

## RedaktorIn einer technischen Fachzeitschrift

Technischer Fachjournalist ist ein Beruf, der polarisiert: Für viele Ingenieure ist Schreiben schlichtweg ein Albtraum, für ein paar wenige ist es der absolute Traumberuf. Für sie gilt, wie eine Fachjournalistin so schön sagte: „Wer einmal Blut geleckt hat, kommt nicht mehr davon los.“

Wie kommt man dazu, FachjournalistIn oder RedaktorIn in einem (technischen) Fachbereich zu werden? Am Beginn steht die Neugier. Wer alles wissen und überall dabei sein will, bringt eine der wichtigsten Voraussetzungen mit. Kontaktfreudigkeit und natürlich die Fähigkeit, sich schriftlich ausdrücken zu können, gepaart mit der Kompetenz und dem Mut, relevante Fragen stellen zu können, machen das Anforderungsprofil komplett.

### Ohne Ausbildung geht gar nichts

Zwei Dinge sind für eine Fachzeitschrift von elementarer Bedeutung: Zum einen muss ein Redaktor (oder eine Redaktorin) kompetent in seinem Fachbereich sein und zum anderen muss er mit der Leserzielgruppe vertraut sein. Deshalb haben technische Fachjournalisten in der Regel ein Ingenieurstudium abgeschlossen und verfügen auch über eine gewisse industrielle Praxis. Woher die sprachlichen Fähigkeiten kommen, ist sehr unterschiedlich. Die einen haben sie während ihrer Schulzeit erworben, andere haben es sich selbst beigebracht und wiederum andere haben sich mit Kursen oder Fernstudien weitergebildet.

Was den journalistischen Teil der Ausbildung anbelangt, findet in der Schweiz zur Zeit ein grosser Umbruch statt. Bis anhin war die Ausbildung von Journalisten mehr oder weniger in der Hand der Verlage. „Learning by doing“ ergänzt mit internen oder externen Kursen war angesagt, wobei im fachjournalistischen Bereich vor allem das Medien-Ausbildungszentrum MAZ in Luzern ([www.maz.ch](http://www.maz.ch)) eine zentrale Rolle spielt. Es bietet einerseits eine berufsbegleitende Ausbildung für Fachjournalisten – nicht nur aus dem technischen Bereich – an, und andererseits kann dort auch ein Nachdiplomstudium in Journalismus absolviert werden. Es richtet sich aber eher an angehende Publikums- als an FachjournalistInnen.

Daneben gibt es eine Vielzahl von (Crash-)Kursen von privaten Schulen, die den Einstieg in den Journalismus offerieren. Wer die Fähigkeiten grundsätzlich mitbringt und lediglich darauf angewiesen ist, dass ihm jemand Mut macht, den Einstieg in eine neue Tätigkeit auch wirklich zu wagen, der ist mit einem solchen Kurs gut bedient. Er ersetzt aber eine mehrjährige Ausbildung in einem Verlag oder einer Hochschule nicht.

Noch ein Wort zum Thema Hochschulen und Umbruch: Seit dem Herbst 2000 bietet die Zürcher Hochschule Winterthur ZHW ([www.zhwin.ch](http://www.zhwin.ch)) einen Studiengang „Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation“ an. Während dieses dreijährigen Studiums, das mit einem Fachhochschuldiplom abschliesst, lernen die Studierenden nicht nur mit allen Registern des Journalismus zu spielen – Radio, Fernsehen, Internet und Print –, sondern erhalten auch eine fundierte Ausbildung wahlweise in Wirtschaft oder Technik. Das ist die erste und bisher einzige öffentliche

Journalistenausbildung in der Schweiz, denn wer an einer Uni Publizistik studiert, wird zum Medienwissenschaftler und nicht zum praktischen Journalisten ausgebildet.

Der Begriff „Technischer Redaktor“ führt oft zu Missverständnissen: Es ist nämlich die Berufsbezeichnung für die vielen VerfasserInnen von Handbüchern und Betriebsanleitungen für technische Produkte. Diese Tätigkeit unterscheidet sich grundlegend von der des technischen Journalisten. Währenddem sie vor allem von didaktischen und juristischen Aspekten (Produkthaftung, EU-Konformität) geprägt ist, geht es beim Journalisten ums Erzählen und „Verkaufen“ seiner Story.

### **In der Redaktionsstube**

Wie sieht nun der typische Arbeitstag des Redaktors einer technischen Fachzeitschrift aus? Als erstes fällt die Unmenge von Post und E-Mails auf, die er jeden Morgen an seinem Arbeitsplatz vorfindet. Bei grösseren Firmen gibt es ganze Abteilungen, die nichts anderes tun, als Presse und Fachpresse mit Stoff zu versorgen, der das Unternehmen, seine Produkte und Dienstleistungen in einem möglichst guten Licht erscheinen lässt. Sie schicken Produktmeldungen, Fachbeiträge, Wirtschaftsnachrichten und laden zu Pressekonferenzen ein. In der Regel kann sich der Redaktor vor lauter Texten kaum retten. Seine erste Aufgabe besteht darin, die Spreu vom Weizen zu trennen. Eine Fachzeitschrift muss ihren LeserInnen in erster Linie interessante Informationen zu technischen Themen bieten. Natürlich ist die Information über neue Produkte dabei wichtig, sie muss allerdings nüchtern und sachlich erfolgen. Die Fachzeitschrift darf nicht zum Werbebüro verkommen, sonst ist ihre Glaubwürdigkeit dahin und damit auch die Akzeptanz bei den LeserInnen.

Oft kommt es vor, dass die vorliegenden Texte Hinweise auf interessante Themen geben, diese jedoch nicht in der Form behandeln, wie sich das die Zeitschrift wünscht. Der Redaktor nimmt dann mit dem jeweiligen Unternehmen Kontakt auf und fordert weitere Informationen zum betreffenden Thema an. Wenn es seine Arbeitssituation erlaubt, schreibt er dann einen Fachbeitrag zum Thema oder – was der häufigere Fall ist – er lässt den Beitrag durch jemanden im Unternehmen selbst schreiben und redigiert ihn dann. Kleinere Unternehmen beauftragen oft freie JournalistInnen und gegebenenfalls auch ÜbersetzerInnen, um den Fachzeitschriften optimales Textmaterial zur Verfügung stellen zu können. In selteneren Fällen kauft der Redaktor auch Texte bei freien Fachjournalisten ein.

Beim Redigieren müssen nicht nur alle werberischen Übertreibungen entfernt werden, sondern es muss auch noch genau darauf geachtet werden, dass alle gesetzlichen Bestimmungen bezüglich unlauteren Wettbewerbs und Persönlichkeitsrechten eingehalten werden. „Verkaufen“ ist zwar im Zusammenhang mit Firmen und ihren Produkten untersagt, ist aber, was die „Story“ anbelangt, ein Muss. Das Thema, der Artikel und die Zeitschrift als Ganzes müssen möglichst attraktiv an den Mann beziehungsweise an die Frau gebracht werden. Diese Gratwanderung verlangt angesichts des Zeitdruckes, der in der Regel herrscht, höchste Aufmerksamkeit und Konzentration.

Wenn der Text steht und auch die notwendigen Bilder mit ihren Quellenangaben beigebracht sind, muss die Seite gestaltet werden. In der Regel macht das ein ausgebildeter Layouter zusammen mit dem Redaktor. Dabei treten oft Schwierigkeiten wie zu lange oder zu kurze Texte, Zwischentitel an den falschen

Stellen, einzelne Zeilen oben oder unten in den Spalten auf. In diesen Fällen muss der Text verlängert, gekürzt oder umgeschrieben werden. Auch die Titel müssen in dieser Phase oft geändert werden, damit die Seite als Ganzes gut aussieht.

### **„Sackgasse“ Redaktor?**

Eine grosse Zahl von RedaktorInnen fühlen sich in ihrer Tätigkeit so wohl, dass sie sich nichts anderes mehr vorstellen können. 25 und 30 Jahre in dieser Tätigkeit sind keine Seltenheit. Viele interessante Kontakte und Themen und die oft sehr angenehme Zusammenarbeit mit den Presseabteilungen der Unternehmen haben es ihnen angetan.

Es ist aber nicht so, dass Redaktor bzw. Redaktorin zwangsläufig das Ende einer Karriereleiter darstellen muss. Wem der Sinn nach „Höherem“ steht, macht sich – sofern sein Beziehungsnetz weit genug reicht – beispielsweise selbständig. Er kann das als Fachjournalist, Kommunikationsberater oder Verleger tun. Gern gesehen sind ehemalige RedaktorInnen auch in der Unternehmenskommunikation, wo sie dank ihrer Medienefahrung auch leitende Funktionen übernehmen können. Einige schaffen das Naheliegende und werden Chefredaktor bei einer grösseren Fachzeitschrift, von wo dann der Schritt in die Verlagsleitung möglich werden kann.

Christian Keller  
Chefredaktor SMM Schweizer Maschinenmarkt