

Naturwissenschaftlerinnen in der Medienbranche

von Nasibah Sfar

Wo kommen Naturwissenschaftler(innen) in dieser Branche grundsätzlich unter?

Irgendwas mit Medien – das ist fast schon ein Schlachtruf, wenn man junge Menschen nach dem Berufswunsch fragt. So verwundert es nicht, dass die Medienbranche ein Sammelsurium aus allen erdenklichen Gewerben ist: vom Germanisten bis zur Technikerin, von der Philosophin bis hin zum Manager.

Gelernte Journalist(inn)en oder Produzent(inn)en machen vermutlich den geringsten Teil der in den Medien Beschäftigten aus. In diesem Pool finden auch Naturwissenschaftler(innen) ihren Platz: in Redaktionen, Presseabteilungen, in der Recherche oder in der Öffentlichkeitsarbeit, in Kommunen oder Universitäten – immer dort, wo eine Schnittstelle zwischen Wissen und Kommunikation existiert. Häufig konkurrieren sie mit Nicht-Naturwissenschaftler(inne)n, doch sie haben einen entscheidenden Vorteil: Je komplexer das Themenfeld ist, über das es zu berichten gilt, und je tiefer dieses in die Naturwissenschaften eindringt, desto nötiger ist es, genau an dieser Schnittstelle eine(n) Naturwissenschaftler(in) einzusetzen. Noch ist diese Nische klein, mit wachsender Komplexität der aufzubereitenden Informationen und zunehmendem Wissensdrang unserer Gesellschaft wird sie jedoch größer. Das Ergebnis: Naturwissenschaftler(innen) sind aus den Medien nicht mehr wegzudenken!

Was machen Naturwissenschaftler(innen) in diesen Jobs?

Naturwissenschaftler(innen) arbeiten klassischerweise als Redakteurinnen und Redakteure, Rechercheurinnen und Rechercheure oder PR-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter. Ich persönlich würde Naturwissenschaftler(innen) in der Medienbranche als Übersetzer(innen) und Vermittler(innen) bezeichnen.

Übersetzer(innen), da sie fachlich komplexe Informationen zusammenfassen, herunterbrechen, neu aufbereiten und leicht verständlich weitergeben. Sie übersetzen von einer hochkomplexen Sprache in Alltagssprache.

Vermittler(innen), weil sie mit Wissenschaftler(inne)n und Nicht-Wissenschaftler(inne)n nicht nur kommunizieren, sondern häufig auch zwischen diesen vermitteln müssen. Diese beiden Gruppen trennen manchmal Welten: Es herrscht ein anderer Anspruch an Formulierung, Faktennähe, Detailtreue und Vollständigkeit. Während es für die Forschung unabdingbar ist, jedes kleine Detail zu beachten und mit in die Überlegungen einzubeziehen, ist es oft Aufgabe der Wissenschaftsredakteurinnen und -redakteure, Informationen auszudünnen – damit diese überhaupt transportiert werden können und die Zielgruppe erreichen. Dort die Schnittmenge zwischen „noch korrekt“ und „gut verständlich“ zu finden, ist eine anspruchsvolle und wichtige Aufgabe.

Naturwissenschaften

Und um die Frage „Was macht man in diesem Job?“ zu vervollständigen: viel recherchieren, viel lesen, viel schreiben, viel telefonieren, unterschiedliche Leute kennenlernen, sich immer wieder mit spannenden Themen auseinandersetzen. Natürlich hängen die Aufgaben von der Stelle ab, aber Vielfalt ist nahezu garantiert.

Weshalb sind Naturwissenschaftler(innen) in diesen Berufen so gefragt?

Weil wir Spezialist(inn)en sind. Unser großer Mehrwert ist, dass wir uns schnell in naturwissenschaftliche und technische Abläufe einarbeiten können, selbst wenn sie nicht unserem Fach angehören.

Eine ausgebildete Journalistin ist vielleicht wortgewandter, eine studierte Filmproduzentin bildstärker, aber wenn sie in einem Film erklären soll, was Schwarze Materie ist ... dann dauert das. Und zwar erheblich länger, als wenn sich jemand mit naturwissenschaftlichem Verständnis an die Recherche begibt. Wir können die zugehörigen Informationen nicht nur schneller einordnen, sondern auch komplexe Primärquellen einbeziehen. Außerdem können wir die passenden Fragen stellen: Sitzt am anderen Ende des Telefons *der* Professor für Astrophysik, merkt er ganz schnell, ob er es mit jemandem zu tun hat, der ihn zumindest annähernd versteht. Das ist ein Vertrauensbonus – und das wiederum ist Grundlage für guten Journalismus.

Je komplexer und technischer unsere Gesellschaft wird, desto mehr braucht es Menschen, die in der Lage sind, diese Informationen zu vermitteln.

Welche Kompetenzen sollte man mitbringen?

