

Lernen, austauschen, reflektieren

Die Akademie für Publizistik orientiert ihr Seminarangebot an aktuellen Entwicklungen im Journalismus

Hamburg, Oktober 2009. „Noch drei Schritte weiter zurück – ja, gut so!“ Nadja drückt auf den Auslöser ihrer kleinen Video-Handkamera. Ihr Kollege Matthias steht vor dem Elbtunnel und nennt im Aufseher die wichtigsten Daten und Fakten zum Gebäude – wie ein Live-Reporter im Regionalfernsehen. Nur ein paar Meter weiter sitzt Tim mit Netbook auf den Knien und tippt hastig die Ergebnisse seines Interviews mit Touristen ein. Schnell, schnell, denn gleich soll alles online gehen. Drei Journalisten von Lokalzeitungen üben „die crossmediale Lokalgeschichte“ in einem Weiterbildungsseminar an der Akademie für Publizistik. Sie lernen, wie man Fotos aufnimmt, sie zu Bilderstrecken komponiert, kleine Videofilme dreht, alles mit Texten versieht und von unterwegs aus gleich ins Netz stellt. Carolin Buchheim von der Badischen Zeitung, eine der drei Dozentinnen des Seminars, begleitet sie.

In vielen Redaktionen ist das crossmediale Arbeiten neu oder noch Zukunftsmusik. Genau deshalb ist es ein Thema für die Akademie für Publizistik. Denn aktuelle Veränderungen im Journalismus aufgreifen, reflektieren, neue Techniken üben und sich mit Kollegen austauschen – das macht die Weiterbildungsangebote der Akademie aus. Erfahrene Journalisten kommen zu den Kursen nach Hamburg, weil sie sich jenseits der bewährten Routine auf zukunftsweisende Aufgaben vorbereiten wollen. Auch in den Kompakt-Ausbildungskursen qualifizieren Volontäre sich für den Redaktionsalltag der Zukunft. In den vier Wochen intensiven Lernens gehört der Blick über den Tellerrand zum Programm. Angehende TV-Journalistinnen oder Volontäre von Tageszeitungen beschäftigen sich deshalb zum Beispiel auch mit Texten für das Internet. Die Akademie für Publizistik bietet eine crossmediale Ausbildung an, die im Redaktionsalltag heute in der Regel noch nicht geleistet werden kann.

Aus- und Weiterbildung für Journalisten

Insgesamt rund 150 Seminare umfasst das Programm der Akademie für Publizistik. In den Räumen an der Warburgstraße in Hamburg erwirbt der journalistische Nachwuchs

aus den Bereichen Zeitung, Zeitschrift, Radio oder TV Basiswissen in vierwöchigen Kompaktkursen. Erfahrene Journalisten bilden sich in Fachseminaren weiter. Zusätzlich können Verlage und Unternehmen Inhouse-Schulungen buchen. Die Dozentinnen und Dozenten unterrichten dabei direkt beim Auftraggeber. Ablauf, Inhalt und Zeitrahmen des Seminars konzipiert die Akademie in Absprache mit dem Auftraggeber. Beispielsweise hat die Akademie für Publizistik Mitarbeiter von Lufthansa, T-Online und der Wiener Tageszeitung „Der Standard“ an ihrem Arbeitsplatz geschult. Alles in allem bietet die Akademie mehr als 500 Seminartage im Jahr an.

In den offenen Seminaren im Hause der Akademie für Publizistik sind die Themen vorgegeben. Das Spektrum der Seminare ist hier breit und richtet sich an Praktiker aller Medien und Redaktionen: Von der Lokaljournalistin, die sich auf die Arbeit am Newsdesk vorbereiten möchte, über den Hörfunkreporter, der zukünftig auch Texte für das Internet verfassen soll, bis hin zur Zeitschriftenredakteurin, die für ihre neue leitende Funktion ein Managementtraining braucht. Wer ins Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit wechseln möchte, findet in der Akademie für Publizistik Einsteiger-Seminare oder kann sich in berufsspezifischen Themen schulen, wie etwa „Krisen-PR“ oder „Texten fürs Web“.

