

Schnittprogramme, Twitter und Werbekampagnen

Der Sankt Michaelsbund als Ausbilder in Medienberufen



Die Auszubildenden im Sankt Michaelsbund (v.l.n.r.): Thomas Stöppler (Volontär), Celine Kuklik (Volontärin) und Josefine Seitzinger (Auszubildende als Medienkauffrau).

Thomas Stöppler hat einen Kopfhörer aufgesetzt und beobachtet auf seinem Bildschirm, wie dort viele blaue Striche an ihm vorbeiziehen, nach oben ausschlagen und nach einer Zeit unten bleiben. Dann drückt er an einer Stelle schnell die linke Maustaste. Die blauen Striche, die ein bisschen an ein EKG-Diagramm erinnern, sind Lautstärke-Ausschläge und Thomas Stöppler schneidet gerade an einem von ihm aufgezeichneten Interview die wichtigsten Passagen heraus. Danach wird er einen Text zu diesen sogenannten Original- oder O-Tönen schreiben und beides mit einer Redakteurin besprechen.

Ein Kollege spricht die Zeilen anschließend ins Mikrofon, die mit den O-Tönen verbunden werden und Thomas Stöppler hat seinen ersten Beitrag für das Münchner Kirchenradio gemacht. Der 32jährige Literaturwissenschaftler ist seit kurzem Volontär im Sankt Michaelsbund. Genauso wie Celine Kuklik, die für ihre Ausbildung extra aus dem Saarland in die bayerische Landeshauptstadt gezogen ist. Sie sitzt ein Stockwerk tiefer an einem Computer in der Redaktion der Münchner Kirchenzeitung und passt gerade ein Foto in eine weiße Fläche auf dem Bildschirm ein. Der Text steht schon daneben, er braucht ein wenig mehr Platz als vorgesehen und das Bild muss kleiner werden. Beide Volontäre wollen in den Redaktionen des katholischen Medienhauses das journalistische Handwerk lernen. Das ist hier in einer bundesweit einzigartigen Vielfalt möglich. Im Sankt Michaelsbund entstehen Fernsehbeiträge für das Landesfenster von RTL, Radiostücke für Antenne Bayern oder das hauseigene Münchner Kirchenradio, hier werden Zeitungen und Sonderhefte gemacht; die Online-Redaktion bedient die Sozialen Medien und sorgt dafür, dass auf der Internetseite mk-online.de aktuelle Meldungen und Berichte stehen, ebenso wie die Videos zum Religiösen Buch des Monats. In Kooperation mit der katholischen Journalistenschule IFP (Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses) bildet der Sankt Michaelsbund regelmäßig Volontäre zu Redakteuren aus. Die 26jährige Sprachwissenschaftlerin Celine Kuklik und Thomas Stöppler können nach ihrer Ausbildung selbständig und rechtlich verantwortlich Beiträge von Kollegen bearbeiten, Informationen recherchieren und prüfen. Sie werden selbst schreiben, wahrscheinlich aber auch kleine Videos für Facebook oder Twitter mit dem Smartphone drehen und posten, O-Töne für einen Radio-Podcast holen und schneiden. Denn die einzelnen Mediengattungen sind immer weniger voneinander getrennt. Deshalb haben das IFP und der Sankt Michaelsbund seit dem Herbst 2018 ein sogenanntes crossmediales Volontariat eingeführt. Zwar schauten die Auszubildenden im katholischen Medienhaus auch zuvor immer über den Tellerrand von Print oder Radio hinaus, waren aber einer Redaktion fest zugeordnet. Nun erleben die Volontäre jeweils drei Monate lang die Arbeit in den verschiedenen Teilredaktionen und bekommen dort einen Redakteur als fachlichen Begleiter zugeordnet. Im zweiten Jahr bestimmen die Redaktionsleitungen, die Volontäre und der Ausbildungsbeauftragte im gegenseitigen Einvernehmen einen festen „Heimatplatz“ in einer der zuvor durchlaufenen Stationen. In dieser Stammredaktion, etwa der Münchner Kirchenzeitung wenden die Volontäre aber weiterhin ihre zuvor erworbenen Kenntnisse in den anderen Medien an,