Zu den Hard Skills zählen fundierte Kenntnisse in einer Naturwissenschaft. Vorzugsweise hat man ein Spezialgebiet, in dem man später auch medial tätig sein möchte. Zudem sind Berufserfahrungen in der Medienbranche unbedingt zu empfehlen, etwa durch eine Tätigkeit als studentische Hilfskraft in einer Redaktion, Praktika in einer Fernsehproduktion oder ein Volontariat in der Pressestelle. So kann man sich das grundlegende journalistische und mediale Handwerkszeug für Text, Foto, Video und Social Media aneignen.

Für Soft Skills kann ich nur meinen persönlichen Eindruck mitteilen:

- Neugierde, Dingen auf den Grund zu gehen
- Durchhaltevermögen, wenn es mal schwierig und komplex wird
- Teamfähigkeit, um mit ganz verschiedenen Menschen zusammenzuarbeiten
- Flexibilität, sich neuen Situationen schnell anzupassen
- Kreativität, um eine neue Idee oder einen frischen Ansatz zu entwickeln
- Eigeninitiative, Projekte und Aufgaben selbstständig anzupacken
- Sorgfalt und Integrität, um Standards zu setzen

Wie sieht der typische Einstieg aus: direkt oder über ein Trainee-Programm?

So verschieden wie der berufliche Hintergrund der Menschen ist auch ihr Start in die Medienbranche. Viele beginnen ihre Karriere mit einem Volontariat in einer Redaktion (Produktionsfirma, Radio, Zeitung, Sender). Andere schaffen den Einstieg über ein längerfristiges Praktikum oder eine Stelle als studentische Hilfskraft. Auch eine freie Mitarbeit als Selbstständige(r) kann den Weg in die Medienbranche ebnen, zumal in bestimmten Bereichen der Medienbranche ein Großteil der Mitarbeiter(innen) freiberuflich arbeitet oder auf Projektbasis angestellt wird.

Egal, auf welchem Wege man die Medienbranche betritt: Berufserfahrung ist essenziell. Ob nun durch Beiträge als freie(r) Mitarbeiter(in) für eine Lokalzeitung, im Campusradio, als Kabelträger(in) beim Film oder mit einem eigenen Online-Auftritt. Denn dadurch kann man sich gegen die häufig zahlreichen Mitbewerber(innen) absetzen.

Ich persönlich habe schon während meines Studiums als studentische Hilfskraft für TV-Produktionen und Redaktionen gearbeitet. Nach meinem Studium habe ich mich als wissenschaftliche Rechercheurin selbstständig gemacht und bin von dort in eine langjährige Festanstellung abgeworben worden. Inzwischen habe ich meine eigene Agentur gegründet.

Welche Weiterbildungen sollte man als Naturwissenschaftler(in) in dieser Branche machen?

Auch hier gilt: Vieles kann, nichts muss. Wenn man ausschließlich eine Naturwissenschaft studiert hat, lohnt sich in vielen Fällen ein Volontariat in einer Redaktion. Teils ist das Voraussetzung für eine Einstellung, gerade beim Fernsehen oder bei Zeitungen. In der Öffentlichkeitsarbeit, Recherche oder Kommunikation ist eine solche zusätzliche Ausbildung häufig nicht nötig. Allerdings empfiehlt sich auch dort eine gewisse Erfahrung durch Praktika. Ebenfalls nützlich kann ein Kurs im Online-Marketing, Projektmanagement oder in der Film- und Fotobearbeitung sein. Letztendlich hängt dies stark von dem Vorwissen und der angestrebten Position ab.

Ich empfehle, in der Personalabteilung des Wunscharbeitgebers einfach mal nachzufragen, was von zukünftigen Bewerber(inne)n erwartet wird. Vielleicht können die Personaler(innen) sogar Fortbildungsinstitute oder Kurse empfehlen. So hat man einen ersten Kontakt geknüpft und kann sich zielgerichtet fortbilden. Und selbst wenn es bei genau dem Arbeitgeber nicht klappt, wird die Weiterbildung von ähnlichen Arbeitgebern ebenfalls geschätzt werden.

Wie sieht ein typischer Arbeitstag als Naturwissenschaftler(in) in dieser Branche aus?

In der Medienbranche ist es sinnvoll, zwischen Bürotag und Nicht-Bürotag zu unterscheiden. Bürotage machen vermutlich 60 bis 80 Prozent der Arbeitstage aus, je nach Stellenprofil. Und Bürotag heißt in der Regel: Büroarbeit, also Redaktionskonferenz, Recherchieren, Telefonieren, Texte schreiben, ggf. Filme schneiden oder Fotos bearbeiten.

So wird oft wochenlang auf einen einzigen Nicht-Bürotag hingearbeitet, in meinem Fall als Redakteurin und Regisseurin ist es der Filmdreh. Üblicherweise verläuft der so: Man steht morgens sehr früh auf, um sich mit dem Kamerteam an irgendeiner Autobahnauffahrt zu treffen. Auf der Fahrt (sehr eng, da links und rechts Kameraequipment gestapelt ist) bespricht man die letzten Änderungen des Drehbuchs.

