JJS-Positionspapier

Einleitung:

JJS steht für den Journalismus der Zukunft: für einen nachhaltigen, vielfältigen und unabhängigen Journalismus mit hohem Qualitätsanspruch. Dazu braucht es in erster Linie gute Journalistinnen und Journalisten. Deshalb setzen wir uns ein...

- **...für mehr Möglichkeiten zum Berufseinstieg**

Wir stellen fest: Bezahlte Ausbildungsplätze auf Redaktionen werden seltener, Anmeldungen an Schweizer Journalismus-Schulen sind rückläufig.
Wir sagen: Ohne Nachwuchs überlebt keine Branche. Deshalb braucht es mehr bezahlbare Ausbildungsplätze, betreute Praktika, transparente Löhne sowie eine öffentliche Ausschreibung freier Stellen.

- **...für mehr Diversität auf den Redaktionen**

Wir stellen fest: Sei es bei Geschlecht, Bildungsweg, religiöser oder ethnischer Herkunft: Auf vielen Redaktionen fehlt es an Diversität. Mehrere Vorkommnisse lassen zudem auf einen strukturellen Sexismus auf vielen Redaktionen schliessen. Zu viele junge Journalistinnen steigen deshalb früh aus dem Job aus.
Wir sagen: Redaktionen sind im Idealfall ein Spiegelbild der Gesellschaft. Dazu gehören ausgeglichene Geschlechterverhältnisse und vielfältige soziale und kulturelle Hintergründe der Journalistinnen und Journalisten – auch in Führungspositionen.

- **...für ein inspirierendes Arbeitsklima**

Wir stellen fest: Umstrukturierungen, Klickzahlen, Zeit- und Leistungsdruck befeuern ein Konkurrenzdenken in Redaktionen. Eine von JJS initiierte Studie zeigt, dass rund ein Drittel der jungen Journalistinnen und Journalisten zu wenig Zeit hat, um die eigene Arbeit zufriedenstellend zu erledigen. Knapp zwei Drittel der jungen Journalistinnen und Journalisten erleben bei der Arbeit konstant Stress.
Wir sagen: So brennen junge, talentierte Journalistinnen und Journalisten aus. Das schadet auf Dauer der Branche. Es braucht auf Redaktionen mehr Miteinander: ein förderliches Klima, eine konstruktive Feedback-Kultur und genügend zeitliche und personelle Ressourcen.

- **...für einen offenen Umgang mit mentalen Belastungen im Journalismus**

Wir stellen fest: Journalistinnen und Journalisten machen ihren Beruf mit viel Leidenschaft. Lange Arbeitstage und unregelmässige Arbeitszeiten gehören dazu. Bei knappen Ressourcen und mit zunehmendem Zeitdruck entsteht daraus aber rasch ein Klima, in dem gefeiert wird, wer am meisten und am längsten arbeitet. Gemäss JJS-Studie macht über die Hälfte der jungen Medienschaffenden jede Woche bis zu drei Stunden Überzeit. Ein Drittel leistet gar bis zu sechs Überstunden pro Woche.
Wir sagen: Ausgleich und Privatleben kommen oft zu kurz, die psychische Belastung ist auf Redaktion zu oft ein Tabuthema. Das ist gefährlich. Der Umgang mit Arbeitszeit und psychischer Belastung auf Redaktionen muss offener werden.

- **...für faire Bedingungen für freischaffende Journalistinnen und Journalisten**

Wir stellen fest: Oft wird auch auf dem Buckel freischaffender Journalistinnen und Journalisten gespart. Mehrfachverwertungen von Texten werden verboten, Löhne gedrückt, mit zunehmender Medienkonzentration schwinden Abnehmer für Texte.
Wir sagen: Für junge Journalistinnen und Journalisten dient die freie Mitarbeit oft als Einstieg in den Beruf. Faire und pünktliche Entlöhnung sowie eine konstruktive Feedback-Kultur sind deshalb besonders wichtig.

- **...für nachhaltige Geschäftsmodelle**

  Wir stellen fest: Journalismus lässt sich immer schlechter mit Werbung finanzieren. Abo-Einnahmen können rückläufige Werbeeinnahmen kaum kompensieren. Das führt vielerorts zu grossem Spardruck.
  Wir sagen: Es braucht Platz und Mut für neue Ideen. Bestrebungen nach neuen, innovativen und nachhaltigen Geschäftsmodellen für den Journalismus sind deshalb unterstützenswert.

- **...für einen unabhängigen Journalismus**

  Wir stellen fest: Für mehr Klicks wird mit der Glaubwürdigkeit und der Unabhängigkeit heute teilweise sorglos umgegangen. In Native Ads wird Werbung als Journalismus getarnt.
  Wir sagen: Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit sind die höchsten Güter des Journalismus. Wir wollen deshalb eine konsequente und transparente Trennung zwischen journalistischem Inhalt und Werbung. Geschäftsmodelle von heute dürfen den Journalismus von morgen nicht gefährden.

Als JJS versuchen wir, mit unseren Angeboten einen Beitrag dazu zu leisten: