



Seit Pisa boomt die Bildung – zumindest in den Medien.

Bildungsjournalismus hat Konjunktur

(md). Gestresste G8-Gymnasiasten, mangelnde Mathe- und Deutsch-Kenntnisse bei deutschen Schülern, zu wenig Lehrer, zu viele Sitzenbleiber und Schulabbrecher... Bildungsthemen werden heute so breit und intensiv wie nie zuvor diskutiert. Warum ist das Interesse so hoch, und welche Rolle spielen dabei die Medien? Der Klett-Themendienst sprach mit Matthias Röder, Landesbüroleiter der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH in Frankfurt und Stuttgart.

Ist Bildung ein Boom-Thema in den Medien? Wie hat sich die Bedeutung der Bildung in der Berichterstattung der dpa verändert?

Ein klares Ja. Seit der ersten PISA-Studie 2001 ist das Interesse an allen Themen rund um Bildung und Schule enorm gewachsen. Die Zahl der Meldungen und Korrespondentenberichte hat sich verdoppelt, in manchen Themenfeldern sogar verdreifacht. Und: Dieses Angebot schlägt sich fast immer sehr prominent in den Zeitungen und anderen Medien nieder. Schule ist ein landespolitisches Top-Thema. dpa-intern wird das Spezialwissen und die langjährige Erfahrung unserer Bildungsexperten jetzt noch viel aufmerksamer wahrgenommen.

Warum ist die Bedeutung so gewachsen? Ist das nur auf die PISA-Studien zurückzuführen?

Die PISA-Studien haben die Gesellschaft aufgerüttelt, waren ein Weckruf. Zu den grundlegenden Erkenntnissen

der Globalisierung zählt, dass nur die besonders gut ausgebildeten Menschen mit einem einigermaßen sicheren und anständig bezahlten Job rechnen können. Kein Wunder also, dass sich alle Eltern brennend für diese zentrale Zukunftsfrage interessieren.

Allgemein konzentriert sich die Berichterstattung in den Medien auf negative Ereignisse und Sachverhalte. Ein Journalist sagte einmal dazu: Den Leser interessiert nicht, ob der Bus planmäßig fährt, sondern warum er nicht fährt. Halten Sie diese Einschätzung für richtig?

Dass der Alltag im Grunde weniger interessiert als das Besondere, ist zentrales Element des Nachrichtenjournalismus. Elternproteste gegen Rektoren oder gar die Vorfälle an der Rütli-Schule – das ist Pflicht. Aber der mögliche Eindruck, im Nachrichtengeschäft zähle nur die bad news, ist nicht richtig. So werden wir bei dpa in einer großen Sommer-Serie viele Schulen in Baden-

Medientipp



Das Trainingsheft Printmedien für Klasse 7–10 bietet unter anderem Übungsmaterial zur Arbeit mit Zeitungen und Zeitschriften und zur Analyse von Werbung in Printmedien.

Darüber hinaus gewährleisten Themen wie Nachrichten bewerten, Zeitungsprojekte durch-

führen oder eigene Werbung gestalten einen aktuellen Bezug zur Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler.

Württemberg vorstellen, ihre Besonderheiten, aber eben auch ihren Alltag.

Der Großteil der Lehrer und unzählige Schüler kämpfen sich heute durch die Reformen bzw. deren Auswirkungen auf die Schulpraxis. Immer mehr Stoff in immer kürzerer Zeit und natürlich die Verbesserung der Softskills usw. Sollten die Medien denn nicht auch die Leistungen der Lehrer und Schüler mehr honorieren und diejenigen motivieren, die die Bildungsqualität letztlich erbringen müssen?

Keine Frage, dass Lehrer und Schüler unseren Respekt gerade in Zeiten von G8 verdienen. Wir berichten – wie wir finden – sehr fachkundig über die Schulpolitik und andere damit zusammenhängende Felder. Das ist unser journalistischer Auftrag. Ob die Berichterstattung motiviert oder demotiviert, ist keine vordringliche Frage. Unser Ziel muss es sein, möglichst wirklichkeitsgetreu die Lage zu schildern, uns vor niemandes Karren spannen zu lassen.

Nicht nur Politiker, Lehrer, Schüler und Eltern sind am Bildungsgeschehen beteiligt. Eine Menge Bildungsdienstleister in Deutschland entwickeln innovative Produkte und zusätzliche Serviceangebote, die zur Verbesserung des Bildungsangebots beitragen, obwohl die Ausgaben für Bildung stagnieren. Davon ist nur selten die Rede in den Medien. Warum ist das Ihrer Meinung nach so?

Wir dürfen keine PR machen. Insofern werden zum Beispiel Pressemitteilungen, in denen die Vorzüge eines Produkts angepriesen werden, mit sehr spitzen Fingern angefasst. In wenigen Fällen hat das Produkt eine solch überragende Bedeutung (i-phone, „Harry Potter“), dass wir das Thema aufgreifen müssen. Ansonsten gilt, dass Produkte nur dann zum Gegenstand einer Berichterstattung werden, wenn sie exemplarisch einen Trend – oder auch mal Gegentrend – widerspiegeln.

Früher war Deutschland das Land der Dichter und Denker: Goethe, Schiller, das Automobil, die Glühbirne haben von Deutschland aus die Welt erobert. Heute wandern Firmen wegen Fachkräftemangel ins Ausland ab und die Zahl der Gaststudenten aus dem Ausland ist drastisch gesunken. Glauben Sie, dass die negativen Meldungen über das Bildungswesen in Deutschland dazu beigetragen haben?

Ich kenne keine Studie und keine zitierfähige andere Quelle, die den Einfluss der Meldungen über die hiesige Bildungssituation auf potenzielle Gaststudenten oder Fachkräfte ermittelt hätte. Ich fürchte, das Bild, das Deutschland im Ausland abgibt, ist sehr heterogen. Da wäre eine einfache Formel zum Deutschlandbild eher überstrapaziert. Das sehr unterschiedliche Agieren gilt ja auch für die deutsche Industrie, die Arbeitsplätze nicht mehr nur ins Ausland verlagert, sondern inzwischen sogar wieder zurückholt.

Welche Rolle spielen die Medien in der Bildungsdebatte? Welche Verantwortung tragen die Medien in dieser Debatte?

Die Medien haben – wie in vielen anderen Feldern – eine zentrale Verantwortung. Für uns als größte deutsche Agentur ist wichtig, dass wir unvoreingenommen, ausgewogen, kundig und unaufgeregt die Debatten, die Entscheidungen, das Besondere und auch einmal den Alltag transportieren. Eine Meinung dürfen wir als Nachrichtenredakteure nicht verbreiten. Die ist den Leitartiklern und Kommentatoren vorbehalten. «

Info

Matthias Röder, geboren am 2. Juni 1961 in Nürnberg, ist seit Februar 2006 Landesbüroleiter der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH in Frankfurt und Stuttgart. Das Landesbüro Frankfurt ist die regionale Zentrale für die Bundesländer Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland. Die Zentrale des dpa-Redaktionsnetzes in Baden-Württemberg ist in Stuttgart beheimatet.

Nach dem Volontariat arbeitete Matthias Röder seit 1988 als Redakteur für die dpa in Saarbrücken, Nürnberg und Düsseldorf, wo er 1999 stellvertretender Landesbüroleiter wurde. Im Mai 2003 übernahm der Historiker zusätzlich die Position des Dienstchefs des dpa-Landesdienstes Nordrhein-Westfalen, des größten Agenturdienstes der dpa.

Ansprechpartnerin

Maren Dors

Telefon: 07 11-66 72-18 87, m.dors@klett.de