Naturwissenschaften

Man kommt am Drehort an: ein Forschungsbereich, dessen neuste Errungenschaft wir vorstellen, oder etwa das Boot eines Walforschers an der Nordsee. Und man hofft, dass alle Mitwirkenden gesund und pünktlich sind und gute Laune haben.

Dann wird gedreht. Teils ohne Pause. Teils ohne Essen. Teils muss man klare Ansagen machen. Und man muss immer einen kühlen Kopf bewahren, denn es geht immer etwas schief. Zehn bis zwölf Stunden später ist dann Drehschluss und man macht sich auf den Heimweg. Völlig fertig, aber sehr glücklich, das Material, für das man wochenlang gearbeitet hat, im Kasten zu haben. Wenn der Film dann später geschnitten und vertont ist, weiß man, warum man wochenlang am Schreibtisch gegessen hat!

Was war Ihr bislang spannendstes Jobprojekt?

Vor einigen Jahren durfte ich für das ARD-Jugendformat „neuneinhalb“ einen Film über Timo machen. Timo war damals elf, sein größtes Interesse galt der Waschmaschine und mit fremden Menschen hat er kaum gesprochen. Denn: Timo ist Autist.

Das Filmprojekt⁵ war eine echte Herausforderung. Zum einen wegen des zu transportierenden Informationsgehaltes: Acht- bis dreizehnjährigen Zuschauern anschaulich, inhaltlich korrekt, unterhaltsam und einfühlsam zu erklären, was Autismus ist, ist schwierig. Nicht umsonst wird das Kinderfernsehen auch als Königsdisziplin bezeichnet. Es ist die anspruchsvollste Zielgruppe (hat man nach ca. drei Sekunden das Interesse nicht geweckt, schalten sie ab) und man darf – anders als bei Erwachsenen – nichts voraussetzen, also keine Fremdwörter, keine Fachbegriffe, nichts.

Zum anderen war der Film für mich als Redakteurin und Regisseurin so anspruchsvoll, weil man mit Timo nicht sicher planen konnte. Lässt er mich in sein Zimmer? Sagt er am Drehtag auch nur ein Wort? Können das Kamerateam und ich im Vorfeld schon so viel Vertrauen aufbauen, dass ein Dreh überhaupt möglich ist? Und kann man aus Material, das unter so schwierigen Umständen entstanden ist, dann einen sinnvollen Film machen?

Das Projekt war sehr unberechenbar, aber es hat sich gelohnt. Entstanden ist ein wundervolles Porträt über einen Jungen, Hunderttausende Mal online geteilt, mehrfach nominiert und ausgezeichnet – und mit Timo und seiner Familie bin ich bis heute befreundet.

Es mag auf den ersten Blick vielleicht kein „naturwissenschaftliches“ Projekt sein, aber es trifft den Kern dessen, was wir in der Medienbranche machen. Wir suchen uns anschauliche Beispiele, anhand derer wir sehr komplexe Sachverhalte erzählen und erklären können.

5 Der Link zum Film: bit.ly/2Ou5jbZ.

Welche Tipps haben Sie für Naturwissenschaftler(innen), die gerne in diese Branche einsteigen möchten?

Scheu dich nicht, klein anzufangen! Der Einstieg ist oft weniger glamourös, als man hofft. Ich habe sechs Jahre lang als Studentin bei Daily Soaps und Live-Shows Kabel getragen, Kamera-Assistenz gemacht und Technik weggeräumt. Aber: Dabei habe ich gelernt, wie man Fernsehen macht – und Kontakte geknüpft. Beides sind die Grundpfeiler für einen guten Einstieg in die Branche.

Sei selbstbewusst! Das Bio-Diplom war immer mein Bonus. Bei jeder Bewerbung, bei jeder Gehaltsverhandlung. Damit habe ich mich von den teilweise Hunderten Mitbewerber(inne)n aus Journalistenschulen oder Germanistik-Studiengängen unterschieden. Das heißt nicht, dass man keine medialen Kenntnisse braucht. Aber gerade dort, wo auch wissenschaftliche Expertise gefragt ist, haben wir Naturwissenschaftler(innen) die Nase vorn. Und dieses Wissen sollten wir selbstbewusst bereits in der Bewerbung einfließen lassen.

Erwirb Medienkenntnisse! Wie man das macht, ist nebensächlich. Und was man genau macht, hängt sehr von dem jeweiligen späteren Aufgabenfeld ab. Schon an der Uni werden Medien-Kurse angeboten, die man besuchen sollte. Auch dort lassen sich Kontakte knüpfen. Mitarbeit beim Uni-Radio oder bei Zeitschriften helfen. Praktika in Produktionsfirmen sind sehr wertvoll, da man dort grundsätzliche Abläufe erlernt. Und mein Rat ist, dies nicht erst nach dem Abschluss zu machen, sondern schon während des Studiums damit zu beginnen. Zum einen baut man so ein Netzwerk in die Branche auf, zum anderen kann man so erkennen, welcher Job in diesem riesigen Feld passen könnte.