schreiben also auf einer Pressekonferenz nicht nur für ihren Printbeitrag mit, sondern twittern von dort auch. Celine Kuklik hat gleich in den ersten Tagen überrascht, „wie eng die Redaktionen tatsächlich zusammenarbeiten und gemeinsam Geschichten für unterschiedliche Medienentwickeln“. Dass die Themen „nah am Menschen sind und auch Unangenehmes wie den Missbrauchsskandal nicht aussparen“, schätzt die Volontärin besonders. Von ihrer Ausbildung erwartet sie sich, „dass ich mich in allen Mediengattungen sicher bewegen lerne und ein Auge für Bilder und Geschichten entwickle, die Menschen ansprechen“. Thomas Stöppler schneidet mittlerweile schon viel schneller und begeistert an seinem nächsten Beitrag für das Münchner Kirchenradio: Das Telefoninterview mit einer jungen Frau aus dem Erzbistum München und Freising, die in Indien als „Missionarin auf Zeit“ arbeitet. Dem protestantischen Christen gefällt „das Katholische“ an dieser Geschichte. In München-Sendling ist die junge Frau Ordensleuten begegnet, die auf dem Subkontinent die Ärmsten unterstützen: „Das Lokale steht in der katholischen Kirche immer im globalen Kontext“, sagt er und wendet sich wieder seinem Schnittprogramm zu.

Die Medien, in denen eine solche Geschichte erscheint, wollen aber auch beworben und, ja, auch verkauft sein. Die Inhalte sollen schließlich möglichst weit verbreitet und bezahlt werden. Auch das lässt sich im katholischen Medienhaus Sankt Michaelsbund lernen. Josefine Seitzinger arbeitet sich gerade in ein Verwaltungsprogramm für die Abonnenten der Münchner Kirchenzeitung ein. Die 19jährige hat vor einigen Wochen mit ihrer Ausbildung zur „Medienkauffrau Digital und Print“ begonnen: „Mich interessiert der Hintergrund, also wie Medien kaufmännisch funktionieren, die uns ja tagtäglich umgeben.“ Das bedeutet natürlich viel mehr, als Zahlungseingänge zu kontrollieren. Es sind gezielte Werbekampagnen zu entwickeln, kostengünstige Vertriebswege zu finden und Anzeigenkunden zu gewinnen. Hin und wieder will auch ein aufgebrachter Abonnent freundlich beschwichtigt werden, wenn die Post die Zeitung zu spät gebracht hat. Das lernt die angehende Medienkauffrau im Vertrieb der Münchner Kirchenzeitung, wo sie mit drei Kolleginnen das Büro teilt, „die sich viel Zeit nehmen und alles genau erklären“. Josefine Seitzinger hat sich bewusst gegen eine Ausbildung in einem großen Verlagshaus entschieden, „das zwar viele Abteilungen hat, aber in dem die Azubis oft nur oberflächliche Einblicke bekommen und alles viel unpersönlicher ist“. Da ist ihr der Sankt Michaelsbund deutlich lieber, den sie „als offenen und freundlichen Teil der katholischen Kirche“ erlebt. Und dem ist die Ausbildung ein besonderes Anliegen. „Wir wollen da als Unternehmen eine gesellschaftliche Verpflichtung wahrnehmen“, erklärt Direktor Stefan Eß. „Und gut ausgebildeter Nachwuchs wird überall gesucht und gebraucht.“ Auch in den verschiedensten Bereichen im eigenen Haus. Hier soll es neben den beiden Volontären und der angehenden Medienkauffrau schon bald einen weiteren Auszubildenden geben: Der Lesetraum, die Publikumsbuchhandlung des Sankt Michaelsbundes, hat soeben einen Ausbildungsplatz für einen Buchhändler ausgeschrieben.

Alois Bierl