

Thema:

Die lokale Kompetenz zurückgewinnen

Prof. Dr. Michael Haller, Universität Leipzig, Lehrstuhl Journalistik I;
Wissenschaftlicher Direktor des Instituts für Praktische Journalismusforschung (IPJ)

Seit einigen Jahrzehnten ist das Medieninteresse auf die Superthemen dieser Welt gerichtet. Das Ende des Sowjet-Systems und seine Folgen, dann der 11. September 2001 und der weltweite Terrorismus, der Klimawandel und die Öko-Katastrophen, die New Economy mit ihren Rückschlägen, der mit dem Internet verbundene Medienwandel, die weltweiten Finanz- und die Wirtschaftskrisen, die Währungsorgen...

Im öffentlichen Bewusstsein überlagern diese Megathemen die vielen kleinen, nicht minder wichtigen Themen in der Nahwelt der Menschen, dort, wo das Leben konkret und gestaltbar ist. Es ist dieser Mikrokosmos, der sich um den Alltag und das Gemeinwohl, um Partizipation und Politik, um Konsum und Arbeit dreht. Diese Nahwelt gewinnt wieder – zumal angesichts der Verarmung der öffentlichen Haushalte – rasant an Bedeutung. Vor allem unter jüngeren Erwachsenen ist die Auffassung verbreitet, dass man sich einmischen, dass man das urbane Leben mitgestalten und sich in soziale Netze einbringen solle. „Lebendige Demokratie hat ihre Wurzeln im Lokalen“ nannte es Bodo Hombach auf dem „Forum Lokaljournalisten“ im Januar 2010. Machen die Medien diese Wiederentdeckung des Lokalen mit?

Keine Frage, zahlreiche Medienhäuser haben die Bedeutung der lokalen Lebenswelt erkannt, nicht zuletzt, weil die meisten Zeitungen im Lokalen ihr Alleinstellungsmerkmal gegenüber den anderen Medien behaupten wollen. Die Tageszeitung muss im lokalen Raum das Leitmedium bleiben, ist der Kerngedanke der von uns befragten Chefredakteure. Und sie sind überzeugt, dass ihre Zeitungen – um servicezentrierte Onlinedienste erweitert – mit und durch ihren Lokalteil bei den Bürgern wie bei den Anzeigenkunden ihre Geltung zurückgewinnen könnten. Die Frage lautet: Finden die Menschen wieder zurück zur Lokalzeitung?

Die Perspektive der Leser

Wenn wir die urbane Erwachsenenbevölkerung als (potentielle) Zeitungsleser ins Blickfeld nehmen, dann fällt die Antwort doppeldeutig aus.

Zum einen: Es stimmt, die Wiederentdeckung des Loka-

len spiegelt sich im Leserinteresse. Auf die Frage der Demoskopien, welche Zeitungsteile sie denn bevorzugt lesen bzw. für welche sie sich am meisten interessieren, antwortet die überwiegende Mehrheit der Befragten: „das Lokale“. Dies scheint zwar nicht neu zu sein, denn auch vor dreißig Jahren sagten vier von fünf befragten Lesern, sie würden „lokale Berichte hier aus dem Ort und der Umgebung“ praktisch immer lesen (vgl. Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie: Band 9, 1993). Allerdings sank dieser Anteil dann deutlich ab, während der Anteil jener, die sich in erster Linie für das Überregionale interessieren, auf zwei Drittel anstieg. Doch seit wenigen Jahren signalisieren die Allensbacher Daten wiederum eine Trendumkehr zugunsten des Lokalen (vgl. Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie: Band 12, 2009).

Auch die in den vergangenen zwei Jahren von anderen Instituten erhobenen und von uns ausgewerteten Daten bestätigen diesen Trend. Eine wissenschaftlich solide Erhebung stammt von Klaus Arnold, dessen Studie die Qualitätsanforderungen an die Tageszeitung untersucht hat. Seine Repräsentativbefragung ergab, dass von denen, die „mindestens mehrmals pro Monat“ Zeitung lesen, derzeit 85% den Lokalteil der Zeitung „immer oder fast immer“ konsumieren (Arnold 2009: 373). Das vom Leipziger Institut für Praktische Journalismusforschung (IPJ) mit sechs Regionalzeitungen im Herbst 2009 eingerichtete Online-Leserpanel untersucht vor allem das tatsächliche Nutzungsverhalten – und generiert ganz ähnliche Werte. So steht bei den rund 1.200 befragten Mediennutzern der Lokalteil wie auch deren Interesse an Lokalnachrichten deutlich auf Platz eins, und zwar bei den Nur-Print-Lesern ebenso wie bei den internetaffinen Nutzern – und bei diesen ebenso wie bei den Nur-Online-Lesern: Auch diese wollen in erster Linie Lokalstoff auf der Website finden.

Zum andern aber: Die gemessene Reichweite der Tageszeitungen wie auch die Abonnentenaufgabe sinkt weiterhin, derzeit um rund zwei Prozent pro Jahr, manchenorts sogar um drei oder vier Prozent. Manche große Regionalzeitung hat in den vergangenen zwei Jahrzehnten fast ein Drittel ihrer verkauften Auflage verloren. Und eine Trendumkehr ist nirgends in Sicht. Wie erklärt sich dieser Widerspruch?



PARLAMENT / PARLIAMENT, 2009, C-Print/ Diasec, 180 x 223 cm

Erwartung und Erwartungsenttäuschung

Es handelt sich um keinen Widerspruch, sondern um die Diskrepanz zwischen Nutzungserwartung einerseits und Nutzungserfahrung andererseits: Nicht nur die formal besser ausgebildete Erwachsenenbevölkerung, sondern bereits Jugendliche und junge Erwachsene stellen an den Lokalteil der Tageszeitungen andere Erwartungen als frühere Generationen – und sehen sich zu erheblichen Teilen enttäuscht, weil sie das nicht finden, was sie suchen. Viele Medienmacher erklären diese Diskrepanz mit dem Internet: Es bietet zumal den jungen, überwiegend online-affinen Leuten einen topaktuellen Nachrichtenzugang. Entsprechend desinteressiert seien sie an der Tageszeitung.

Doch diese Erklärung trifft das Problem nicht. Alle uns bekannten Studien zeigen übereinstimmend, dass

erstens der Reichweiteschwund bereits Anfang der 90er Jahre einsetzte; und dass zweitens die Jugendlichen das Internet für alles Mögliche, nur nicht als Nachrichtenmedium nutzen. Eine im vergangenen Jahr von Allensbach publizierte Studie sah im Medienverhalten der Jugendlichen einen „Paradigmenwechsel“:

„Fernsehen und Internet werden von Unter-30-Jährigen keineswegs der Tageszeitung vergleichbar für die kontinuierliche tägliche Information genutzt. Trotz einer Reichweite von nahezu 90 Prozent in der jungen Generation spielt das Internet als Informationsquelle über das aktuelle Geschehen für die Jüngeren nur eine geringe Rolle. Stichtagsbefragungen zeigen, dass im Durchschnitt (nur) 18 Prozent der Unter-30-Jährigen sich via Internet über das aktuelle Geschehen informieren.“ (Renate Köcher 2009:112).

Man kommt dem Reichweite-Rückgang besser auf die Spur, wenn man nach Gründen für die genannte Erwartungsenttäuschung sucht. Einer könnte auf den Indikator „Vertrauen“ zurückgehen. Tatsächlich zeigten verschiedene Nutzungsstudien schon seit Ende der 90er Jahre einen „latenten“ Vertrauensschwund des Journalismus auf. Dieser Verlust wurde nun kürzlich eindrücklich bestätigt durch eine Repräsentativerhebung der Medienwissenschaftler an der TU Dresden. Unter dem Titel: „Entzauberung eines Berufs – Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden“ finden sich einige Gründe für diese Enttäuschung: Jeder dritte Deutsche sagt, dass er den Berichten der Medien nicht mehr vertraue. Zwei von fünf sind der Meinung, dass Journalisten mächtiger geworden seien als Politiker – und vier Fünftel von denen finden dies schlimm. Ein weiterer Kritikpunkt betraf die Kommerzialisierung der Medieninhalte und den Einfluss der PR, indem eine deutliche Mehrheit der Befragten Journalis-

