

Horst Pöttker  
Anke Vehmeier *Hrsg.*

# Das verkannte Ressort

Probleme und Perspektiven des  
Lokaljournalismus

---

# Das verkaufte Ressort

---

Horst Pöttker • Anke Vehmeier (Hrsg.)

# Das verkannte Ressort

Probleme und Perspektiven des  
Lokaljournalismus

*Herausgeber*  
Horst Pöttker  
Dortmund, Deutschland

Anke Vehmeier  
Bonn, Deutschland

ISBN 978-3-658-01138-3  
DOI 10.1007/978-3-658-01139-0

ISBN 978-3-658-01139-0 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.  
[www.springer-vs.de](http://www.springer-vs.de)

# Inhalt

Vorwort .....7

## Einleitung

*Horst Pöttker*

Das verkannte Ressort.  
Strukturen und Probleme des Lokaljournalismus in der digitalen Medienwelt .....9

*Thomas Krüger*

Was tragen lokale Öffentlichkeiten zur politischen Partizipation bei? .....15

## Kapitel I: Strukturen des Lokaljournalismus

*Manuela Puls*

Von Profis und Hobbyschreibern. Freie Journalisten in Deutschland .....27

*Gesa Schölgens und Mareike Potjans*

Weiterbildungsbedarf von freien Lokaljournalisten.  
Ziele und Ergebnisse des INLOK-Pilotprojekts .....39

*Wiebke Möhring*

Profession mit Zukunft? Zum Entwicklungsstand des Lokaljournalismus .....63

*Anke Vehmeier*

Innovation im Lokaljournalismus braucht Exzellenz.  
Plädoyer für eine nachhaltige Personalentwicklung .....76

*Annika Sebl*

Partizipativer Journalismus im Lokalteil von Tageszeitungen .....88

## Kapitel II: Probleme des Lokaljournalismus

*Daniel Süßer*

Meine Heimat. Meine Zeitung.  
Zur Ortsbindung von Lokalzeitungslesern und Nutzern lokaler Nachrichtenseiten .....103

*Lutz Feierabend*

Die Emanzipation des Lokalen. Das Lokaljournalistenprogramm  
der Bundeszentrale für politische Bildung – eine Erfolgsgeschichte .....115

*Fritz Wolf*

Chancen und Risiken des Lokaljournalismus heute .....127

<i>Holger Handstein</i>	
Die Crossmedialisierung des Lokaljournalismus und ihre Implikationen für die journalistische Qualität .....	139

**Kapitel III: Journalistische Praxis und Ressorts des Lokaljournalismus**

<i>Horst Pöttker</i>	
Grund der Ortsverbundenheit. Geschichte – Lebenselixier des Lokaljournalismus .....	161

<i>Udo Branahl</i>	
Kommunalrecht und Kommunalpolitik .....	181

<i>Kurt Braun</i>	
Presserecht im Lokalen .....	199

<i>David Schraven</i>	
Von der Eminenz zur Evidenz – Recherche im Lokalen .....	216

<i>Michael Klingemann</i>	
Qualität im NRW-Lokalfunk .....	220

<i>Heike Boldt-Schüler</i>	
Lokaljournalismus im Fernsehen .....	231

<i>Christina Merkel</i>	
Kernressort der Zeitung. Wissenschaftsjournalismus vor Ort .....	246

<i>Janis Brinkmann</i>	
„Wir haben oft so eine Wagenburgmentalität.“ Leitende Redakteure zur Bedeutung von Migranten für den Lokaljournalismus .....	259

**Kapitel IV: Berichte aus der Praxis der „Initiative Lokaljournalismus in NRW“**

<i>Stefan Aschauer-Hundt</i>	
Das INLOK-Programm – unerwarteter Segen und Vitaminspritze der Bildungsarbeit .....	279

<i>Volker Morgenbrod</i>	
Erfrischend praxisnah – redaktionelle Erfahrungen mit den INLOK-Inhouse-Schulungen ..	281

<i>Dirk Fabrland</i>	
Recherche beginnt im Kopf. Erfahrungen eines INLOK-Teilnehmers .....	283

<b>Sachregister</b> .....	285
<b>Personenregister</b> .....	287

## Vorwort

Der Strukturwandel im Printsektor trifft nicht nur die großen Namen. Betroffen ist, landauf und landab, auch die lokale und regionale Berichterstattung. Die Märkte werden enger, so dass die Vielfalt in der Vor-Ort-Information leidet. Diese Entwicklungen geben Anlass zur Sorge – denn die Berichterstattung auf lokaler Ebene ist für die Meinungs- und Willensbildung in unserer Gesellschaft essentiell. Eine Stadt- oder Gemeindeöffentlichkeit kann derzeit nur durch Lokalzeitungen geschaffen und erhalten werden. Sie sind das gemeinsame Forum, auf dem aktuelle Themen erkannt und diskutiert werden können. Internet und Blogs ergänzen das Printangebot, sie sind aber noch längst kein Ersatz.

Die Entwicklung der lokalen Medienmärkte macht deutlich: Es gibt eine betriebswirtschaftliche *und* eine demokratiepraktische Problemlage. Und so ist es die Aufgabe der Medienhäuser *und* der Gesellschaft, den Lokaljournalismus zu stärken. Die nordrhein-westfälische Landesregierung hat sich dieser Verantwortung angenommen und mit der „Initiative Lokaljournalismus in NRW“ (INLOK) am Institut für Journalistik an der TU Dortmund erste wichtige Erfahrungen zur Unterstützung des Lokaljournalismus sammeln können.

Der von Horst Pöttker und Anke Vehmeier herausgegebene Sammelband zu den Problemen und Perspektiven des Lokaljournalismus beleuchtet diese facettenreiche Thematik aus verschiedenen Blickwinkeln. Neben der Analyse der Aus- und Weiterbildungssituation von festen und freien Lokaljournalistinnen und -journalisten geht es um Strategien gegen Leserschwund und zur Sicherung von Qualität. In den letzten beiden Kapiteln steht die journalistische Praxis im Mittelpunkt.

INLOK macht uns Mut. Es lohnt sich, gemeinsam mit den Partnern der Branche Lösungsansätze zur Stärkung des Lokaljournalismus zu identifizieren und zu realisieren. INLOK hat aufgezeigt, dass es diese Ansätze gibt.

Dr. Angelica Schwall-Düren  
Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien, in Nordrhein-Westfalen

## Einleitung

### **Das verkannte Ressort. Strukturen und Probleme des Lokaljournalismus in der digitalen Medienwelt**

*Horst Pöttker, Verantwortlicher Leiter der Initiative Lokaljournalismus in NRW*

„Es gibt eine beachtliche Reihe von Gemeinden, in denen die örtliche Presse auf eine unabhängige Kritik an der Gemeindeverwaltung und an der Kommunalpolitik verzichtet, weil die Spitze der Kommunalverwaltung sie nicht duldet, weil sie ein verfassungswidriges Zensurrecht in Anspruch nimmt, ja schlechthin als Zensor fungiert.“ Das schrieb Theodor Eschenburg vor über 50 Jahren in seinen kritischen Betrachtungen zur politischen Praxis in der Bundesrepublik Deutschland. Ganz so wie in der restaurativen Gründungsphase der Bundesrepublik geht es heute nicht mehr zu. Die Idee vom staatsfernen Journalismus, der dadurch dem Gemeinwesen dient, dass er regulierungsbedürftige Probleme und Missstände öffentlich macht, ist seitdem tiefer in die journalistische und politische Kultur und auch in die Denk- und Handlungsweisen von Kommunalpolitikern eingesunken. Manche akzeptieren den um Unabhängigkeit bemühten Journalismus immerhin zähneknirschend, wo er auf lokaler Ebene – selten genug – tatsächlich einmal zupackt. Aber Hermann Meyn weist in den zahlreichen Auflagen seines auch schon seit bald fünf Jahrzehnten erscheinenden, viel genutzten Büchleins „Massenmedien in Deutschland“ immer wieder darauf hin, dass die Lokalpresse zum Beispiel unbesehen Verlautbarungen von Vereinen, Unternehmen, Behörden und Parteien wiedergibt oder dass sie bei strittigen Fragen selten mehrere Standpunkte präsentiert.

Nichts Wesentliches hat sich auch daran geändert, dass das Lokalressort im Verhältnis zu seiner eminenten Bedeutung für die Gesellschaft und ihren Journalismus sträflich vernachlässigt wird, nicht nur von der Kommunalpolitik, auch von der Medienpolitik, den Medienunternehmen und – last but not least – der Kommunikationswissenschaft. Wenn wir nach längerer Zeit wieder einmal ein Buch zu diesem verkannten Ressort vorlegen – das letzte von Sonja Kretzschmar, Wiebke Möhring und Lutz Timmermann erschien 2009 –, ist das nur ein Tropfen auf dem heißen Stein. Den Mangel an Achtsamkeit gegenüber der Leistung von Journalisten, die am Ort der Geschehnisse, im unmittelbaren Kontakt mit den von ihnen betroffenen Menschen ihrem Beruf nachgehen, wird auch unser Buch kaum beseitigen können.

Es herrscht Einigkeit, dass das Lokalressort auch, vielleicht sogar gerade in der digitalen Medienwelt von höchster Wichtigkeit ist. Einen Grund hat schon Hermann Meyn 1974 genannt: Noch immer ist der Lokalteil das am meisten gelesene Buch der Zeitung, gefolgt von der Innenpolitik, der Außenpolitik, dem Vermischt-Unterhaltamen und – bei Männern – dem Sport. Die Wirtschaft und das Feuilleton verharren in der Lesergunst auf weit abgeschlagenen Plätzen. Warum realisieren so wenige Presseverlage selbst in der Krise, wie abhängig ihr ökonomischer Erfolg vom Erfolg des Lokaljournalismus beim Publikum und von den auf ihn



verwendeten Ressourcen ist? Vielleicht, weil Ökonomie in vielen Unternehmen auf ein Kostendenken geschrumpft ist, während sie doch ursprünglich ein Nutzen-Kosten-Kalkül war, bei dem die unternehmerische Kreativität sich zuerst auf die Frage richtete, wozu Menschen Produkte brauchen und was sie an ihnen schätzen.

Wenn es der Lokalteil ist, für den das Publikum die Zeitung vor allem schätzt, dann sollte sich das in den Entscheidungen über den Einsatz der knapper werdenden Ressourcen niederschlagen. Zugespitzt formuliert: So lange im Lokalressort Personalknappheit herrscht und Terminjournalismus wuchert, während in der Politikredaktion die Volontäre den Nachrichtenredakteuren und Edelfedern über die Schulter schauen, so lange Presseunternehmen politisches Prestige über publizistischen Nutzen und ökonomische Notwendigkeit stellen, so lange müssen ihre Klagen über die Pressekrise wie Krokodilstränen wirken.

