

Hans-Dieter Kübler

Lorenz Lorenz-Meyer: Digitaler Journalismus

2025

<https://doi.org/10.25969/mediarep/24131>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Lorenz Lorenz-Meyer: Digitaler Journalismus. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 42 (2025), Nr. 3, S. 482–484. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/24131>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0>

Lorenz Lorenz-Meyer: Digitaler Journalismus

Bielefeld: transcript (utb) 2024, 351 S., ISBN 9783825262327, EUR 29,-

Über die Veränderungen, die der Journalismus durch die Digitalisierung erfährt, über erhebliche Belastungen und Abstriche, wie auch über Innovationen und Chancen für ihn ist schon viel diskutiert, spekuliert und rasoniert worden. Jetzt wartet der Kognitionswissenschaftler Lorenz Lorenz-Meyer – einer der ersten Online-Journalisten mit acht Jahren Berufserfahrung für beispielsweise den *Spiegel* und *Die Zeit*, außerdem von 2004 bis 2022 Professor für Online-Journalismus an der Hochschule Darmstadt, mit diesem klar strukturierten, übersichtlich gestalteten und didaktisch motivierenden ‚Studienbuch‘ auf, das sich vor allem an

arbeitende Praktiker:innen wendet, die sich in diese herausfordernde wie komplizierte Materie einarbeiten wollen. Explizit ist es „kein akademisches Werk im strengen Sinne“ (S.13), sondern ein vielfältig nutzbares Kompendium für das nötige Praxiswissen. Ganz konkret werden vor allem für sämtliche, klug unterteilte ‚journalistische Tätigkeiten‘ Methoden, Arbeitsschritte, digitale Programme, Tools und Arbeitsbeispiele aufgeführt, die mit wenigen Literaturhinweisen am Ende jeden Kapitels noch vertieft werden können. Lernziele, Themen, Begriffserklärungen und Übungen, die mit Icons versehen sind, erleichtern den Überblick. Interaktive Testfragen

und weitere Zusatzmaterialien können online, per QR-Code, abgerufen werden. Gerade ein solches Unternehmen und Werk unterliegt allerdings der immer rascher wirkenden Unrast der technischen Entwicklungen, sodass Online-Aktualisierungen ratsam sein werden.

Der Band startet mit einer kompakten Einleitung über die Geschichte des digitalen Journalismus seit den 1980er Jahren, verweist auf die optimistischen Gründungsmythen und identifiziert Dekaden seiner Entwicklung, technologischen Implementationen (zusammen mit dem Internet), seiner Professionalisierung und ökonomischen Ambivalenz. Heute ist der gesamte globale Medienkosmos vernetzt, miteinander verflochten und auf digitalen Plattformen.

Es folgt das umfangreichste Hauptkapitel zu den journalistischen Tätigkeiten. Sie umfassen die „Themenfindung und Recherche“, das „Wissens- und Projektmanagement“, die „Zusammenarbeit“, dann erfolgt der Sprung in mediale Optionen wie Multimedia, soziale Medien, mobilen Journalismus, Podcasts, Datenjournalismus. Am Ende geht es wieder allgemeiner um Automatisierung, Künstliche Intelligenz und Datensicherheit. Das jeweilige Aufgabenfeld wird aufgezeigt, einige Arbeitsschritte beispielhaft vorgestellt und dann die möglichen Methoden beziehungsweise Werkzeuge besprochen – oft auch vergleichend zwischen den analog bewährten und den digital innova-

tiven. Aufgaben festigen das erlernte Wissen und weisen auf Anschlussmöglichkeiten hin.

Das dritte Kapitel widmet sich dem redaktionellen Marketing, das sich durch die Digitalisierung ungleich erweitert habe und nicht mehr nur – wie früher – die Konsum- und Absatzplanung des Verlags für Werbekund:innen und Publikum umfasst. Crossmediales Contentmanagement ist wohl das zeitgemäße Label, dem der Autor ein einleitendes Kapitel widmet (vgl. S.269ff.). Denn die Teilhabe der Nutzer:innen an der Medienproduktion und -diffusion ist digital auf ganz verschiedene Weise möglich und auch gewollt; damit sind mehr Transparenz und Vertrauensbildung in der journalistischen Arbeit gefordert, und es verändern sich die Rezeptionsmodalitäten für Kanäle, Formate und Produkte ständig. Entsprechend folgen die Kapitel „Crossmedia und Content Management“, „Interaktion und Community“, „Erfolgskontrolle“ und „Erlösmodelle“, wobei sich bei letzteren aufschlussreiche Vergleichsoptionen etwa mit redaktionellen Analytics, digitalisierter Werbung und digitalen Bezahlhalten anbieten.

Lorenz-Meyer kennzeichnet sein Werk auch als Summe seiner Berufsjahre und Lehrtätigkeiten. Das ist es sicher auch, gerade mit der Distanz und dem stringenten Blick auf die Bedürfnisse angehender und künftiger Journalist:innen-Generationen. Wenn man sich für die hoffentlich noch

kommenden Auflagen und Ausgaben etwas wünschen darf, so wäre das zum einen ein ausführliches Sachregister, sodass man die diversen Anwendungen (Apps) und Tools, die im Werk behandelt werden, findet und vor allem auch an verschiedenen Stellen vergleichen kann (was bei einer digitalen Version ohnehin gegeben ist). Zum anderen wäre es für die gemeinhin hektische journalistische Praxis recht hilfreich,

würde beispielhaft gezeigt, wie diese Apps und Tools in der Praxis funktionieren und was sie jeweils leisten und was nicht, wieviel Aufwand (der Einarbeitung und praktischen Durchführung) sie erfordern und wie sie Effizienz erbringen. Denn erst dann erweisen sich ja ihre Vorzüge oder Nachteile.

Hans-Dieter Kübler (Werther)