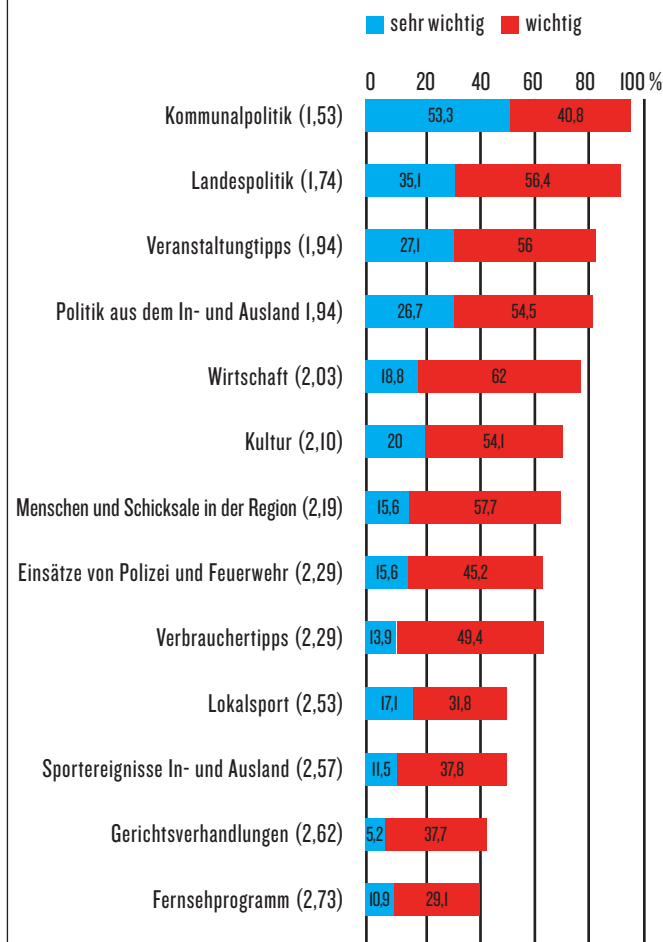
ten für „käuflich“ einschätzt. Der Leiter der Studie, Wolfgang Donsbach, resümiert: „Die Medien hängen schon viel zu lange einem Qualitätsbegriff an, der in die Irre führt. Qualität ist nicht identisch damit, was sich am besten verkauft, sondern beruht auf der Wahrnehmung der Aufgaben für eine Gesellschaft, deren Mitglieder sich verlässlich informieren und sich eine eigene Meinung bilden wollen.“ (komm.blog Juli 2009). Dies ist eine Einschätzung, die besonders ausgeprägt für das Kernstück der Zeitung gilt: für ihren Lokalteil.

Was bieten die Zeitungen ihren Lesern?

Die Rückgewinnung des Lokalen beginnt also nicht mit dem Aufbau von Newsdesks und Relaunchs, auch nicht mit dem Ausbau der Lokalberichterstattung. Sie beginnt mit einem Perspektivenwechsel: Die Journalisten

**GRAFIK 1:
THEMENRELEVANZ AUS SICHT DER ZEITUNGSLESER**

Frage: „Welche Themen sind Ihnen wichtig, dass darüber regelmäßig in Ihrer Lokalzeitung berichtet werden soll?“



Ranking nach Mittelwerten (in Klammern), berechnet gem. Skala von 1 (sehr wichtig) bis 4 (gar nicht wichtig). n=4898 - Befragung: September 2008, Quelle: IPJ (Freyda/Haller)