Der zweite Grund für die Wichtigkeit des Lokaljournalismus ergibt sich aus der Bedeutung der Berichterstattung vor Ort für die Teilhabe der Menschen am sozialen und kulturellen Ganzen, für die die politische Partizipation als Beispiel dienen kann. Das Lokalressort ist für die Teilnahme am politischen Geschehen wichtig, weil Bürgerinnen und Bürger sich besonders dann für Entscheidungsprozesse des Gemeinwesens interessieren, wenn sie sehen, dass die Politik etwas mit ihren eigenen Erfahrungen und Erfolgen, aber auch ihren eigenen Sorgen zu tun hat. Offenbar ist es der Lokaljournalismus, der ihnen den Zusammenhang zwischen ihrem eigenen Leben und den politischen Prozessen am besten vermitteln kann, weil die politischen Entscheidungen am Ort sichtbar in ihre Interessen eingreifen. Ob sich die Lokalpolitik für den Bau einer Umgehungsstraße entscheidet, befreit die Bewohner eines Ortes von den Gefahren des Durchgangsverkehrs – oder auch nicht.

So plausibel das ist und so schön es in Ansprachen klingt, so hässlich ist die Realität, mit der sich dieses Buch befasst. Denn mit beidem, der politischen Partizipation wie dem Lokaljournalismus, steht es nicht gut. Was die *politische Partizipation* betrifft, nähme sie kontinuierlich ab, wenn man sie am Indikator der Wahlbeteiligung Maße. Die geht seit Jahrzehnten zurück, nicht nur bei Wahlen zum Deutschen Bundestag, zu den Landtagen oder zum Europaparlament, sondern auch und besonders bei Kommunalwahlen. Allerdings gibt es neben der institutionalisierten Form weniger formalisierte, direktere und konkretere Möglichkeiten des politischen Engagements, die an Bedeutung zu gewinnen scheinen: aktive Beteiligung an Bürgerinitiativen, Umweltgruppen, Demonstrationen usw.

Was den *Lokaljournalismus* betrifft, bricht mit der digitalen Revolution seine traditionelle ökonomische Grundlage, die Finanzierung über Anzeigen- oder Annoncen-Aufträge weg, an die Verleger und Journalisten, aber auch Leser sich über ein halbes Jahrhundert gewöhnt haben. Der Nationalökonom Karl Bücher hat schon vor dem Ersten Weltkrieg darauf hingewiesen, dass die in der damaligen Medienwelt unvermeidbaren Streuverluste der Anzeigen- und Annoncenkunden den redaktionellen Teil der Zeitungen erheblich billiger gemacht haben, genauer: billiger haben erscheinen lassen, als sorgfältige journalistische Informationsproduktion tatsächlich kostet. (Denn durch die über die Preise der beworbenen Waren gedeckten Anzeigenkosten hat das Publikum ja auch schon damals den Journalismus finanziert.) Immobilien-, Stellen-, Wohnungs- und Autoannoncen waren bis Ende der 1990er Jahre das Butter- und Brot-Geschäft der Presse und besonders der Lokalzeitungen. Seitdem wandert dieses Geschäft ins Internet ab, wo die Annoncenkunden wegen der Zielgenauigkeit der Digitalkommunikation kaum noch Streuverluste hinnehmen müssen und das erfolgreiche Platzieren von Anzeigen bei Suchmaschinen keinen redaktionellen Köder mehr erfordert. Außerdem geht durch die Internet-Konkurrenz die Auflage der Tagespresse kontinuierlich

zurück, in Deutschland im vergangenen Jahrzehnt laut Informationsdienst zur Verbreitung der Werbeträger (IVW) um mindestens ein Viertel von 28 Millionen im Jahre 2000 auf 21 Millionen gedruckte Exemplare heute.

Angesichts dieser Bedingungen lässt es sich nicht leugnen: Die Ressourcen für glaubwürdigen, um Unabhängigkeit bemühten, sorgfältig recherchierten und gut verständlichen Lokaljournalismus werden zusehends knapper. Viele Regional- und Lokalblätter, aber auch lokale Radio- und Fernsehstationen passen sich daher den Interessen der verbleibenden, aber eben weniger werdenden Anzeigenkunden an. Sie neigen dann dazu, sich auf das Positive, die Schokoladenseite des Lokalgeschehens zu konzentrieren und den Problemen vor Ort wenig Beachtung zu schenken. Außerdem nehmen die Mittel ab, mit denen erfahrene Rechercheure und Redakteure bezahlt werden können, die gerade im Lokalressort gebraucht werden. Ein wachsender Anteil des lokaljournalistischen Gesamtprodukts wird von freien Mitarbeitern erstellt, deren Ausbildung und professionelle Kompetenz oft zu wünschen übrig lässt.

Zu behaupten, der Rückgang der Wahlbeteiligung und andere Defizite der politischen Partizipation seien direkt auf die Krise des (Lokal-)Journalismus zurückzuführen, wäre übertrieben. Auch die Art, wie sich die Politik der Öffentlichkeit präsentiert, trägt zweifellos dazu bei. Seit langem zeigen Untersuchungen, dass die Parteien sich bei ihrer Außendarstellung in den Medien gern auf die Kritik am politischen Gegner konzentrieren, statt die eigenen Programme und Pläne in den Vordergrund zu stellen. Dass sie dabei den Nachrichtenwertfaktor Negativismus antizipieren, ist ein Beispiel dafür, wie Öffentlichkeitsarbeit sich an journalistischen Arbeitsweisen orientiert, weil Informationsmedien ihre Adressaten sind. Das Bild, das so von der Politik entsteht, ist negativer, als die Politik es eigentlich verdient. Die Fokussierung auf die Kritik am politischen Gegner untergräbt das Ansehen der Politik insgesamt und ist vermutlich ein Grund, warum so viele Bürger sich an der institutionalisierten Politik nicht (mehr) beteiligen mögen.

Gerade im Lokalen, wo Politik und Journalismus sich um konkrete, die Bürger(innen) unmittelbar betreffende Sachfragen drehen, kann dieser Teufelskreis durchbrochen werden. Die Bereitschaft zur politischen Partizipation hängt deshalb besonders mit der Glaubwürdigkeit und Lebendigkeit lokaler Öffentlichkeiten zusammen. Sich darum zu kümmern, dass der in die Krise geratene Beruf des Lokaljournalisten zukunftsfähig bleibt, liegt daher auch im Eigeninteresse der Politik. Für professionelle Lokaljournalisten ist das Herstellen von Öffentlichkeit, das Sichtbarmachen des örtlichen Geschehens eine Aufgabe, die nicht an weltanschauliche, wirtschaftliche, wissenschaftliche oder andere Partikularinteressen gebunden sein darf. Auch das Herausfinden und Bekanntmachen von problematischen Gegebenheiten in der nahen Umgebung des Publikums gehört dazu. Jede und jeder braucht verlässliche Informationen über die Gegebenheiten am Wohnort, um die damit verbundenen Chancen nutzen, die damit verbundenen Risiken vermeiden und so das Leben auf der Höhe der bereitstehenden Möglichkeiten gestalten zu können.

Aber auch das Gemeinwesen, die Gemeinde wie die ganze Gesellschaft, braucht, um sich selbst unter Mitwirkung seiner Bürger(innen) regulieren zu können, der Informiertheit dieser Bürger durch einen auf die Aufgabe Öffentlichkeit spezialisierten Beruf. Diese Aufgabe verlangt, auch nahe liegende Gegebenheiten mit dem unerschrockenen Blick für das Wichtige und Bedrohliche zu recherchieren und die so gewonnenen Informationen mit dem unpräntösen Sinn für das Verständliche und Unterhaltsame zu verbreiten. Wir alle, als Individuen wie als Gemeinwesen, haben ein Eigeninteresse, den Lokaljournalismus angesichts seiner brüchig werdenden Existenzgrundlage zu fördern, damit er als Beruf fortbesteht, bei

dem wir uns darauf verlassen können, dass er uns richtige und wichtige Informationen über unsere örtliche Umgebung vermittelt.

Ist das wirklich so? Wissenschaftler müssen radikale Fragen stellen. Die radikalste Frage, mit der sich die Journalistik zur Zeit abmüht, ist die, ob der Journalismus als Beruf zur Öffentlichkeit, als Bündel spezialisierter Leistungen und Fähigkeiten, das die Chance auf kontinuierlichen Erwerb begründet (Max Weber), in Zukunft noch notwendig sein wird; oder ob nicht schon genug Transparenz und Öffentlichkeit dadurch entsteht, dass alle mit allen im Internet in Verbindung treten und sich dort über alles verständigen können? In diesem Buch stellt sich heraus, dass der Journalismus gerade auf der lokalen Ebene Aussichten hat, die Herausforderungen des digitalen Zeitalters zu bestehen.

Etlche Beiträge zeigen, dass der Beruf zur Öffentlichkeit trotz der allseitigen Kommunikationsmöglichkeiten im Netz weiterhin gebraucht wird und wichtige Funktionen erfüllt, wenn auch vielleicht nicht genau dieselben wie bisher. Wenn das zutrifft, stellt sich die weitere radikale Frage nach den Institutionen, die sich angesichts der ökonomischen Krise intensiver als bisher des gesellschaftlichen Interesses am Journalismus annehmen könnten, indem sie Ressourcen für ihn bereitstellen. Ähnlich wie bei Kunst und Wissenschaft kommen dafür Stiftungen und Mäzene infrage, aber auch – *horribile dictu* – der Staat, und zwar sowohl die Legislative wie die durch sie legitimierte Exekutive.

Wir Deutsche, die wir in zwei Diktaturen mit staatlicher Lenkung leidvolle Erfahrungen gemacht haben, halten besonders viel von der Staatsferne der Medien und des Journalismus. Hüten wir uns aber, daraus ein Dogma zu machen. Wer, wenn nicht die gewählten Volksvertreter und die von ihnen gewählten Regierenden sollte sich Gedanken darüber machen dürfen, wie es mit einem in die Klemme geratenden Beruf weitergehen soll, ohne den die Gesellschaft ihre Selbstregulierungsfähigkeit einbüßen würde? In anderen europäischen Ländern wird die (Lokal-)Presse seit jeher mehr aus dem Steueraufkommen gefördert als wir Deutsche es unserem Staat gestatten.

Wenn man das tut, sollte man freilich auch dafür sorgen, gerade im Hinblick auf lokale Öffentlichkeiten, wie der Journalismus trotz öffentlicher Förderung seine kritische Distanz zu den staatlichen Gewalten bewahren kann. (Die Rede von den Medien als „Vierte Gewalt“ ist übrigens nicht unproblematisch, denn wir leben in einem Rechtsstaat, und dort hat der Staat mit seinen elaborierten Systemen der Normauslegung und Sanktionsanwendung das Gewaltmonopol – und sollte es auch behalten!) Bei dieser Problematik spielt journalistische Selbstkontrolle vor Ort eine wichtige Rolle. Mit Ombuds-Personen und -Räten beginnt sich in der deutschen Regionalpresse erst jetzt eine Einrichtung zu etablieren, die in Skandinavien, den USA oder Japan längst, neuerdings aber zum Beispiel auch in der Türkei selbstverständlich zum Mediensystem gehört.

Eine dritte radikale Frage betrifft das *individuelle* Interesse an glaubwürdiger, nützlicher und verständlicher Lokalinformation und wie es sich in Ressourcen ummünzen lässt, aus denen der Beruf sich speisen kann, der für das Finden und Verbreiten von Informationen verantwortlich ist. Indem die Verlage professionell und kostenintensiv hergestellte Informationen am Anfang gratis ins Netz gestellt haben, als PR für ihre gedruckten Bezahlprodukte, haben sie die bereits von Karl Bücher kritisierte Erwartung des billigen Journalismus verstärkt. Das war, wie auch die Verleger heute wissen, die Ursünde, mit der sie selbst zur Zeitungskrise beigetragen haben. Es wird lange dauern, wer sich mit Kulturwandel auskennt weiß: mindestens so lang wie sich diese Erwartung aufgebaut hat, bis das Publikum bereit ist, direkt und sichtbar so viel für verlässliche (Lokal-)Information zu bezahlen, wie für das Herstellen und Verbreiten dieser Information nötig ist. Und ob es überhaupt dazu kommt,

hängt davon ab, dass die von den Individuen geschätzten Qualitäten der Information – Richtigkeit, Relevanz, Verständlichkeit – trotz der knapper werdenden Ressourcen nicht nur aufrecht erhalten, sondern intensiviert und für das potenzielle Publikum auch als Qualitäten deutlich werden, durch die journalistische Information sich von Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations, Corporate Communication und anderen Formen persuasiver öffentlicher Kommunikation unterscheidet.

Damit journalistische Qualitäten entwickelt und sichtbar gemacht werden können, ist es wichtig, dass Journalisten beruflich qualifiziert werden. In der Krise, deren Herausforderungen es durch Überprüfung beruflicher Traditionen, Durchleuchtung neuer Verhältnisse sowie Anpassung professioneller Standards an das Neue zu bestehen gilt, kommt der *Weiterbildung* besondere Bedeutung zu. Sie sollte sich auf eine an den Problemen des Berufs orientierte Forschung stützen können.

Hier kann sich der Staat engagieren, ohne in den Verdacht einer ungebührlichen Lenkung des Journalismus zu geraten. In den angelsächsischen Ländern, wo trotz (oder gerade) wegen der langen Tradition der Pressefreiheit viele Journalisten an öffentlichen Universitäten ausgebildet werden, tut er das seit langem. Logisch und weitsichtig ist es deshalb, dass die nordrhein-westfälische Landesregierung auf Initiative von Ministerpräsidentin Hannelore Kraft sich entschlossen hat, den Lokaljournalismus zu unterstützen, indem sie die Weiterbildung von Lokaljournalisten aus öffentlichen Mitteln fördert. Die Staatsferne dieser Förderung ist dadurch gesichert, dass eine öffentliche Universität mit dieser Aufgabe betraut wird. Das wirkt nur auf den ersten Blick paradox, ist aber ebenfalls logisch und weitsichtig. Denn trotz ihrer überwiegenden Finanzierung aus Steuern handeln Universitäten unabhängig von anderen staatlichen Institutionen, weil die Qualität ihrer Produkte – Forschung und Lehre – es gebieten. In Nordrhein-Westfalen hat der Staat mit dem „Hochschulfreiheitsgesetz“ seit 2007 die Fachaufsicht über die Universitäten an Hochschulräte abgegeben, die gemischt aus Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und anderen gesellschaftlichen Bereichen besetzt werden.

Pressefreiheit und Wissenschaftsfreiheit werden von demselben Artikel 5 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland garantiert. Das drückt eine strukturelle Nähe von Wissenschaft und Journalismus aus, die der tiefste Grund ist, warum die nordrhein-westfälische Landesregierung vorläufig eine Universität mit der Umsetzung der Idee der Ministerpräsidentin betraut hat, nachdem der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) die Staatsferne dieses Projekts angemahnt hat. An der TU Dortmund und anderen Universitäten und Fachhochschulen findet seit bald vier Jahrzehnten eine sowohl wissenschaftlich fundierte als auch praxisnahe Ausbildung für den Journalistenberuf statt, damit sich die Gesellschaft darauf verlassen kann, dass er die Aufgabe Öffentlichkeit so unabhängig und professionell wie nötig erfüllt. Wenn sich daran bisher niemand stört, spricht das für die Akzeptanz auch hochschulgebundener Weiterbildung von Journalisten, zumal Weiterbildung laut Hochschulrahmengesetz des Bundes und Hochschulrecht der Länder zu den genuinen Aufgaben von Universitäten gehört.

\*

Dieser Sammelband ist aus dem Projekt „Initiative Lokaljournalismus in Nordrhein-Westfalen“ (INLOK) im ersten Jahr seiner Arbeit hervorgegangen. INLOK ([www.inlok-nrw.de](http://www.inlok-nrw.de)) lädt nicht nur Lokaljournalist(inn)en unabhängig von den Medienbetrieben, für die sie arbeiten, zu

Weiterbildungskursen in die Hochschule ein; wir gehen auch mit erfahrenen Referent(inn)en in die Medienbetriebe und Redaktionen, nachdem wir deren Weiterbildungsbedarf in Vorgesprächen geklärt haben. Durch diese Inhouse-Kurse, mit denen wir ein neues, stärker am praktischen Bedarf orientiertes Modell des Transfers von der Wissenschaft in den Beruf praktizieren, unterscheidet sich INLOK von anderen journalistischen Weiterbildungsangeboten. Im letzten Teil des Buches schildern Verleger und Chefredakteure, welche Erfahrungen sie mit INLOK und ihren Workshops vor Ort gemacht haben.

Am Anfang gibt der Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung den Impuls, indem er den Zusammenhängen zwischen lokalen Öffentlichkeiten und politischer Partizipation nachspürt. Die Beiträge des folgenden Kapitels analysieren die grundlegenden Strukturen des Lokaljournalismus, von seiner Entwicklung über den Ausbildungsbedarf und die Situation beim leitenden Personal bis zu den Partizipationschancen der Digitalkommunikation. Danach blickt eine Reihe von Autoren besonderen Problemen des Lokaljournalismus – der schwindenden Leser-Blatt-Bindung, dem Mangel an Weiterbildung, den Gefährdungen der Unabhängigkeit durch die Nähe der Honoratioren, dem leidigen Qualitätsniveau – ins Auge, nicht ohne Lösungsmöglichkeiten für diese Probleme zu erörtern. Das umfangreiche vorletzte Kapitel, in dem praktische Fragen im Vordergrund stehen, vermittelt Fach- und Sachwissen zu Ressorts, Themengebieten, Vielfaltsaspekten, Rundfunkmedien und den rechtlichen Rahmenbedingungen des Lokaljournalismus.

Die Herausgeber danken allen, die zum Entstehen dieses Buches beigetragen haben. Unser besonderer Dank gilt den Autorinnen und Autoren für ihre intellektuelle Mühe und Christina Kiese Wetter, die sich der ebenfalls mühevollen Arbeit der Schlussredaktion und dem Erstellen des Registers unterzogen hat. Außerdem danken wir den Mitarbeiterinnen im Dortmunder Büro des INLOK-Projekts, Anna Berneiser, Mareike Potjans, Gesa Schölgens und Angelika Schomann, die bei der Redaktion geholfen und organisatorische Aufgaben erfüllt haben. Schließlich ist den beiden Institutionen zu danken, die die Produktion dieses Buches durch das Bereitstellen materieller und finanzieller Ressourcen ermöglicht haben: der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und dem Ministerium für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien, namentlich Frau Ministerin Dr. Angelica Schwall-Düren und Frau Referatsleiterin Dr. Ines Vollmeier, sowie dem Springer VS-Verlag in Wiesbaden, namentlich der Cheflektorin für Medien, Frau Barbara Emig-Roller.

Wir hoffen, dass das Buch nicht nur in akademischen Kreisen Beachtung findet, sondern auch von denen genutzt wird, die Tag für Tag an der Basis dafür sorgen, dass kommunale Öffentlichkeiten entstehen: den vielen engagierten Journalistinnen und Journalisten in den oft unterbesetzten Lokalredaktionen deutscher Medien, denen wir dieses Buch widmen.

## Einleitung

### Was tragen lokale Öffentlichkeiten zur politischen Partizipation bei?

*Thomas Krüger, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung*

INLOK – die „Initiative Lokaljournalismus in Nordrhein-Westfalen“ – hat sich zum Ziel gesetzt, in einem immer schwieriger werdenden Umfeld die Qualität lokaljournalistischer Arbeit zu fördern. Im Zusammenwirken von Verlagen, Wissenschaft und Stifterverbänden soll die Qualifizierung der Journalistinnen und Journalisten vorangebracht werden. Bedeutend sind die festgestellten ebenso wie die freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, auf die sich die redaktionelle Arbeit zunehmend stützt.

Ich sehe darin eine Fortsetzung, eine Erweiterung oder Verlängerung – was immer Sie möchten – der Bemühungen meines Hauses um einen hochwertigen Lokaljournalismus. Das Lokaljournalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) als Fortbildungsmöglichkeit um das „Projektteam Lokaljournalisten“ hat eine jahrzehntelange Tradition. Wir politischen Bildnerinnen und Bildner haben die Journalistinnen und Journalisten immer als natürliche Verbündete gesehen, wenn auch das Rollen- und Selbstverständnis unterschiedlich sein müssen. Ohne mediale Öffentlichkeit, wie sie im 18. Jahrhundert entstanden ist, hätte eine bürgerliche Gesellschaft sich nie konstituieren und dem Staat gegenüber treten können. Medien haben die Grundvoraussetzung für Demokratie geschaffen. Journalistinnen und Journalisten erreichen regelmäßig einen Großteil der Bevölkerung – auch im Internetzeitalter. Das macht ihre Arbeit in einer pluralen Demokratie so verantwortungsvoll. Deshalb haben wir eine Plattform geschaffen, auf der sie in Seminaren, Tagungen und Publikationen ihre Verantwortung reflektieren und sich für diese Arbeit vertiefend qualifizieren. Unsere Mittel und Möglichkeiten dazu sind freilich mit den Jahren keineswegs gewachsen, sondern eingengt worden. Da ist es gut zu sehen, dass zumindest in diesem Bundesland andere in die Bresche springen.

Lokale Öffentlichkeiten sind seit einiger Zeit Veränderungen und Verwerfungen ausgesetzt. Es handelt sich um Kernfragen, mit denen sich die politische Bildung und die Medien heutzutage auseinandersetzen müssen. Mein Haus sucht nach Wegen und Methoden, um die gesellschaftliche Teilhabe der Bürgerinnen und Bürger auszuweiten. Deshalb waren wir von den neuen Möglichkeiten des Internets sowie der Sozialen Medien früh fasziniert – während die Printmedien erst in eine gewisse Schockstarre verfielen, um dann in eine hektische, bisher nur partiell erfolgreiche Suche nach Überlebensstrategien einzutreten. Doch dazu später.

Was tragen lokale Öffentlichkeiten zur politischen Partizipation bei? Diese Frage führt zum Kern der gesellschaftlichen Umbrüche, die wir gerade erleben. Deshalb enthält die Antwort zwei Aspekte: sozusagen einen historischen und einen analytisch-prognostischen. Wie war es früher, wie liegen die Dinge heute – und was soll daraus werden? Wie wollen wir die Zukunft der Öffentlichkeit und der politischen Partizipation gestalten? In dieser Zukunft

spielt, davon bin ich überzeugt, der Lokaljournalismus als Zentrum der lokalen Öffentlichkeiten weiterhin eine Schlüsselrolle.

Im republikanischen Demokratieverständnis betrachten wir soziale und politische Partizipation als Basisvoraussetzungen und Stabilitätsfaktoren von Demokratie – als etwas, das von unten wächst und nicht von oben verordnet werden kann. Früher waren die Felder dieser Teilhabe leicht zu identifizieren: Sieht man von den allgemeinen Wahlen ab, war die Basis jeder Form von politischer und gesellschaftlicher Teilnahme lokal – der Schützenverein, die Kirchengemeinde, die Ortsgruppe der Partei, die Gewerkschaftsgruppe, die Freiwillige Feuerwehr – die organisierten wirtschaftlichen Interessen bildeten die Öffentlichkeiten, in denen man über alle Belange sprach, in denen sich Meinungen bildeten und oft den Menschen auch gesagt wurde, was sie zu meinen hatten. In diesen mehr oder weniger offenen Gemeinschaften kristallisierte sich auch die meinungsführende Elite heraus, reifte das Führungspersonal der demokratischen Institutionen heran.

Es waren sich überschneidende und gegenseitig durchdringende Öffentlichkeiten, deren integrierende mediale Mitte die Lokalzeitungen bildeten. Gemeinsame Werte und wechselseitiges Vertrauen, Traditionen und miteinander geteilte Erfahrungen, Mobilisierung von Selbsthilfekräften und Selbstorganisation in lokalen Assoziationen bildeten die Grundlage eines – natürlich nicht immer konfliktfreien – Zusammenlebens. In diesen örtlichen Öffentlichkeiten bildeten sich die Anliegen der Menschen. Und Parteien, Kirchen oder Vereine trugen sie dann in die regionalen und nationalen Diskurse hinein. Anders herum brachen Zeitungen und später auch andere Medien übergeordnete Fragestellungen der großen Politik auf das Lokale herunter.

Ich habe in der Vergangenheitsform gesprochen: Das ist natürlich nicht ganz richtig. All diese lokalen Teilöffentlichkeiten gibt es auch heute noch und wir sind froh, dass einiges an Gemeinschaftsgeist und bürgerschaftlichem Engagement in der Kommune geblieben ist – und sogar wieder mehr und mehr erstarkt. Allerdings tragen diese Strukturen nicht mehr wie früher. In der modernen, mobilen Welt haben sich immer mehr Menschen den sozialen Milieus entzogen, die ja nicht nur Geborgenheit, sondern auch soziale Kontrolle bedeuten. Ideologien, gemeinsame Werte und Religionen haben an Wirkungsmacht verloren. Die steigenden Mobilitätsanforderungen der modernen Welt haben die Heimatverwurzelung gelockert.

Galt es nach dem Zweiten Weltkrieg noch als ein Grundbedürfnis, nicht aus der Reihe zu tanzen, so zu sein wie alle anderen – stellt das Individuum heute seine Einmaligkeit und Besonderheit zur Schau. Sogar der scheinbar verlässlichste aller sozialen Zusammenschlüsse, die Familie, funktioniert nur noch bedingt. Viel von der sozialen Integration, die einst Alexis de Tocqueville als Voraussetzung der politischen Partizipation ansah, ist verloren gegangen. In der Vielfalt der freiwilligen Assoziationen sah er den wichtigsten Garant eines freien Gemeinwesens, in dem demokratisches Denken und ziviles Verhalten durch die tägliche Praxis eingeübt werden. Durch diese Schule gehen die meisten Menschen nicht mehr.

Gesellschaftliche Organisationen aller Art haben es heute oft schwer, Menschen an sich zu binden – und das betrifft nicht nur die politischen Parteien. Die Gesellschaft ist bunter, die Bürgerinnen und Bürger sind eigensinniger und hemmungsloser in ihrer Wahrnehmung eigener Interessen geworden. Die sich in letzter Zeit vermehrt formierenden Bürgerinitiativen als Form der Teilnahme am Gemeinwesen sind Ausdruck dieser Individualisierung: Wo es um ein wichtiges Ziel oder manchmal auch ein ganz egoistisches Interesse geht, ist das selbstbewusste Individuum zur Partizipation auf Zeit bereit. Die neuen Partizipationsansprüche zielen sehr viel direkter auf das politische System und auf konkrete Problemlösungen als beispielsweise in den 80er Jahren. Sie formulieren oftmals einen

Anspruch, der über jede von oben gewährte Teilhabe in geregelten Beteiligungsverfahren hinausgeht. Den heutigen mündigen Bürgerinnen und Bürgern ist wenig selbstverständlich. Sie akzeptieren politische Entscheidungen nicht schon deshalb, weil sie durch gesetzlich vorgesehene Verfahren zustande gekommen sind. Argumente und Gegenargumente sollen auf den Tisch, die Abwägung soll für die Bürgerinnen und Bürger nachvollziehbar sein. Transparenz ist das Gebot der Stunde. Dieses Transparenzgebot muss die Politik äußerst ernst nehmen, um die Legitimität politischer Entscheidungen weiterhin gewährleisten zu können. Deliberative Demokratie ist der Fachbegriff für dieses Phänomen. Sie erfordert nach Jürgen Habermas eine Politik der argumentativen Abwägung, der gemeinsamen und transparenten Beratschlagung und Verständigung über öffentliche Angelegenheiten – genau das, was bei der Entscheidung über den Bahnhofneubau in Stuttgart ursprünglich zu kurz kam und unter Strapazen nachgeholt wurde. Mag der Baubeschluss nach repräsentativem Demokratieverständnis noch so korrekt zustande gekommen sein: Gründe und Gegen Gründe waren unvollständig zur Bevölkerung durchgedrungen.

Die Lehre für die Politik, für uns als politische Bildner und letztlich auch für die lokalen Medien lautet: Es hängt immer mehr davon ab, inwieweit es gelingt, diejenigen Bürgerinnen und Bürgern zu beteiligen, die beteiligt werden wollen. Ich muss als Bürger intervenieren und widersprechen können – und das muss erkennbar in die Entscheidungen einfließen. Das ist der Grundbaustein deliberativer Demokratie. Politik kann nicht mehr nur hinter verschlossenen Türen von Parlamenten und Ministerien ablaufen.

In diesem Zusammenhang spielt das Internet eine große Rolle. Nicht als Ursache dieser Weiterentwicklung der politischen Kultur, wohl aber als Verstärker und Beschleuniger. Es hat eine nie gekannte Dynamik in die gesellschaftlichen Veränderungen gebracht. Die Politik – und viele andere gesellschaftliche Bereiche – lebte lange in dem Irrglauben, das Internet sei nur ein neues Medium der öffentlichen Kommunikation. Entsprechend übertrugen Politiker, Politikerinnen und PR-Profis schlicht und ergreifend die ihnen vertrauten Kommunikationsformen dorthin. Das musste schiefgehen, sagen wir heute, denn im Rückblick sehen wir klar, dass Twitter, Facebook, Blogs, Wikis & Co. auch die Formen von Kommunikation und Information verändern – und damit die Formen und Möglichkeiten gesellschaftlicher Willensbildung und -artikulation. Mit den Social-Media-Diensten ist eine ganz eigene Kultur der Mediennutzung alltäglich geworden, die vor wenigen Jahren niemand vorhergesehen hat. Der Konsument ist zum Prosument geworden, also zum Nutzer, der nicht nur empfängt, sondern gleichzeitig selbst produziert und veröffentlicht. Eine Millionen Menschen sind alleine in Berlin bei Facebook angemeldet!

Es sind die millionenfachen Inhalte von den Usern selber, die die Netzwerke mit Leben füllen und neue Nutzerinnen und Nutzer anziehen. Flickr, Geocaching, Delicious, Pinterest oder auch Wikipedia leben von Inhalten, die selten von ausgebildeten Redakteurinnen und Redakteuren erstellt oder ausgewählt worden sind. Bei YouTube werden weltweit 24 Stunden Videomaterial neu eingestellt – pro Minute! Bei Twitter reagieren innerhalb von Sekunden tausende von Menschen auf Nachrichten, die sie bewegen. Unzählige Blogger und Bloggerinnen veröffentlichen ihre Meinung zu den Themen, die ihnen wichtig sind – unbeeindruckt davon, ob sie damit 1000 oder 100.000 oder 10 Menschen erreichen.

Zum Verständnis reichen solche Fakten alleine nicht: Das Internet ist nicht bloß ein Medium, sondern ein Ort, an dem man sich aufhält und mit anderen austauscht. Viele junge Menschen können sich ein Leben nicht mehr vorstellen, ohne über Facebook mit ihren Freunden permanent in Kontakt zu stehen, virtuell einzukaufen oder mit ein paar Klicks eine



Party zu organisieren. Und wenn sich einige zusammentun, um die Bäume auf der Poppelsdorfer Allee in Bonn zu retten, starten sie wie selbstverständlich nicht nur eine Homepage, sondern eine Fanseite auf Facebook. Die virtuelle Netzwelt ist nicht mehr von der realen Welt zu trennen, ihre Verwobenheit prägt den Alltag. Im Internet sind in schier unübersehbarer Zahl neue Teilöffentlichkeiten entstanden. Dort finden wir eine Fülle selbstorganisierter Gemeinschaften hoch engagierter Menschen, die über Grenzen wie formellen Status, Geschlecht, Alter und Geographie hinweg ein gemeinsames Ziel verfolgen. Bürgerinnen und Bürger diskutieren, wirken an Projekten mit, sagen ihre Meinung. Im Grunde organisiert jedes Individuum, das sich vernetzt, um sich herum seine ganz persönliche Öffentlichkeit, in der es Nachrichten austauscht, Ideen diskutiert und Meinungen bildet und beeinflusst.

Vieles davon ist im klassischen Verständnis lokal, anderes eher global. Möglicherweise ist diese Unterscheidung gar nicht mehr so wichtig. Ob Freunde, mit denen ich mich vernetze, zwei Straßen weiter oder in einer anderen Ecke der Welt leben, spielt kaum eine Rolle. Wer einen Teil seiner Lebensrealität im Netz verbringt, dem ist das Ferne nah und das Nahe, das ihn nicht interessiert, so fern wie der Mond. Global denken, lokal handeln – diese Parole bleibt in ihrer Allgemeinheit richtig, aber ihre Herkunft aus der Vor-Internetzeit merkt man ihr dennoch an!

Wo neue Öffentlichkeiten sich nicht mehr anhand von Staatsgrenzen, geschweige denn von Grenzen traditioneller Regionen und Gebietskörperschaften verorten lassen, kommt es auf die Gemeinsamkeit der Werte und Ziele an. In sozialen Medien kann man Hobbys pflegen, den schlechten Kundendienst von Unternehmen sanktionieren oder sich eben in die Politik einmischen – also tut man es in vielfältiger Weise. Nichtregierungsorganisationen oder kleinere Gruppen bekommen die Chance, sich Gehör zu verschaffen. Nichts ist leichter als eine „Awareness-Kampagne“: Mit Videos lässt sich schnell Aufmerksamkeit bei den Menschen verschaffen. Denn in der Demokratie regieren nicht Parteien, sondern Mehrheiten. Wer es schafft, via Internet und Social Web Mehrheiten zu generieren, der gewinnt an Einfluss.

Das sieht auch die Politik: In Zeiten sinkender Wahlbeteiligung, steigender Politikverdrossenheit und fallenden Mitgliederzahlen in den politischen Parteien scheint es nur vernünftig, dort präsent zu sein, wo Menschen zunehmend ihre Zeit verbringen. Warum sollten Politikerinnen und Politiker die neuen Dialog- und Beteiligungsmöglichkeiten nicht nutzen, um Unterstützung zu generieren? Sie versuchen es jedenfalls – oft allerdings nicht sonderlich geschickt. „Ändert sich daran etwas, wenn die großen Gesichter nun auch bei Facebook grinsen?“, schreibt der Schriftsteller Bruno Preisendörfer. Und weiter: „Zirkus bleibt Zirkus! Die viel beredete 'Arroganz der Macht' bei den Etablierten lässt sich durch 'Chatten' so wenig korrigieren wie durch 'Talken', Kinderküsse oder Kugelschreiber verteilen.“ Stimmt, aber wo die gängigen Darstellungsformen von Politik und ihre verquaste formelhafte Sprache ins Netz getragen werden, machen die Menschen heute ihrer Ablehnung Luft. Sie schlagen auf Twitter oder Facebook unmittelbar verbal zurück – und das mit oft nachhaltiger Wirkung.

Ich gestehe: Das fasziniert den politischen Bildner. Wir brauchen keine respektvollen Untertanen, sondern aktive Bürgerinnen und Bürger, die das Gemeinwesen als ihre Sache verstehen. Mehr Beteiligung schafft mehr Freiheit für den Einzelnen und fördert Legitimation, Zusammenhalt und Stabilität des Ganzen – das ist unsere Ausgangsposition. Wenn wir also von unserer Warte aus auf Internet und Politik schauen, dann stellen wir fest, in welchem Umfang hierzulande bereits neue Teilhabeformen existieren und welche Dynamik sie in das öffentliche Geschehen hinein tragen.

„Zeitalter der Partizipation“ haben wir daher in diesem Jahr unseren „Bundeskongress Politische Bildung“ genannt, weil wir der Meinung sind: Die gesellschaftliche Realität macht dieses Thema in hohem Maße virulent. Eine neue Partei ist auf dem Vormarsch in die Parlamente, die denen eine politische Heimat geben will, die das Gefühl haben: Die etablierten Parteien haben die Problematik von Teilhabe in einer zunehmend digitalen Gesellschaft nicht begriffen. Und das sind viele, ganz unabhängig davon, ob sie alle gleichermaßen von allen neuen Möglichkeiten Gebrauch machen. Die Piraten sind Bürgerinnen und Bürger, die als „citoyens“ tagtäglich ernst genommen werden und nicht als Stimmvieh an Wahltagen fungieren wollen. Mit der klassischen Protestpartei hat das nichts zu tun, dazu fehlt den Piraten der antidemokratische Impuls. Sie bringen das Bedürfnis zum Ausdruck, die neuen Möglichkeiten von Teilhabe und Demokratie besser auszuschöpfen.

Die Position der bpb ist es, so viel Teilhabe wie möglich zu eröffnen und dazu auch neue, noch unerforschte Wege zu beschreiten. Dabei sind wir keineswegs blauäugig, sondern sehen ganz klar: Social Media macht nicht aus jedem User einen „citoyen“ – also einen Staatsbürger, der aktiv und eigenverantwortlich am Gemeinwesen teilnimmt und dieses mitgestaltet – und wer unter einer politischen Forderung auf Facebook den „Gefällt mir“-Button klickt, ist noch lange kein politischer Aktivist. Bloß weil es technisch möglich geworden ist, werden sich nicht Millionen Menschen um einen virtuellen runden Tisch versammeln, um gemeinsam politische Fragen zu diskutieren. 50 Prozent der Bevölkerung in Deutschland beteiligen sich nicht an politischer Kommunikation. Die Mediennutzung dieser Bevölkerungsgruppe ist weitgehend unpolitisch. Die „passiven Mainstreamer“, wie wir sie nennen, nehmen allenfalls an Wahlen teil und nutzen ansonsten keine Möglichkeiten der Partizipation – weder online noch offline. Selbst der überwiegende Teil der Onliner ist eher passiv – egal, ob jung oder alt. 30 Prozent der hiesigen Bevölkerung sind sogar noch ganz und gar offline. Das Internet als neue Agora, wo sich alle Individuen aktiv um das Gemeinwesen kümmern – das bleibt eine Utopie, aber eben auch eine Kompassnadel, die anzeigt, in welche Richtung wir marschieren wollen.

Dabei gilt es auch, die Probleme im Blick zu haben: Das Internet kann die Bildung von Teilöffentlichkeiten begünstigen, fördert aber auch die Spaltung in eine digitale Kommunikationselite und die abgehängten Bürgerinnen und Bürger der analogen Welt. Aber der Wandel hat gerade erst begonnen. Die Mehrheit bleibt bei ihren Gewohnheiten, auch in der politischen Kommunikation. Wer mit dem Internet groß wird, betreibt auch seine Informationssuche und politische Teilhabe zunehmend auf digitalem Wege. Wer sich erst einmal an ein Smartphone gewöhnt hat, kann erahnen, in welchem Umfang die neuen Verhaltensweisen vom Internet geprägt sein werden.

Wir haben es mit einer pluralen, äußerst vielfältigen Gesellschaft zu tun – genauso vielfältig sind die Beteiligungsformen. Nicht immer sind die Ergebnisse auf den ersten Blick ermutigend, nicht immer bleiben denen, die ihr Herzblut und viel Zeit in ihr Engagement gesteckt haben, Frustrationen erspart. Auch hierfür ist „Stuttgart 21“ ein Exempel. Letztlich ist es aber doch ein fantastisches Ergebnis, wie viele Menschen beteiligt waren, wie viele sich selbst ermächtigt haben, sich in diese komplizierte Entscheidung einzumischen. Auf jeden Fall ist es ein Zeichen für eine vitale, eine lebende Demokratie.

Diese Vitalität der Partizipationswünsche zwingt Staat und Verwaltungen, Bürgerbeteiligung und Diskurs ernst zu nehmen und selbst Räume dafür zu eröffnen. Solche E-Government- oder E-Democracy-Konzepte sind meist die Digitalisierung altbewährter Partizipationsformate, der Partizipation 1.0 gewissermaßen, gekennzeichnet durch ein klares Oben und Unten, die Trennung in Initiatorinnen und Initiatoren sowie Mitmachende.

Machtgefälle und Machtstrukturen der analogen Welt werden digital reproduziert. Bei den Ansätzen zum Bürgerhaushalt etwa spielt die Online-Beteiligung inzwischen eine wichtige Rolle. Es geht darum, Kosten zu sparen und Widerstände abzubauen. Allerdings ist auch der qualitative Mehrwert der Digitalisierung für die Bevölkerung nicht zu verkennen: Die Hürden für Bürgerinnen und Bürger sinken, weil sie sich zeit- und ortsunabhängig ein Bild machen und eigene Standpunkte einbringen können. Demzufolge haben auch Beteiligungsformen von oben ihren Wert und können, mit der nötigen Ernsthaftigkeit betrieben, gut funktionieren. Das zeigt etwa das Beispiel der kleinen Gemeinde Wennigsen am Deister. „Was kann man für die alters- und familiengerechte Erneuerung der öffentlichen Flächen in ihrem Ortsteil tun?“, hieß die Frage an die Menschen. 550 Einwohner und Einwohnerinnen beteiligten sich zunächst an der Ideensammlung, dann an der Priorisierung vorgeschlagener Maßnahmen – abwechselnd auf Bürgerversammlungen wie auch auf Internetseiten der Verwaltung. Die Fachämter und der Gemeinderat befassten sich dann mit den Vorschlägen höchster Priorität. Dass es für dieses Projekt einen Preis für Online-Partizipation gab, ist prima – die Zufriedenheit und das Ansehen der kommunalen Politik wuchsen messbar.

Immer häufiger maßen sich aber die Bürgerinnen und Bürger heute an, sich gerade da einzumischen, wo sie nicht oder nicht ernsthaft genug gefragt werden. Da kann die Berichterstattung in den Medien der Auslöser sein, aber auch die Aktivität Einzelner im Netz, die Informationen und Mitsprache einfordern. Und das wird noch zunehmen in dem Maße, wie die Transparenz steigt. Deshalb ist beispielsweise das Thema „Open Data“ für uns so spannend: Wenn die Informationssammlungen des Staates und der öffentlichen Verwaltungen wirklich öffentlich sind, entstehen ganz neue Perspektiven für die Einmischung des Bürgers in seine eigenen Angelegenheiten. Der Blick in die USA und nach Großbritannien zeigt ja, was da alles möglich ist.

Natürlich sind hier hoch informierte und technisch bewanderte Einzelne die Vorreiter. Wenn Politikerinnen und Politiker da vor der Macht oder gar der drohenden Diktatur einer digitalen Elite warnen, erscheint mir das eher wie das Pfeifen im Walde derjenigen, die mit den neuen Spielregeln nicht recht klarkommen.

Heutzutage ist politische Partizipation schon mal auf ein „Share“ und ein „Like“ bei Facebook reduziert, Twitter zwingt dazu, in 140 Zeichen zu sagen, was wichtig ist. Das Publikum will in Sekunden abgeholt werden. Wer es nicht auf den Punkt bringt und damit zeigen kann, dass er bzw. seine Botschaft interessant genug ist, „geshared“ oder „retweeted“ zu werden, findet keine Unterstützung. In einer immer schneller werdenden Gesellschaft müssen auch die Kommunikation und die Gewinnung von Aufmerksamkeit schneller werden.

Dieses Tempo hält nicht jeder, es gibt bei den neuen technischen Partizipationsmöglichkeiten Verlierer und Gewinner. Doch ist die soziale Barriere nichts Neues. Die Diskrepanz zwischen denen, die mitmachen, und denen, die sich fernhalten, gab und gibt es auch bei herkömmlichen Beteiligungsformen. Je anspruchsvoller und komplexer die Teilnahme ist, desto mehr beschränkt sie sich auf diejenigen, welche die Sachverhalte durchschauen und das nötige Know-how mitbringen.

Wichtig ist, dass wir hier die soziale Schranke nicht als unverrückbar hinnehmen: Politische Bildung arbeitet daran, Prozesse so zu gestalten, dass alle daran teilhaben können, und dass das nötige Wissen verbreitert wird. Es geht darum, mehr niedrigschwellige Angebote zu entwickeln, Hindernisse abzubauen und Komplexität zu reduzieren. Dass so etwas funktioniert, zeigt der Erfolg unserer „Wahl-O-Maten“: Da muss man eben nicht tief in politisches Wissen eingetaucht sein, um Fragen zu wichtigen Diskussions- und Entscheidungsthemen zu beantworten und etwas über die eigene Parteipräferenz zu erfahren.

Doch bei solchen Angeboten wollen wir nicht stehen bleiben. Auch nicht dabei, Veranstaltungs- und Projektformate gemeinsam mit der Zielgruppe zu entwickeln. Wenn wir Partizipation fordern, können wir uns als staatliche Behörde ihr nicht verweigern. Feedbackbögen und Abstimmung über Themen reichen uns nicht. Wir wollen zu einer kollaborativen Behörde werden, die die Gestaltungshoheit über ihre Projekte aufgibt, Beteiligung sowie freie Verbreitung und Verarbeitung der Angebote zulässt.

„Reflektierter Kontrollverlust“ nennen wir das: Von der Information zur Interaktion, zum Netzwerk, in dem Kundinnen und Kunden zu Mitwirkenden werden. Deshalb entwickeln wir interaktive Lernformate und qualifizierte Peer-Netzwerke für und mit Jugendlichen weiter. Wir stärken den partizipativen Charakter unserer Veranstaltungsformate durch Live Stream und Twitterwall, durch die Vernetzung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer über Social Media, Veranstaltungsblogs mit Beiträgen von Gästen sowie Expertinnen und Experten, Pod- und Vodcasts. Wir entwickeln ein Community Management für die bpb-Angebote und mobile Formate, also Angebote, die sich veränderten Lern- und Lebensgewohnheiten anpassen und dazu herausfordern, Inhalte mitzuentwickeln, eigene Ergebnisse zu teilen und zu verbreiten. Aus der Website der bpb soll eine Plattform werden für Widerspruch, Diskussion, Kritik – auch Unsinn ist nicht verboten.

Social Media ist da und wird nicht wieder verschwinden. Die neuen Kulturen der Mediennutzung haben Ansprüche in die Welt gesetzt, die die Menschen nicht wieder vergessen werden. Das Netz zwingt zur Entscheidung, ob wir den Gedanken der Volkssouveränität ernst nehmen, auch wenn das die Prozesse nicht einfacher macht, sondern komplexer und unbequemer. Aber wenn wir den Frust über den gegenwärtigen Politikbetrieb nicht in eine Demokratiekrise auswachsen lassen wollen, sehe ich keine andere Chance, als demokratische Institutionen und Entscheidungsprozesse durch authentische und echte Bürgerbeteiligung erneut zu legitimieren.

Und damit bin ich endlich bei der Rolle des Lokaljournalismus. Wir politischen Bildner trauen uns viel zu, aber wir leiden nicht an Selbstüberschätzung. Auch mit mehr Mitteln und Personal wären wir nicht in der Lage, im Alleingang einer adäquaten Partizipation der Bürgerinnen und Bürger zum Durchbruch zu verhelfen. Alle Bildungsinstitutionen zusammen, so bedeutend ihre Rolle ist, werden das nicht schaffen. Ob und in welchem Maße neue und alte Partizipationswege der Demokratie neues Leben einhauchen können, hängt ganz wesentlich davon ab, inwieweit es dem Journalismus im Lokalen gelingt, als informierende, moderierende und kritische Instanz weiterhin wahr- und ernst genommen zu werden. Anders formuliert: Kann der Lokaljournalismus seine Rolle, die er früher bei der Integration der lokalen Teilöffentlichkeiten und Partizipationsfelder gespielt hat, auf die neue Welt der digitalen Medien übertragen?

Vieles von dem, was ich gerade erörtert habe, muss den Journalistinnen und Journalisten unter Ihnen bekannt vorgekommen sein. Die Herausforderungen sind für den Journalismus wie für die politische Bildung ähnlich. Sie setzen sich mit den gleichen Phänomenen auseinander, suchen seit Jahren nach Wegen aus der Krise, in die die veränderten Strukturen der Öffentlichkeit und Verhaltensweisen der Menschen insbesondere die Tageszeitungen gestürzt haben. Cross-Medialität, Leser-Community, Bürgerreporterinnen und -reporter oder User-Generated Content – so lauten die bekannten Schlagworte.

Ähnlich wie wir übernehmen die Medien zunehmend Sortierungs- und Moderationsfunktionen, erproben sich mal als Community Manager, mal als Schiedsrichter oder Kontrolleur. Auch sie haben mit kollaborativen Projekten kaum Erfahrung und scheuen

den Kontrollverlust, wenn sie redaktionelle Souveränität aufgeben. Dabei vermute ich, dass dann die Suche nach neuen Mechanismen, Regeln, Sanktionen, Definitionen und Abgrenzungen für die redaktionelle Arbeit Erfolg verspricht. Sich darauf einzulassen ist schwierig, zumal niemand sagen kann, wie sich das alles auf die Wirtschaftlichkeit, auf die Möglichkeiten der Refinanzierung auswirken wird.

Sich nicht darauf einzulassen, scheint mir das größere Risiko. Ich habe den Eindruck, dass der Lokaljournalismus, insbesondere die Lokalzeitungen, dabei sind, den Rest ihrer Verankerung zu verspielen. Ihre Hauptschwäche sehen sie weiterhin als ihre Hauptstärke an und setzen damit auf das falsche Pferd. Es gibt kein Monopol der Nachrichtenvermittlung mehr, auch nicht im Kommunalen, auch nicht auf dem plattesten Lande in der hintersten Provinz. Die Welt wird von Nachrichten überflutet, sie verbreiten sich anders als früher und viel schneller und auf sehr vielen Kanälen.

Es ist interessant: In dieser beschleunigten Medienwelt bekommen die auf Nachrichten fixierten Zeitungen Schwierigkeiten, während die behäbigen, langatmigen Wochenzeitungen sich recht gut behaupten können. Mitten in der Beschleunigung durch digitale Medien entsteht nämlich eine Nachfrage nach „Slow Media“. Und das heißt ja nichts anderes, als dass es angesichts der unüberschaubaren täglichen Flut von Informationen an Antworten mangelt, welche Informationen denn verlässlich und belastbar sind. Der Bedarf an tiefgründigen und detaillierten Erklärungen, Analysen und Orientierungspunkten wächst.

Nicht als Verkünder von Nachrichten sind Lokaljournalistinnen und -journalisten heute im vielfältigen Geflecht der alten und neuen Öffentlichkeiten unverzichtbar, auch nicht als Protokollführer und Kommentatoren des Geschehens. Gefordert sind sie als Instanz, die sich kompetent der Diskussion über die Nachricht und ihre Bedeutung stellt – auch und gerade im Netz. Gebraucht werden die Lokaljournalistin und der Lokaljournalist als Multiplikatorin und Multiplikator, die die Themen und Debatten der Bürgerinnen und Bürger aufgreifen, mit Informationen anreichern und sie verbreiten – wo immer sie sich abspielen – und das betrifft nicht zuletzt das Netz.

So befähigen sie die Bürgerinnen und Bürger nicht nur kompetente Wahlentscheidungen zu treffen: Indem sie Debatten mit sorgfältig recherchierten Informationen anreichern und Argumenten diskursiven Raum verschaffen, fördern sie direkt und indirekt die Möglichkeiten der Menschen, sich um öffentliche Belange zu kümmern. Damit schafft der Lokaljournalismus die Grundvoraussetzung für lebendige Partizipation. Er muss Erklärungsangebote hinterfragen, Diskurse reorganisieren, ein Forum bieten, den Raum des Politischen neu vermessen, Zugänge aufzeigen und damit eine echte Öffentlichkeit schaffen. Diese Verantwortung für die Demokratie müssen Sie als Journalistinnen und Journalisten ganz bewusst wahrnehmen.

Tun wir das nicht heute bereits, fragen Sie sich vielleicht? Mein Eindruck ist: Nein. Nicht in der Konsequenz, die nötig wäre. Offenbar stehe ich mit diesem Eindruck nicht alleine, wenn sich drei höchst prominente Journalisten in *Der Zeit* öffentlich darüber unterhalten, warum Medien so konformistisch wirken. Natürlich stellen Journalistinnen und Journalisten kritische Fragen an die politischen Akteure, doch in einer Weise, die den Status quo letztlich strukturell bestätigt. Die geradezu klischeehafte und stereotype politische Berichterstattung lässt kaum die Hoffnung aufkommen, dass sie die Leserinnen und Leser hin und wieder mit einer neuen Perspektive überraschen, sie im positiven Sinne irritieren oder erhellen könnte.

Manche lokale Medien haben durch langweiligen Honoratioren- und Terminjournalismus besonders viel Kapital verschenkt. Dabei lassen sich im Lokalen die Auswirkungen globaler Interdependenzen anschaulich und beispielhaft aufzeigen, hier werden sie erfahr- und fassbar.

In der Kommune bietet die Nähe zu den Bürgerinnen und Bürgern und zum Geschehen viele Chancen des Dialogs und der Beteiligung, die das lokale Medium zu *dem* öffentlichen Forum machen können, das wir brauchen und das auch für die Bürgerinnen und Bürgern unverzichtbar ist. Nur so, meine ich, können die „alten“ Medien neben den „neuen“ ihre Existenzberechtigung beweisen und ihr Alleinstellungsmerkmal neu definieren.

Dafür bleiben die alten journalistischen Tugenden die Basis: Akribische Recherche, solide Hintergrundinformationen, saubere Analysen, das persönliche Gespräch mit Informanten, Transparenz der Quellen. Und wer spannende Informationen dazu noch gut verständlich, begleitet von guten Bildern crossmedial und mit einem Hauch von Unterhaltsamkeit erzählen kann, fasziniert Leserinnen und Leser mit lokalen Geschichten. Der mit Unterstützung der Bundeszentrale für politische Bildung und des Projektteams Lokaljournalisten erstellte Forschungsbericht „Crossmedia 2012“, der gerade erschienen ist, zeigt die Lokalzeitungen hier auf einem guten Weg. Die sozialen Netzwerke haben nicht nur für die Recherche, sondern auch als Publikationskanal binnen kurzer Zeit enorm an Bedeutung gewonnen. 90 Prozent der befragten Lokalredaktionen nutzen Facebook als Kanal, zwei Drittel (64 Prozent) twittern über einen Redaktionsaccount bzw. erstellen eine Mobile-Website (66 Prozent). Allerdings heißt es auch: Mit neuen journalistischen Formen wird meist nur punktuell experimentiert, es gibt noch viel Potenzial für eine systematische Integration und permanente Evaluation neu zu entwickelnder Formen der öffentlichen Kommunikation.

Viel Raum also für noch mehr Innovation. Aber gut recherchieren und schreiben können, crossmedial mit Bild und Video umgehen und Inhalte in viele Kanäle einzuspeisen, ist ebenfalls nicht alles. Zusätzlich ist eine neue Einstellung notwendig. Journalistinnen und Journalisten bestimmen heute die Agenda nicht mehr alleine. So mancher Ihrer Leserinnen und Leser hat auch eine Stimme im Konzert der Meinungsbildung. Mancher Blogbeitrag, mancher Tweet entfaltet mehr Wirkung als der Leitartikel in der Lokalzeitung. Da müssen Journalistinnen und Journalisten von ihrem hohen Ross herunter kommen, müssen lernen zuzuhören, Anregungen und Kritik anzunehmen und mit anderen zusammenzuarbeiten. Wir brauchen Profi-Journalistinnen und Journalisten, die willens und fähig sind zum Gespräch mit kritischen Leserinnen und Lesern im Netz, die vertreten können, was sie tun. Sie müssen die Kritik und Gedanken ihrer Leserschaft ernst nehmen und aufgreifen, ohne dabei auf eigene Positionen und Anliegen zu verzichten.

Wir brauchen einen Lokaljournalismus, der den lokalen Raum nicht bloß geografisch definiert, denn jene „Nähe“, die Wesen und Erfolg des Lokaljournalismus ausmacht, ist nicht mehr räumlich abgegrenzt. Wo die Menschen den Netzzugang per Tablet oder Smartphone überall mit sich tragen, hat sich ihre Lebenswelt ausgeweitet. Räumliche Nähe und digitale Nähe sollten auch im Lokaljournalismus zu einer neuen Form von „Nahwelt“ verschmelzen, die in erster Linie emotional definiert ist. Lokaljournalistinnen und -journalisten sollten mehr danach fragen, wie lokales Geschehen, das Tun oder Lassen von Bürgerinnen und Bürgern, sowie Politik und Wirtschaft mit den großen Fragen unserer Zeit zusammenhängen. Alles, was den Menschen vor Ort wichtig ist, ist ein lokales Thema. Um diese Themen zu kennen, mussten die Journalistinnen und Journalisten früher in die Kneipe oder in den Verein. Heute müssen sie zudem in der digitalen Medienwelt dabei sein, müssen dazugehören und im Gespräch sein.

Hierbei hilft „Open Journalism“, wie die englische Zeitung The Guardian das nennt. Lokalmedien arbeiten nicht mehr für eine unbekannte Leserschaft irgendwo da draußen. Sie stützen sich auf Wissen und Erfahrungen ihrer Leserinnen und Leser, beziehen diese in ihren

Arbeitsprozess ein. Menschen, die sich gerne ins öffentliche Leben einmischen, wollen auch medial nicht nur über die verschiedenen Kanäle bespielt werden, sondern von Fall zu Fall selbst mitspielen. Journalistische Qualität ist heute ohnehin nicht mehr das Werk des einsam an seinem Schreibtisch vor sich hin recherchierenden und schreibenden Journalisten. Dialog, Kooperation und Austausch, so wie sie das Journalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung seit Jahrzehnten in seinen Seminaren praktizieren, sollten den redaktionellen Alltag prägen – auch über die Redaktionsgrenzen hinweg.

Mit solchem Know-how kann Lokaljournalismus sich neben und in den Sozialen Medien als Referenz für verlässliche Informationen behaupten. Jeder, dem an lebendiger Demokratie gelegen ist, muss hoffen, dass dieser Sprung gelingt. Wer sollte sonst in der Lage sein, die vorgeschobenen Argumente und Floskeln der politischen Akteure und Interessenvertreter auf ihren sachlichen Kern zu reduzieren und die vorgeblich oder tatsächlich komplizierten Sachverhalte in einfacher und verständlicher Sprache auf den Punkt zu bringen? Wir brauchen diese mediale Mitte der sich immer weiter zersplitternden Öffentlichkeiten. Wir brauchen eine Kraft, die den Flichkräften des Individualismus und der Interessenvertretung durch Aufklärung über die Bedeutung der Gemeinschaft und des allgemeinen Wohls entgegenwirkt. Ich sehe keine andere Instanz, die – nicht punktuell, sondern auf breiter Front – diese Dienstleistung erbringen könnte.

Journalistinnen und Journalisten haben in der Regel diese Kompetenz, auch wenn sie aus vielerlei Gründen nicht immer Gebrauch davon machen. Was sie an neuen crossmedialen Fertigkeiten noch brauchen, kann ihnen eine qualifizierte Weiterbildung vermitteln, wie sie im Rahmen der „Initiative Lokaljournalismus“ entwickelt wird. Weiterbildung sollte sich aber nicht auf diese Fertigkeiten beschränken. Sie sollte auch den Ehrgeiz haben, das Feuer wieder anzufachen, das die meisten Journalistinnen und Journalisten in diesen Beruf geführt hat: den Willen zur positiven Weiterentwicklung und die Verantwortung für unser Gemeinwesen.

Dazu wünsche ich eine glückliche Hand und einen langen Atem. Denn unsere Demokratie braucht so viel exzellenten, recherchestarken Lokaljournalismus, wie sie bekommen kann.

# **Kapitel I**

## **Strukturen des Lokaljournalismus**





# Von Profis und Hobbyschreibern Freie Journalisten in Deutschland

*Mannela Puls*

Während das professionelle Freien-Dasein mittlerweile einigermaßen erforscht ist, bleiben die Hobby-Journalisten unterbelichtet. Wissenschaftler lassen die Freizeitschreiber links liegen, die gerade im Lokalen aus Kostengründen verstärkt eingesetzt werden und die Berichterstattungsqualität mitbestimmen. Dieser Beitrag fasst die bisherigen Erkenntnisse bezüglich soziodemografischer Daten, Ausbildungsstand, Einkommensverhältnissen, Selbstverständnis, Zufriedenheit sowie Fortbildungsbedarf und -bereitschaft der haupt- und nebenberuflichen Freien zusammen. Angesichts der niedrigen Honorare können sich beide Gruppen Weiterbildung kaum leisten. Das gilt insbesondere im Lokalen, wo extrem schlecht bezahlt wird – gerade hier tut aber Qualifizierung Not. Deshalb skizziert der Beitrag positive Ansätze im Printbereich und im Lokalradio.

Wer vor 15 Jahren nach wissenschaftlichen Arbeiten über freie Journalisten suchte, wurde selten fündig. Dieses Feld war von der Forschung überhaupt nicht beachtet worden. Es fanden sich höchstens gebetsmühlenartige Klagen, diese Gruppe werde unterbezahlt. Die Forschung hatte die Freiberufler sträflich vernachlässigt. Die Rede war vom freien Journalisten als „unbekanntem Wesen“ (Bunjes 2008) oder als „Tiefseefisch der Medienbranche“ (Buckow 2011: 95). Ein wesentlicher Bestandteil von Mediengeschäft und Journalismus werde damit völlig unterschätzt, schrieb das Journalistik-Journal (Bunjes 2008).

Doch zwischenzeitlich ist schon etwas Licht ins Dunkel gekommen. Immerhin gibt es mittlerweile einige Erhebungen, die sich schwerpunktmäßig mit den hauptberuflichen Freien befassen, also mit denjenigen, die überwiegend von ihrer journalistischen Tätigkeit leben. So können die Freien jetzt zumindest zahlenmäßig besser eingeordnet werden: Bei der Künstlersozialkasse sind in der Kategorie Wort 38.000 freie Publizisten gemeldet, darunter fallen allerdings auch Schriftsteller und technische Redakteure. Der Deutsche Journalisten Verband (DJV) schätzt, dass es 25.000 hauptberufliche Freie gibt (vgl. Bunjes 2008); dazu das unüberschaubare Heer der nebenberuflichen Freien, die sich vor allem im Lokalen tummeln. 100.000 solcher Hobby-Journalisten soll es schätzungsweise in Deutschland geben (vgl. Weichler 2005: 70). Angesichts dieser Größenordnung ist es unverständlich, wie herablassend Wissenschaftler diese Nebenberufler einfach ausklammern.

„Bleibt noch der größte Markt für freie Journalisten: das Lokale. Doch auch hier sackt die Qualität dramatisch ab. Denn die meisten Lokalredaktionen füllen ihre Innenseiten mit dem Stoff von Freizeitschreibern – Pfarrer, Lehrerinnen, Rentner – deren recherchefreie Berichte meist in einer pseudojournalistischen Sprache, reich an Klischees und Schablonen abgefasst sind.“ (Haller 2011: 14)

So berechtigt diese Kritik sein mag: Die deutsche Presselandschaft besteht nun einmal zu einem erheblichen Teil aus lokal verwurzelten Regionalzeitungen. Die lokale Orientierung ist für Mediennutzer von großer Bedeutung – „das Lokale ist Teil unserer DNA“ (Bügler 2011). Daher ist es nach Ansicht der Autorin unverzeihlich, das Lokale bei der Betrachtung des freien Journalismus außen vor zu lassen. Sich diesem „Pulk gut angepasster Schreibamateure“ (Haller

2011: 14) zu widmen, ist jeder Mühe wert. Stellt man den mindestens 100.000 Feierabend-Journalisten und den 25.000 professionellen freien Journalisten die 36.000 festangestellten Kollegen (Bundesagentur für Arbeit) gegenüber, wird klar: Die Freien stellen zahlenmäßig die Mehrheit. Das müsste für Wissenschaft wie Praxis Grund genug sein, sich dieser Gruppe endlich ausführlicher anzunehmen, zumal sie offenbar kontinuierlich wächst.<sup>1</sup> Im Folgenden sollen einige der rar gesäten Forschungsergebnisse zu freien Journalisten vorgestellt werden. Außerdem wird ein Blick in die Lokalredaktionen (Print wie Radio) geworfen und hoffnungsvolle Ansätze werden vorgestellt.

## 1. Studien über hauptberufliche freie Journalisten

Hier sind vor allem zwei Arbeiten zu nennen: Michael Meyen und Nina Springer befragten 2008 in einer Online-Befragung rund 1500 Freiberufler, die in den Branchenverzeichnissen Zimpel oder Mediaatlas eine E-Mail Adresse angegeben hatten. Isabelle Buckow wählte 2011 die Mitglieder des Verbandes „Freischreiber“ für ihre Untersuchung aus – 106 füllten den Fragebogen aus. In beiden Fällen wurden daher vornehmlich hauptberufliche Freie einbezogen.

### 1.1. Soziodemografische Daten

Überraschenderweise sind junge Leute (unter 25 Jahren) selten hauptberuflich als freie Journalisten tätig. Zwar gilt die Freiberuflichkeit als typisches Feld für Berufsanfänger, diese streben jedoch offenbar lieber eine Festanstellung an. Berufseinsteiger sind im freien Journalismus die „absolute Ausnahme“, die Selbstständigkeit ist eher eine „Domäne der älteren Kolleginnen und Kollegen“ (Meyen u.a. 2009: 60). Meyen kam auf ein Durchschnittsalter von 47 Jahren. Bei seiner Untersuchung waren die Männer mit 65 Prozent überrepräsentiert (vgl. Meyen u.a. 2009: 39), anders als bei Buckow, die in der Mehrheit Frauen befragte (53 Prozent). Sie berechnete das Durchschnittsalter auf 40 Jahre (vgl. Buckow 2011: 52). Die Unterschiede lassen sich eventuell durch die größere Grundgesamtheit bei Meyen erklären, seine Daten sind daher vermutlich belastbarer. In beiden Studien lebten die befragten freien Journalisten meist in einer festen Beziehung und hatten keine Kinder. In beiden Untersuchungen waren der Großteil der Befragten „echte“ Freie (das heißt: ohne festen Auftraggeber) und arbeiteten allein. Darüber hinaus hatten sie überwiegend freiwillig auf eine Festanstellung verzichtet. Gründe liegen in der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf, in der zeitlichen Flexibilität und in der Unabhängigkeit von hierarchischen Strukturen und Routinen in den Redaktionen. Freie Journalisten wollen Reporter sein, sich kreativ entfalten und nicht im Büro „versauern“ (vgl. Buckow 2011: 28). Es gab natürlich auch zahlreiche Journalisten, die mangels festen Jobs in einer Redaktion oder aufgrund von Entlassungen in die Freiberuflichkeit ausweichen mussten.

---

<sup>1</sup> Vgl. Freie Journalisten: Wie ihr Alltag aussieht und wie sie die Branche verändern. Online verfügbar unter: <http://www.djv.de/Freie-Journalisten-Wie-ihr-Al.62.98.html>. Stand: 6.3.12.

### 1.2. Ausbildung

Beide Forschungsarbeiten attestierten den freien Journalisten eine hohen formalen Bildungsgrad und eine gute Berufsausbildung (vgl. Meyen u.a. 2009: 70; Buckow 2011: 49). Die Mehrheit der Befragten hatte ein Hochschulstudium absolviert oder zumindest Abitur gemacht. Der Großteil konnte darüber hinaus ein fachbezogenes Studium und/oder ein Volontariat nachweisen. Bei den hauptberuflichen Freien muss man sich also keine allzu großen Sorgen um ihre fachliche Qualifikation machen, allerdings dürfte ihre grundlegende Bereitschaft zur Fortbildung wegen der teils schlechten Einkommensverhältnisse nicht sehr groß sein.

Hier ist wohlgermerkt von den hauptberuflichen freien Journalisten die Rede, die nebenberuflich tätigen haben mehrheitlich eine weitaus geringere bis keine fachliche Qualifikation, wenn auch bei ihnen der formale Bildungsgrad überdurchschnittlich ist. Wer hobbymäßig journalistisch tätig ist, ist in der Regel Student, Akademiker oder übt einen Büro- bzw. Verwaltungsjob aus. Er hat bestenfalls ein Praktikum in einer Redaktion absolviert, hat sich aber noch nie mit Fachliteratur beschäftigt (vgl. Moenikes 2001: 15, 44, 84).

### 1.3. Einkommensverhältnisse

Was die Einkommensverhältnisse der freien Journalisten anging, so lagen die Ergebnisse recht weit auseinander. Meyen und Springer kamen auf einen Bruttoverdienst von durchschnittlich 2478 Euro im Monat (vgl. Meyen u.a. 2009: 60). Buckow lag mit ihren Berechnungen deutlich darunter, sie errechnete ein Monatseinkommen von etwas mehr als 2000 Euro pro Monat und bestätigte damit die Angaben von Siegfried Weischenberg aus dem Jahr 2006 (vgl. Buckow 2011: 51ff.). Was diese Durchschnittswerte verschleiern ist, dass es Spitzenverdiener und arme Schlucker unter den hauptberuflichen Freien gibt. So bekamen fast 29 Prozent der Befragten von Meyen und Springer unter 1000 Euro für ihre journalistische Tätigkeit. Diese Gruppe sorgte dafür, dass der Einkommensdurchschnitt bei den Freien unter den der Festangestellten gedrückt wird, schreiben die Autoren.

Bei beiden Studien wurde ein deutlicher Einkommensunterschied zwischen Frauen und Männern konstatiert. Weibliche Freiberufler verdienten im Schnitt 700 Euro weniger als ihre männlichen Kollegen, auch weil sie die besser dotierten Aufträge nicht bekommen (vgl. Meyen u.a. 2009: 70, Buckow 2011: 53). Meyen und Springer stellten außerdem fest, dass fast jeder zweite Freiberufler nebenbei im PR-Bereich oder der Werbung etwas dazu verdient. Auch Isabelle Buckow bestätigte, dass etwa ein Drittel der Freien seinen Lebensunterhalt nicht allein durch die journalistische Arbeit finanzieren könne und nebenbei in PR und Werbung tätig sei. 80 Prozent der von Buckow befragten Journalisten waren der Meinung, dass sich beide Tätigkeiten durchaus kombinieren lassen (vgl. Buckow 2011: 31 u. 96).

„Eine Journalistin schrieb, dass sie ohne PR auch ihren Beruf als Journalistin nicht mehr ausüben könnte, da die Verlage zu schlecht bezahlen würden. Hier liegt die Verantwortung offensichtlich weniger bei den freien Journalisten und mehr bei den Verlegern bzw. Geschäftsführern der Medienhäuser, die die Verdienstmöglichkeiten der Freien verbessern müssten.“ (Buckow 2011: 96)

Dass viele freie Journalisten sich mit wenig Geld über Wasser halten müssen, ergibt sich auch aus den Angaben der Künstlersozialkasse: Sie beziffert das jährliche Durchschnittseinkommen

der Gruppe Wort mit nur rund 15.000 Euro. Noch geringer sei das Einkommen der Berufsanfänger (vgl. Herkel 2008). Auch Daniela Zinser glaubt, dass die Freien im Schnitt mehr als die Hälfte weniger verdienen als ihre angestellten Kollegen (vgl. Zinser 2011: 20-22). Somit scheint es sicher: Freiberuflich tätige Journalisten haben im Schnitt deutlich schlechtere Einkommensmöglichkeiten als festangestellte. Und derzeit scheinen die Honorare zu sinken:

„Nun (...) sinken die Auflagen der Zeitungen und Zeitschriften dramatisch, die Leser wandern ins Internet (...). Gespart wird deshalb nicht nur, aber doch sehr deutlich in den Redaktionen. Um mehr als 600 ist die Zahl der Redakteursstellen bei deutschen Tageszeitungen innerhalb nur eines Jahres gesunken. Der Journalist ist zum Kostenstörfaktor geworden. Längst gibt es einen Drei-Klassen-Journalismus: Redakteure, Berufseinsteiger und Freie.“ (Zinser 2011: 20)

Redakteure werden also vielerorts entlassen beziehungsweise Stellen nicht neu besetzt, stattdessen setzen einige Verleger offenbar zunehmend auf die billigere Arbeitskraft der Freiberufler.

Auch der Deutsche Journalisten Verband kommt zu dem Schluss, dass lediglich im Rundfunkbereich die Honorare auskömmlich seien, im Bereich der Tageszeitungen seien die Sätze dagegen so niedrig, dass vom Zeilenhonorar allein nur die wenigsten leben könnten.

„Selbst überregionale Tageszeitungen zahlen ihren freien Autoren ein Zeilengeld, das zwischen 80 Cent und einem Euro liegt. Wird ein Journalist beauftragt, 60 Zeilen über einen Pressetermin zu schreiben, ergibt das eine magere Ausbeute (...) etliche Tageszeitungen – besonders regionale – zahlen sogar noch niedrigere Zeilengelder.“<sup>2</sup>

Auch die Gewerkschaft ver.di beklagt die schlechte Entlohnung der Freien bei den Tageszeitungen. Zeilenhonorare um die 30 Cent seien keine Seltenheit, Mehraufwand für Recherche werde nur in den seltensten Fällen honoriert, Spesen für Freie seien in den meisten Redaktionen ein Fremdwort (vgl. Herkel 2008). Besonders der „arme“ freie Mitarbeiter im Lokalen habe mehr Anerkennung verdient. Schließlich werde das journalistische Handwerk immer noch in erster Linie im Lokalen erlernt. Auch Meyen kommt zu dem Schluss, dass freie Journalisten für weniger Geld mindestens genauso lange wie ihre festangestellten Kollegen arbeiten müssten. Sie lebten manchmal von einem Einkommen, das einem Akademiker unwürdig sei (Meyen u.a. 2009: 149).

Bleibt festzuhalten: Die sprichwörtliche goldene Nase verdienen sich die wenigsten freien Journalisten. Ihr Durchschnittseinkommen im Monat dürfte sich um 2000 Euro brutto bewegen, damit gibt es ein deutliches Gefälle zu den Gehältern der Festangestellten. Am wenigsten lässt sich im Tageszeitungsbereich verdienen, und am schlechtesten sind die Honorare im Lokalen.

#### 1.4. Selbstverständnis

Die bisherigen Forschungsergebnisse legen den Schluss nahe, dass freie Journalisten sich eher dem Informationsjournalismus verpflichtet fühlen. Sie sehen sich als neutraler Vermittler, die Kritik- und Kontrollfunktion tritt bei ihnen in den Hintergrund.

---

<sup>2</sup> Freie Journalisten: Wie ihr Alltag aussieht und sie die Branche verändern. A .a. O.