standortbestimmung. Wien, facultas.wuv..

Hömberg, Walter und Hackel-de Latour, Renate (Hg.) (2005): Studienführer Journalismus, Medien, Kommunikation. Konstanz, UVK Verlag.

Kaltenbrunner, Andy (Hg.) (2001): Beruf ohne (Aus-)Bildung. Anleitungen zum Journalismus. Wien, Czernin.

Kaltenbrunner, Andy / Karmasin, Matthias / Kraus, Daniela und Zimmermann, Astrid (Hg.) (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Eine repräsentative Befragung. Wien, facultas.wuv.

Kaltenbrunner, Andy / Karmasin, Matthias / Kraus, Daniela (Hg.) (2013): Der Journalisten-Report IV. Medienmanagement in Österreich. Wien, facultas.wuv.

Kaltenbrunner, Andy und Kraus, Daniela (2007): Next Generation. Berufswünsche und -bilder von Journalismus-EinsteigerInnen. In: Medienimpulse 61/2007, S. 60-64.

Karmasin, Matthias (2005): Journalismus: Beruf ohne Moral? Von der Berufung zur Profession. Wien, facultas.



Karmasin, Matthias und Krainer, Larissa: Zwischen Differenzierung und Kanonisierung. Konturen einer Fachgeschichte von Publizistik-, Medien- und Kommunikationswissenschaft in Österreich. In: MedienJournal 1/2013, S. 3-28.

König, Erich (2012): Öffentliche Förderung der journalistischen Aus- und Fortbildung der MitarbeiterInnen österreichischer Privatmedien. Oder warum dauert bei uns alles Jahre länger? In: medien & zeit 3/2012, S. 17-23.

Markowitsch, Jörg und Strobl, Peter (Hg.) (2005): Betriebliche Weiterbildung in Österreich. Konzepte, Anbieter, Trends. Wien, 3s Unternehmensberatung.

Medienhaus Wien (2007): Weiterbildung als Qualitätssicherung. Internationale Trends und Erfahrungen. Unveröffentlichte Studie.

Meier, Klaus (2006): Krise oder Aufbruch? Der Bologna-Prozess in der Journalistik. In: Aviso 43/2006, S. 24-25.

Meier, Klaus (2013): Journalistik. 3., überarbeitete Auflage. Konstanz, München, UTB basics.

Meier, Klaus (2013): Trampelpfade in die Zukunft. In: message 2/2013, S. 64-65.

Michel, Lutz P. (2000): Patchwork-Karrieren. Jobchancen und Qualifikationsanforderungen in der Multimedia-Branche. In: Altmeppen, Klaus-Dieter / Bucher, Hans-Jürgen / Löffelholz, Martin (Hg.): Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag. S. 259-281.

Müller, Wiebke (1999): Journalistenausbildung in Europa. Bestandsaufnahmen, neue Modelle, Entwicklungsperspektiven. Berlin, Vistas Verlag.

Pürer, Heinz (1980): Aus- und Fortbildung für Journalisten in Österreich. Eine Bestandsaufnahme. In: Journalistik, Hefte des Kuratoriums für Journalistenausbildung, Heft 1.

Weischenberg, Siegfried (2001): Das Ende einer Ära? Aktuelle Beobachtungen zum Studium des künftigen Journalismus. In: Kleinsteuber, H.J. (Hg.): Aktuelle Medientrends in den USA. Journalismus, politische Kommunikation und Medien im Zeitalter der Digitalisierung. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag. S. 61-82.

## 6. Team

**Dr. Andy Kaltenbrunner** studierte Politikwissenschaft und Pädagogik in Wien. Er hat 20 Jahre journalistische Praxis, u.a. bei Neue AZ und profil. Von 1995 bis 1999 war er leitend in der trend/profil/Orac-Magazingruppe tätig, u.a. als Entwickler mehrerer Print- und Onlinemedien. Seit 2000 führt er im Rahmen der Kaltenbrunner Medienberatung Marktstudien durch und entwickelt Konzepte für Medienunternehmen im In- und Ausland.

Er ist wissenschaftlicher Beirat der „Österreichischen Zeitschrift für Politikwissenschaft“, hat Lehraufträge an mehreren europäischen Universitäten und Journalismusakademien und ist Director des executive Master-Programms „International Media Innovation Management“ der DUW Berlin. Kaltenbrunner initiierte und leitete die Entwicklungsteams der Fachhochschul-Studiengänge „Journalismus“ (2003) und „Film, TV- und Medienproduktion“ (2011); Er ist Gesellschafter von Medienhaus Wien und hat bereits an zahlreichen wissenschaftlichen Projekten federführend mitgearbeitet. Ausführliche Projekt- und Publikationsliste unter [www.mhw.at](http://www.mhw.at)

**Mag. Sonja Luef** studierte an der Universität Wien Publizistik und Kommunikationswissenschaft sowie Deutsche Philologie. Von 1999 bis 2009 war sie journalistisch erst für die NÖ Rundschau, wo sie unter anderem das Kultur-Ressort leitete, dann für das NÖ Pressehaus tätig. Sie schrieb vor allem über regionalpolitische und kulturelle Themen. Für Medienhaus Wien arbeitet sie seit Anfang 2011 in den Bereichen Kommunikation, Organisation von Forschungsprojekten und Veranstaltungen und Administration.

**Mag. Renée Lugschitz** war nach Abschluss von AHS und eines kaufmännischen Collégs in Wien zuerst in der Reisebranche tätig und arbeitete ab 1989 als redaktionelle Mitarbeiterin im Kulturressort des Nachrichtenmagazins profil. Von 1991 bis 1995 studierte sie an der Universität Wien Geschichtswissenschaft, danach war sie als Redakteurin bei profil und Der Standard tätig. Seit 2003 ist sie als freie Autorin und Übersetzerin in Österreich, Spanien und Deutschland aktiv. Für Medienhaus Wien arbeitet sie in Forschung und Qualitätskontrolle, u.a. als Schlussredakteurin für Journalisten-Report I-IV und weiteren Forschungsberichten, sowie bei internationalen Recherchen für Journalismus-, Telekom- und Konvergenzstudien.

**Mag. Mónica Martí** hat nach ihrem Studium der Geschichte und Romanistik an der Universität Wien Management-Master-Studien- und Lehrgänge an der Donau-Uni Krems und am Controller-Institut der Wirtschaftsuniversität Wien absolviert. Sie arbeitete bis 2000 für das Internationale Forschungszentrum Kulturwissenschaften (IFK) sowie für das Wittgenstein Archive in Cambridge. Bis 2002 übernahm sie Finanzleitung des Österreichischen Instituts für Internationale Politik und bis 2005 das Controlling bei BMG Ariola Austria. Danach war sie bis 2011 Finanzleiterin und Stellvertreterin der Geschäftsführung im Community-TV-Sender Okto. Für Medienhaus Wien war sie bis März 2013 als Co-Geschäftsführerin tätig und ist nunmehr freiberufliche Mitarbeiterin in der Projektentwicklung von MHW.

**Mag.(FH) Patricia Käfer** hat an der FH Wien Journalismus studiert sowie an der Wiener "Graphischen" ein Kolleg für Druck- und Medientechnik absolviert. Ab 2005 war sie – nach mehreren journalistischen Praktika, u. a. bei profil, ProSieben Austria, Horizont – für die Tageszeitung Die Presse tätig, zuletzt als Redakteurin im Ressort Feuilleton/Medien. Seit September 2010 ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin bei Medienhaus Wien, insbesondere um das executive Master-Programm "International Media Innovation Management" mit zu entwickeln und zu koordinieren.

## 7. Kontakt und weitere Informationen

**Medienhaus Wien** ist eine außeruniversitäre Forschungs- und Bildungseinrichtung mit den Tätigkeitsschwerpunkten

- Forschung: Durchführung praxisbezogener Forschungsprojekte zu aktuellen Fragen und Perspektiven von Medien und Journalismus
- Entwicklung: Entwurf neuer Bildungskonzepte, Curricula und Entwicklungsstrategien für JournalistInnen und MedienmanagerInnen
- Beratung: Internationale Studien, Publikationen und Workshops als Grundlage für Qualitätsentwicklung in Unternehmen, Medienpolitik und Institutionen.

GesellschafterInnen sind Dr. Andy Kaltenbrunner, Univ. Prof. DDr. Matthias Karmasin, Univ. Prof. Dr. Alfred J. Noll und Dr. Astrid Zimmermann.

### **Kontaktdaten:**

Dr. Andy Kaltenbrunner,  
Mag. Sonja Luef

Medienhaus Wien  
Alser Straße 22/8, 1090 Wien  
Tel. 01/4063232  
www.mhw.at  
andy.kaltenbrunner@mhw.at  
sonja.luef@mhw.at

## Die Info-Plattform für Medienausbildung

... in Österreich, Deutschland und der Schweiz  
mit Schwerpunkt Journalismus

Sie suchen eine journalistische Ausbildung im deutschsprachigen Raum? Publizistik.net hat rund 300 Grundkurse und Weiterbildungsangebote für Sie recherchiert.

### NEWS

[Georg von Holtzbrinck-Preis für Wissenschaftsjournalismus ausgeschrieben](#)

Insgesamt 12.500 Euro für herausragende Beiträge, die vor allem Naturwissenschaften und Technik verständlicher machen

[FH Joanneum stellt beim "Open House 2014" neues Master-Studium vor](#)

Am 15. März gibt's am Standort in Graz u.a. alle Infos zu "Content-Strategie und Digitale Kommunikation"

[Junges Reportageteam für Geschichten zur Europawahl im Mai gesucht](#)

"eurotours 2014" sponsert 27 Nachwuchstalente Reise und Aufenthalt in einem EU-Land ihrer Wahl


### SCHNELLSUCHE

in rund 300 Angeboten von  
Journalismusakademien, (Fach-)Hochschulen,  
Universitäten

Typ

Land

Ort

Zur erweiterten Suche   
nach Typ, Dauer, Schwerpunkten

Zur Suche

## Erweiterte Suche

Typ

Dauer maximal (in Monaten)

Land

Ort

Akademisch?

Kanal  Film  Online  Print  Radio  TV

Fokus  
 (auch) berufsbegleitend  
 Design / Mediengestaltung / Produktion  
 englischsprachig  
 Journalismus  
 Konvergenz / Crossmedia  
 Kulturjournalismus

Medieninformatik  
 Medienmanagement  
 Medienwissenschaft  
 Modejournalismus  
 neue Medien  
 Politikjournalismus

PR / Öffentlichkeitsarbeit  
 Sportjournalismus  
 Technikjournalismus  
 Wirtschaftsjournalismus  
 Wissenschaftsjournalismus

Volltext

Screenshot [www.publizistik.net](http://www.publizistik.net), erweiterte Suche



Zur Suche

Treffer: [←](#) 281 - 290 von 291 [→](#)

Ausbildungsstätte <a href="#">↑</a> / <a href="#">↓</a> / Studienfach <a href="#">↑</a> / <a href="#">↓</a>	Typ <a href="#">↑</a> / <a href="#">↓</a>	Ort <a href="#">↑</a> / <a href="#">↓</a>	Dauer <a href="#">↑</a> / <a href="#">↓</a>	
Volkshochschule Polycollege Margareten: Kurzlehrgang Online-Journalismus	Journalistenschule	Wien	12 Kurstage innerhalb eines Monats	<a href="#">→</a>
Webster University: Media Communications (BA)	Universität	Wien	3-4 Jahre	<a href="#">→</a>
Webster University: Digital Media - Design & Production	Universität	Wien	Vollzeitvariante: etwa 1 Jahr	<a href="#">→</a>
Westfälische Hochschule: Journalismus / Public Relations (BA)	(Fach-)Hochschule	Gelsenkirchen	6 Semester	<a href="#">→</a>
Westfälische Wilhelms-Universität Münster: Kommunikationswissenschaft (MA)	Universität	Münster	4 Semester	<a href="#">→</a>
Westfälische Wilhelms-Universität Münster: Kommunikationswissenschaft (BA)	Universität	Münster	6 Semester	<a href="#">→</a>
Westfälische Wilhelms-Universität Münster: Kommunikationswissenschaft (BA)	Universität	Münster	6 Semester	<a href="#">→</a>
Zeitspiegel-Reportageschule: Reportage	Reportageschule	Weinstadt	1 Jahr (inkl. 2 Monate Praktikum)	<a href="#">→</a>
Zürcher Hochschule der Künste: Cast/Audiovisuelle Medien (BA)	Universität	Zürich	6 Semester	<a href="#">→</a>
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Journalismus/Organisationskommunikation (BA)	(Fach-)Hochschule	Winterthur	6 Semester	<a href="#">→</a>

Screenshot [www.publizistik.net](http://www.publizistik.net), Liste aller Programme

Zur Suche

Zurück zur Liste

## Donau-Universität Krems, Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement

Homepage: <http://www.donau-uni.ac.at/de/studium/qualitaetsjournalismus/index.php>

Studienfach: Qualitätsjournalismus (MA)

Studienart: Masterstudiengang

Beschreibung: Fundiertes theoretisches Wissen wird mit praktischen Anwendungen in allen Bereichen journalistischer Berufsfelder verbunden. Im Zentrum des Ausbildungskonzepts steht der quattrimediale integrative Ansatz in Print, Radio, Fernsehen und Crossmedia/Online-Journalismus. Die Vermittlung der Inhalte erfolgt in Präsenzveranstaltungen und begleitenden Online-Phasen.

Der Fokus dieses berufsbegleitenden Lehrgangs liegt auf einem vernetzten Umgang mit unterschiedlichen Medien (Print, Radio, TV und Online) und dem Erkennen der relevanten Schnittstellen. Journalistinnen mit langjähriger praktischer Erfahrung und internationalem Background begleiten die TeilnehmerInnen durch das Studium.

Voraussetzungen: Journalistinnen, die ihre Kenntnisse vertiefen möchten sowie Personen aus allen Berufsfeldern, die sich dem Journalismus zuwenden wollen. Ein abgeschlossenes Hochschulstudium oder eine gleichzuhaltende Qualifikation aufgrund mehrjähriger beruflicher Erfahrung wird vorausgesetzt.

Dauer: 4 Semester, berufsbegleitend

Abschluss: Master of Arts (MA)

Kosten: insgesamt Euro 12.190,-

Fokus: (auch) berufsbegleitend, Design / Mediengestaltung / Produktion, Journalismus, Konvergenz / Crossmedia, neue Medien

Kanal: Online, Print, Radio, TV