HYDROKULTUR, 2010, C-Print/Diasec, 168 x 138 cm

GRAFIK 2: DIE RANGFOLGE DER WICHTIGSTEN THEMEN
UND DIE FORMALE BILDUNG DER BEFRAGTEN LESER

	Alle Befragten (N = 4898)	Nur Volksschule (N = 975)	Hochschulreife (N = 1235)
1	Kommunalpolitik (1,53)	Kommunalpolitik (1,64)	Kommunalpolitik (1,42)
2	Landespolitik (1,74)	Landespolitik (1,86)	Landespolitik (1,63)
3	Veranstaltungstipps (1,94)	Polizei und Feuerwehr (1,91)	Veranstaltungstipps (1,79)
4	Politik In-/Ausland (1,94)	Menschen und Schicksale (1,92)	Kultur (1,85)
5	Wirtschaft (2,03)	Verbrauchertipps (2,01)	Politik In-/Ausland (1,86)
6	Kultur (2,10)	Veranstaltungstipps (1,03)	Wirtschaft (2,07)
7	Menschen und Schicksale (2,15)	Wirtschaft (2,09)	Ereignisse in und um HH (2,26)
8	Polizei und Feuerwehr (2,29)	Politik In-/Ausland (2,09)	Menschen und Schicksale (2,33)
9	Verbrauchertipps (2,29)	Lokalsport (2,31)	Verbrauchertipps (2,52)
10	Ereignisse in und um HH (2,30)	Ereignisse in und um HH (2,33)	Polizei und Feuerwehr (2,67)
11	Lokalsport (2,53)	Kultur (2,34)	Sport In-/Ausland (2,75)
12	Sport In-/Ausland (2,57)	Gerichtsverhandlungen (2,42)	Gerichtsverhandlungen (2,77)
13	Gerichtsverhandlungen (2,62)	Sport In-/Ausland (2,43)	Fernsehprogramm (2,78)
14	Fernsehprogramm (2,73)	Fernsehprogramm (2,56)	Lokalsport (2,81)

sollten verstehen lernen, wie die Menschen das öffentliche Stadtgespräch erleben und wem sie dabei die Rolle des Themensetzers und des Moderators zutrauen. Vor allem junge Erwachsene wollen nicht als Konsumenten, Schnäppchenjäger und Veranstaltungsbesucher behandelt werden; sie möchten als Bürger ernst genommen werden, die sich (auch) für das Gemeinwohl interessieren. Gewiss möchten sie auch in Zukunft aktuell und unterhaltsam informiert werden – doch nicht über belanglose Beliebigkeiten und lokale Pseudo-Prominenz, sondern über Vorgänge und Themen, die für ihr Alltagsleben von Bedeutung sind. Wie erfahren wir, was die Stadtbewohner wirklich interessiert?

Das erwähnte Institut für Praktische Journalismusforschung (IPJ) hat vor mehreren Jahren und erneut im Jahr 2009 in verschiedenen Regionen Deutschlands Zeitungsleser zwischen 30 und 50 Jahren zu Lesergruppen zusammengeführt und ihr Interesse am Stadtleben wie auch ihre Erwartungen an das lokale Medienangebot in Fokusgruppengesprächen ermittelt. Außerdem (und zur Kontrolle) wurden in einer mittleren Stadt in Norddeutschland knapp 5.000 Leser der dort erscheinenden Tageszeitung nach ihren Erwartungen und ihrem Leseverhalten befragt. Aus diesen (und weiteren) Daten wurden dann Benchmarks entwickelt, mit denen das Lokalangebot zahlreicher Tageszeitungen analysiert, durchgemessen und beurteilt werden konnte.

Zu den überraschenden Ergebnissen dieser Erhebungen – siehe Grafik 1 – zählt unter anderem das große Interesse der Menschen an der kommunalen und regionalen Politik – freilich nicht an der Rathausberichterstattung oder an Politiker-Statements, sondern am Politischen