Aktuelle Entwicklungen in der Medienbranche reflektieren

In immer kürzer werdenden Abständen reagiert die Akademie für Publizistik auf Veränderungen in der Medienbranche. Folglich ist das Angebot inzwischen vielseitiger als je zuvor. Im Seminar „Texten fürs Web“ geht es unter anderem darum, wie man kurze, knackige Texte schreibt, mit denen ein Text auf der Startseite die User neugierig macht: der Teaser. Das Seminar ist besonders stark nachgefragt. Daneben sind aber auch Angebote wie „10.000 Zeichen aufwärts“ erfolgreich, eine neue Einführung in Struktur und Dramaturgie langer Texte. Für Annette Hillebrand, Leiterin der Akademie, spiegelt das Angebot die aktuelle Entwicklung im Journalismus: „Die Formen der Berichterstattung differenzieren sich aus, ein Trend bewirkt schnell die gegenläufige Entwicklung. Darum erleben in Zeiten von schnelllebigen, kurzen Einträgen per Blog und Twitter auch die langen Texte wieder eine Renaissance.“ Im breit aufgestellten Programm der Akademie für Publizistik findet beides seinen Platz.

Dozenten im Tandem

Für die Zusammenstellung des Seminarangebots holt das achtköpfige Team der Akademie für Publizistik die Meinung von Verlagsvertretern, Chefredakteuren und

-redakteurinnen und ausgewiesenen Medienexperten ein. Zudem greifen die Mitarbeiter auf, was Seminarteilnehmende und externe Dozentinnen und Dozenten aus den Redaktionen berichten. So ist das Angebot eng am Bedarf der Praxis ausgerichtet. Dozenten wählt die Akademie danach aus, ob sie praktische Erfahrung in einem Thema nachweisen können, sich im besten Fall auch einen Namen darin gemacht haben. Dirk von Gehlen leitet beispielsweise das Seminar „Community Management“, weil er als Chefredakteur von jetzt.de, der jungen Internet-Seite der Süddeutschen Zeitung, erfolgreich eine Gemeinschaft von Lesern und Autoren etabliert hat – ausgezeichnet mit dem Grimme-Online-Award. Oder Bettina Gaus: Bei der bekannten politischen Korrespondentin der taz trainieren Teilnehmer stichhaltige Kommentare zu schreiben.

Die Qualität der Lehre garantiert unter anderem das Tandem-Prinzip: Stets übernimmt eine oder einer der fest angestellten Seminarleiter einen Kurs zusammen mit einem externen Dozenten. Alle Mitglieder des Seminarleiterteams der Akademie für Publizistik bringen selbst journalistische Erfahrung mit. Sie ergänzen mit ihrem didaktischem Know-how und ihrer Erfahrung die Praktiker bei der Konzeption von Seminaren. Die können sich so auf die Vermittlung der Inhalte konzentrieren.

Zukunftsweisende Seminare im Jubiläumsjahr

Im Jubiläumsjahr 2010 enthält das Programm neben den bewährten Seminaren neue zukunftsweisende Angebote: „Recherche in sozialen Netzwerken“ zum Beispiel soll im journalistischen Umgang mit Facebook und Co. schulen. Die internationale Perspektive spielt in einem Seminar über Newsroom-Modelle eine wichtige Rolle: Die großen Tageszeitungen verschiedener europäischer Länder werden ihre erprobten und wissenschaftlich begleiteten Modelle zur Arbeit im Newsroom vorstellen und im Seminar diskutieren. Interessierte können sich für die Teilnahme bewerben. Sie werden neue Entwicklungen kennen lernen, sie reflektieren – und dabei vom Austausch unter Kolleginnen und Kollegen profitieren können.

Das Programm der Akademie für Publizistik findet sich regelmäßig aktualisiert unter <http://www.akademie-fuer-publizistik.de>

Im Oktober erscheint das Programmheft für das jeweils folgende Jahr. Interessierte können es anfordern unter der Telefonnummer 040/ 41 47 96 – 0 oder per E-Mail: info@akademie-fuer-publizistik.de



Warburgstraße 8-10
20354 Hamburg
Telefon (040) 41 47 96-0
Telefax (040) 41 47 96-90
info@akademie-fuer-publizistik.de
www.akademie-fuer-publizistik.de

Weitere Informationen zur Akademie für Publizistik: www.akademie-fuer-publizistik.de

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Kirstin Marquardt

Akademie für Publizistik

Warburgstraße 8-10, 20354 Hamburg

Telefon 040 / 41 47 96 -22, E-Mail K.Marquardt@Akademie-fuer-Publizistik.de