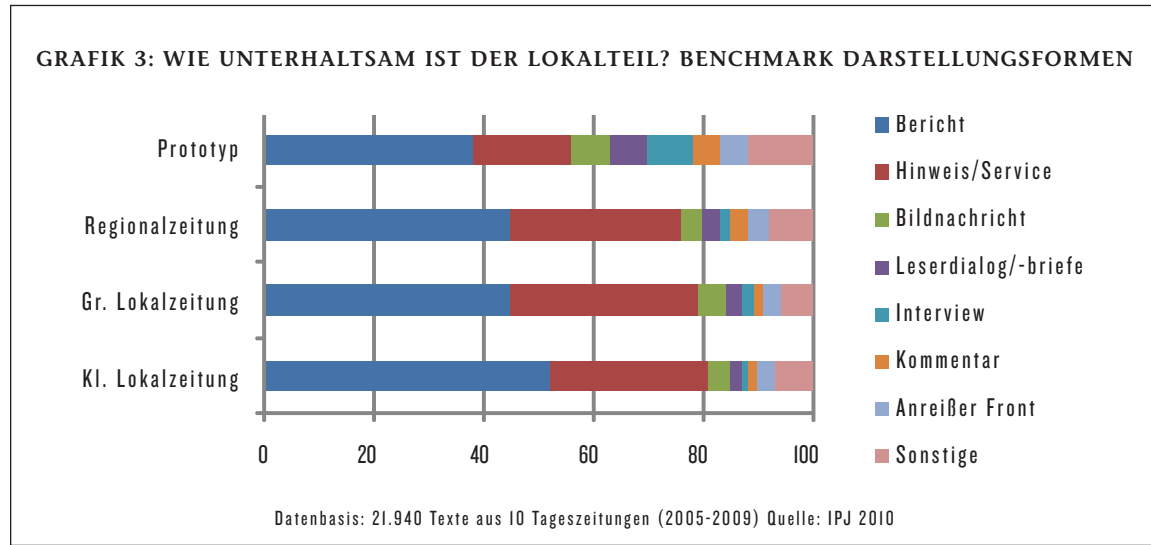
als kommunaler Gestaltungsraum. Ebenfalls überraschend: Ein großes Politikinteresse artikulieren sowohl formal schwach Ausgebildete als auch die gut Ausgebildeten (vgl. Grafik 2). Bildungsabhängige Unterschiede zeigen sich in ganz anderen Themenfeldern: Das Interesse an Auslandsberichten, an der Kultur und an Veranstaltungen ist bei den formal gut Ausgebildeten hoch, deren Interesse an Sport, Polizeimeldungen und Ratgeber-Rubriken eher klein; bei den formal eher schwach Ausgebildeten ist es umgekehrt.

Das wusste man schon, mag mancher denken. Wenn dem so sein sollte, dann muss es an der Umsetzung solcher Erkenntnisse liegen. Denn sehr vieles hängt ja davon ab, wie sie in der Blattmache „übersetzt“ werden: Wie kann das Politische aus Sicht der Bürger aufgegriffen und journalistisch aufbereitet werden? Wie gelingt es der Lokalredaktion, die Perspektive sowohl der formal gering Ausgebildeten wie auch der sehr gut Ausgebildeten einzunehmen, ohne banal oder arrogant zu werden? Und das vielleicht Wichtigste: Wie erreicht man, dass sich auch die 30-Jährigen am urbanen Leben beteiligen und darum die Zeitung und deren Website lesen wollen?

Inzwischen hat das IPJ mehr als 20.000 Zeitungsberichte aus 16 Regionalzeitungen mit zusammen 24 Lokalteilen inhaltsanalytisch nach Maßgabe dieser Benchmark-Kategorien untersucht. Diese Daten wurden für Lokalblätter, für kleine und große Regionalzeitungen umgerechnet. Zudem wurden an verschiedenen Orten in Deutschland Lokalredakteure und Zeitungsleser zu Gruppengesprächen über die Qualität von Lokalausgaben („best practice“) zusammengeführt. In diesen



ATTEMPT, 2005, C-Print/ Diasec, 166 x 190 cm



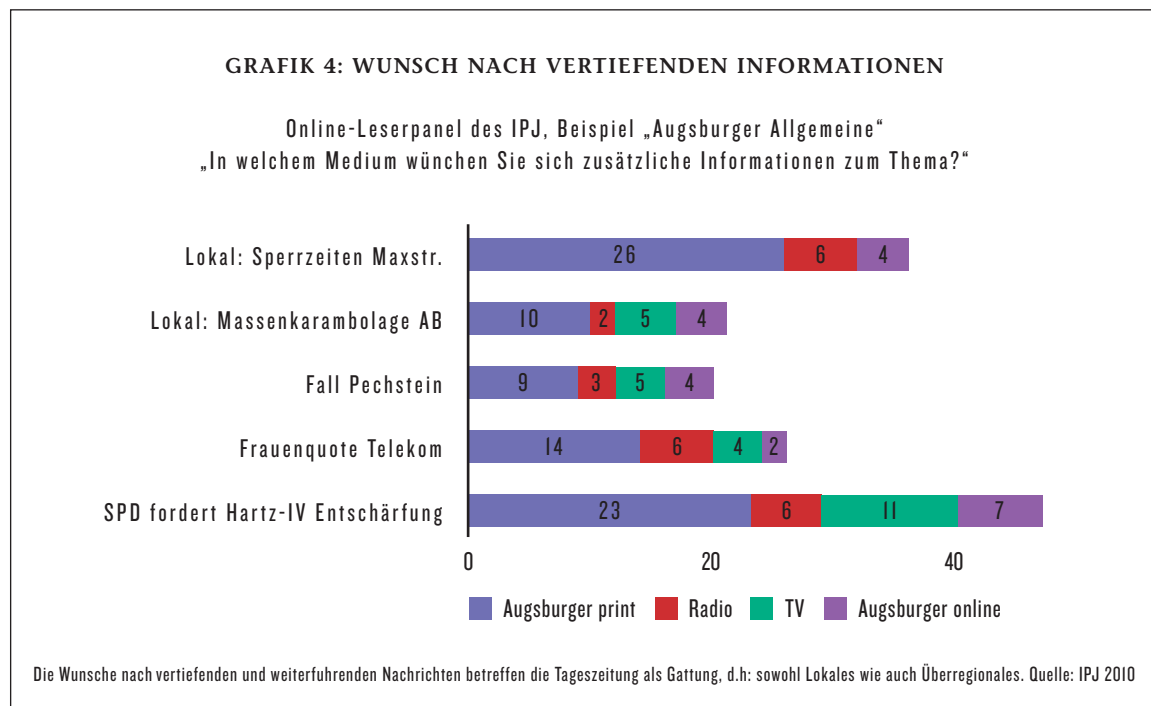
Gesprächen konnten Kriterien generiert und mit den Nutzungsdaten verknüpft – und daraus der Prototyp eines „gut gemachten“ Lokalteils destilliert werden. In diesem Prototyp sind demnach Lesegewohnheiten, Leserexpectationen und journalistisch-handwerkliche Qualitätskriterien vereint.

Vergleicht man nun diesen Prototyp mit den real existierenden Lokalzeitungen, dann zeigen sich zum Teil ganz erhebliche Abweichungen. Als unzureichend erweist sich beispielsweise die Rechercheleistung, als abweichend das Themenspektrum und die mit den Berichten verfolgte Perspektive (die Zeitungen übernehmen meist die des Veranstalters). Insbesondere das Themenfeld des Politischen und der öffentlichen Aufgaben bleibt – entgegen der Leserwünsche – vielerorts unterbelichtet; zudem wird es oftmals ohne die Akteure nur im Berichterstattungsmodus quasi anonym vermittelt.

Und häufig fehlt auch der Thementransfer von der regionalen oder überregionalen Ebene in die Alltagswelt der Leser („herunterbrechen“).

Während ein „gut gemachter Lokalteil“ – den Benchmarks zufolge – in jeder Ausgabe (pro Woche also 12 mal) mindestens zwei Ereignisthemen ins Lokale übersetzt und auf Augenhöhe der Leser behandelt, findet dieser Transfer in den untersuchten Zeitungen im Durchschnitt nur zwei Mal pro Woche statt.

Zu den Themen gehören auch die Akteure: Wen zeigt die Zeitung, wer kommt im Lokalteil zu Wort? Auch hierzu gibt es inzwischen Benchmarks, die zeigen, dass jüngere, vor allem weibliche Personen von den Journalisten sozusagen übersehen werden; die Blattmacher scheinen auf ältere Herren fixiert zu sein, die nur bedingt dafür einstehen, dass das Lokale lebendig und gestaltungsoffen ist.



PRESIDENCY I, 2008, C-Print/ Diasec, 223 x 310 cm

Zur neuen Perspektive gehört auch die richtige Aufmachung. Denn die Attraktivität des Lokalteils wird ganz wesentlich von der Präsentation der Themen, also der Visualität (Bildsprache) und den Darstellungsformen beeinflusst. Während der benchmarkbasierte Prototyp einen Mix an Formen, darunter auch dialogische und narrative Textsorten verlangt, überwiegen in den untersuchten Zeitungen die Berichtsformen. Grafik 3 zeigt die Dominanz der Berichte, der Serviceinfos und Veranstaltungshinweise, während die fürs Lokale wichtigen dialogischen Formen und Erzähltexte in den meisten Zeitungen kaum vorkommen. Entsprechend eintönig und spröde ist das Bild, das diese Zeitungen über das Stadtleben zeichnen.

Prinzip Hoffnung

Dies sind nur ein paar Befunde, die bereits zeigen, dass in vielen Zeitungsredaktionen die Rückgewinnung des Lokalen noch nicht stattgefunden hat. Zum Glück sind ihre Leser geduldig und noch immer reich an Erwartungen. In den vergangenen Monaten haben die IPJ-Forscher die Panelteilnehmer der sechs Regionalzeitungen wiederholt gefragt, wo und wie sie sich „in den letzten drei Tagen“ zu ausgewählten Ereignissen informiert haben (das Radio spielt übrigens bei breaking news noch immer eine führende Rolle).

Die Antworten stimmen optimistisch. Denn deren erfreuliche Botschaft lautet: Nach wie vor wollten die Befragten ihre Tageszeitung als Hauptquelle nutzen, nicht nur fürs Lokale, sondern auch fürs Überregionale. Und hier gewinnt die beschriebene Diskrepanz zwischen Erwartung und Erwartungserfüllung ihre gute Seite. Denn auf die Frage, in welchem der Medien sie denn Genaueres erfahren wollen, nannte der überwiegende Teil der online-erfahrenen Leser nicht etwa das Internet oder das Radio, sondern die Tageszeitung – bei lokalen Vorgängen sowieso, aber auch bei überregionalen Politikereignissen (vgl. Grafik 4).

Man kann es auch umgekehrt sagen: Sehr viele Leser machen mit ihrer Zeitung tagtäglich die Erfahrung, dass deren Orientierungsleistung nicht genügt. Aber sie halten am Prinzip Hoffnung fest.

LITERATUR: *Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie: Band 9, 1993 und Band 12, 2009*

Klaus Arnold: *Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz 2009*

Wolfgang Donsbach et al.: *Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden. Konstanz 2009*

Wolfgang Donsbach: *Interview in: komm.blog Juli 2009 (<http://www.kommunikationsblog.de/medien/im-interview-professor-wolfgang-donsbach-zur-krise-des-journalismus/>)*

Michael Haller: *Was soll aus der Zeitung werden? Über Funktionszuweisungen, Nutzungswünsche und Gattungsmerkmale der Tageszeitung. Ihre Probleme und Perspektiven. In: Klaus Arnold, Christoph Neuberger (Hrsg.): Alte Medien – neue Medien. Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder. Wiesbaden 2005, S. 119-131*

Michael Haller: *Qualität und Benchmarking im Printjournalismus. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeyden, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden 2003, S. 181-201*

Renate Köcher: *Beschränkte Suche statt breiter Lektüre – wie das Internet die Gesellschaft verändert. In: BDZV (Hrsg.): Zeitungen 2009, Berlin, S. 110-122*

Manuel Thomä: *Die Wünsche der Leser. Die moderne Medienforschung zeigt: Zeitungsläser und Onliner bevorzugen News aus ihrer Alltagswelt. In: Message, Internationale Zeitschrift für Journalismus, Ausgabe 1/2010, S. 16 ff.*



Thomas Demand

1964 in München geboren; lebt in Berlin

1987-90 Akademie der Bildenden Künste, München

1990-92 Kunstakademie Düsseldorf

1993-94 Goldsmiths College, London

Einzel-Ausstellungen

2010

Nationalgalerie.
Boijmans van Beuningen, Rotterdam

2009

Nationalgalerie.
Neue Nationalgalerie, Berlin

Embassy-Presidency.

MUMOK Museum Moderner Kunst, Wien

The Dailies.

Centro Cultural Usina do Gasômetro,
Porto Alegre, Brazil

Galeria Helga de Alvear, Madrid

2008

Galerie Sprüth Magers, London

Cámara. Fundación Telefónica, Madrid

Camera. Hamburger Kunsthalle, Hamburg

Center for Contemporary Art, Kitakyushu

2007

Taka Ishii Gallery, Tokyo

303 Gallery, New York

Salzburger Festspiele, Haus für Mozart

Processo Grottesco/Yellowcake.

Fondazione Prada, Isola di Giorgio Maggiore,
Venice

L'esprit d'Escalier.

Irish Museum of Modern Art, Dublin

2006

Serpentine Gallery, London

Max Beckmann und Thomas Demand

Museum für Moderne Kunst, Frankfurt am Main

Tunnel. Musée d'Art contemporain, Montreal

Galerie Esther Schipper, Berlin

Regen Projects, Los Angeles

2005

Victoria Miro Gallery, London

Museum of Modern Art, New York