

SWR2 Wissen

Lokalzeitung neu gedacht – Mehr Recherchen, Blogs und Leserbindung

Von Marc Bädorf

Sendung vom: Mittwoch, 7. Dezember 2022, 8:30 Uhr

Redaktion: Sonja Striegl

Regie: Günter Maurer

Produktion: SWR 2022

Wo Lokalzeitungen fehlen, drängen Facebook-Gruppen oder Pressestellen von Städten in die Lücke. Das ist nicht gut für die Meinungsfreiheit. Leser zahlen gern für kritischen Journalismus.

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

SWR2 Wissen können Sie auch im **SWR2 Webradio** unter www.SWR2.de und auf Mobilgeräten in der **SWR2 App** hören – oder als **Podcast** nachhören:
<https://www.swr.de/~podcast/swr2/programm/podcast-swr2-wissen-100.xml>

Die SWR2 App für Android und iOS

Hören Sie das SWR2 Programm, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR2 App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...
Kostenlos herunterladen: www.swr2.de/app

MANUSKRIPT

Atmo 1: Redaktion

Sprecher:

Wie bei fast jedem Journalisten liegen auch meine Anfänge bei einer Lokalzeitung. Als Schüler habe ich über Karnevalssitzungen, Bezirksligaspiele, Ritterfeste und FDP-Kreistagssitzungen geschrieben. Schon damals stand meine Lokalzeitung, eine große im Rheinland, vor Problemen: Redaktionen wurden zusammengelegt, Stellen gestrichen. So geht es vielen Lokalzeitungen: Immer mehr werden eingestellt oder verkleinert.

Dabei sind Lokalzeitungen für das demokratische Leben wichtig, wie Studien zeigen. Das Interesse vieler Bürgerinnen und Bürger an Nachrichten vor ihrer Haustür ist groß. In vielen Orten in Deutschland arbeiten Journalisten und Redakteurinnen daher an einer nachhaltigen und digitalen Zukunft der Lokalzeitung. Zehn Jahre nach meinen ersten Schritten als Reporter unternahme ich eine Reise quer durch Deutschland. Ich besuche Lokalzeitungen. Die, die sich fit für die Zukunft gemacht haben. Die, die untergegangen sind. Und die, die Lokaljournalismus ganz anders machen wollen.

Ansage:

„Lokalzeitung neu gedacht – Mehr Recherchen, Blogs und Leserbindung“. Von Marc Bädorf.

Atmo 2: Verkehrsgeräusche in Plettenberg

Sprecher:

Meine Reise beginnt an einem Nachmittag im Mai in Plettenberg im Sauerland. Knapp 25 000 Einwohner, Rewe, Lidl, Esso-Tankstelle, Sparkasse. In ihrem Haus an einer vielbefahrenen Straße treffe ich Camilla Hundt und Stefan Aschauer-Hundt. Für die Beiden ist das verwinkelte, mit vielen Anbauten versehene Gebäude viel mehr als nur ein Wohnort.

O-Ton 01 Stefan Aschauer-Hundt:

Ab hier war man in Betrieb.

O-Ton 01 Autor/Stefan Aschauer Hundt:

Soll ich die Tür schließen? // Nein, nein. Und da ging es dann in die Geschäftsstelle. Das ist jetzt der Bereich, ab dem vermietet ist. Hier ist jetzt noch so ein Rest der Buchhaltung drin. // Das war Ihr Büro? // Nein, nein, das war Teil der Anzeigenabteilung.

Sprecher:

Stefan Aschauer-Hundt war „Chef vom Dienst“ beim Süderländer Tageblatt, Ehefrau Camilla Hundt die Verlegerin. Obwohl das Tageblatt nur eine vierstellige Auflage hatte, gewann es immer wieder wichtige Journalisten-Preise.

O-Ton 02 Autor/Stefan Aschauer Hundt:

Wie viele Redakteure hatten Sie? // Zehn. Meistens haben wir zwei Volontäre dabei gehabt. Aber es gab ne große Gleichheit. Jeder hatte eine Stimme.

Sprecher:

Stefan Aschauer-Hundt zeigt das große weiße Gebäude neben seinem Wohnhaus, in dem die Redaktion des Süderländer Tageblatt gearbeitet hat. Mehr als 30 Jahre lang hat Aschauer-Hundt hier Journalismus gemacht. Heute sind die Redaktionsräume an eine Musikschule vermietet. 2017 hat Camilla Hundt die Zeitung an einen großen Verlag verkauft.

Atmo 3: Verkehrsgeräusche**Sprecher:**

Bei einem Spaziergang durch Plettenberg erzählt mir Stefan Aschauer-Hundt von seiner Leidenschaft für den Lokaljournalismus.

O-Ton 03 Autor/Stefan Aschauer-Hundt:

Ich muss doch selber brennen für mein Ding. Und wenn ich das nicht tue und immer nur sage: Wir sterben, wir sterben, wie soll ich das denn zumuten als junger Mensch? Man muss doch, wenn man einen Beruf beginnt, die Perspektive haben, dass es 40 Jahre weitergeht, dass ich damit Geld verdienen kann. Und wenn wir immer nur sehen, es wird abgebaut... Hier, wo wir gerade sind, war hier die Westfälische Rundschau drin, die Konkurrenz Zeitung. // Das ist ja schon sehr bildlich mit verhangenen, mit Klebestreifen. // Tja...

Sprecher:

2013 hat die Westfälische Rundschau ihr Büro in Plettenberg geschlossen. Jetzt ist es abgeklebt, an der Schaufensterscheibe hängt ein Schild, auf dem nach Zeitarbeitern gesucht wird. Redaktionsschließungen sind zum Alltag geworden. In vielen Städten, in denen es früher noch zwei Zeitungen gab, lässt sich heute nur noch eine abonnieren – und diese wird dann oft mit Inhalten aus anderen Lokalzeitungen gefüllt.

O-Ton 04 a Journalismus-Professorin Wiebke Möhring:

Die Gründe, warum es den Lokalzeitungen derzeit nicht so gut geht, vor allen Dingen auch wirtschaftlich nicht so gut geht, sind ja wie immer nicht monokausal.

Sprecher:

Die Dortmunder Journalismus-Professorin Wiebke Möhring.

O-Ton 04 b Wiebke Möhring:

Wir sehen zum einen eine mangelnde Bereitschaft, für journalistische Produkte Geld auszugeben. Und das Abonnement der Tageszeitung hat inzwischen wirklich eine stolze monatliche Summe erreicht, so dass es immer weniger zahlende Print-Abonnentinnen und -Abonnenten gibt. Die Anzahl der digitalen Abonnenten ist nicht im gleichen Maße bisher gestiegen und insofern bricht einfach eine die wirtschaftliche Basis weg.

Sprecher:

Das sind die strukturellen Gründe, die mir Wiebke Möhring im Videocall mit SWR2 Wissen nennt. Doch schuldlos an der Entwicklung seien auch die Lokalzeitungen nicht.

O-Ton 05 Wiebke Möhring:

Sie haben sich darauf verlassen, dass das Produkt Zeitung insbesondere auch in der gedruckten Form ein Selbstläufer ist, weil wir einfach gleichzeitig ein sehr hohes Bedürfnis nach lokalen Informationen in allen Umfragen feststellen. Also ein Festhalten an einem veralteten Geschäftsmodell und auch möglicherweise eben an veralteten Produktionsprozessen.

Musikakzent**Sprecher:**

Lokalzeitungen haben vielerorts nicht mit der gesellschaftlichen Entwicklung Schritt gehalten. 2020 fand eine Umfrage heraus, dass bei 100 Regionalblättern in Deutschland die Chefredaktion zu 95 Prozent männlich besetzt war (1). Das spiegelt sich auch in den Stimmen wider, die ich für dieses SWR2 Wissens eingesammelt habe. Jahrzehntelang strichen die Eigentümer der Lokalzeitungen zudem hohe Renditen ein – und investierten kaum etwas davon. Gleichzeitig setzten sie auf kostenlose Inhalte im Internet, wollten Geld vor allem mit Anzeigen verdienen. Ein Fehler, wie sich heute zeigt. Die Anzeigenumsätze sind stark geschrumpft, von 4,8 Milliarden Euro 2006 auf zuletzt 1,8 Milliarden Euro jährlich.

Sprecher:

Wie sich das vor Ort auswirkt, zeigt mir Stefan Aschauer-Hundt in Plettenberg.

Atmo 3 b: Stadtrundgang Plettenberg**O-Ton 06 Stefan Aschauer-Hundt:**

Das ist der Maiplatz. Und wenn man sich jetzt hier umschaute, dann sieht man. Tja. Geschäfte. Die aber eigentlich keine Geschäfte für eine Zeitung sind, die keine örtlichen Werbeträger sind. Das, was hier nach Leben aussieht, ist auch Leben. Aber es ist kein Zeitungsleben. Hier vorne hat es ein gut gehendes Tapeten- und Farben-Geschäft gegeben. Die waren jeden dritten Tag mit einer Anzeige in der Zeitung. Irgendwann ist das zugemacht worden. Dann war es vorbei. Gegenüber, wo jetzt die Kneipe ist, war mal ein „1000 Hosen Haus“. Da, wo jetzt die Postfiliale ist, da ist mal gewesen ein Schreibwarengeschäft. Natürlich Inserenten. Das ist vorbei.

Sprecher:

In Plettenberg sind andere Unternehmen als Inserenten im Süderländer Tageblatt eingesprungen. Doch die meisten Lokalzeitungen können sich über Anzeigen kaum noch finanzieren, bräuchten also viel mehr verkaufte Abos, um bestehen zu können. Ihnen fällt es offenbar immer schwerer, die Leserinnen und Leser vom Wert ihrer Inhalte zu überzeugen. Wie wichtig die tägliche Arbeit von Lokalzeitungen ist, zum Beispiel für das demokratische Engagement von Bürgerinnen und Bürgern, belegen

Studien aus den USA (2). Ich rufe bei Klaus Meier an, Professor für Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

O-Ton 07 Klaus Meier, Professor für Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt:

Es gibt 200 Countys in den USA, wo es gar keine Lokalzeitung mehr gibt. Und Studien zeigen, dass dort eben ein Raum geöffnet wird für Aktivismus, also Aktivismus in verschiedenster Art. Das kann von den lokalen Behörden ausgehen, das kann von Unternehmen ausgehen, es kann aber auch von aktivistischen Bürgerinnen und Bürgern, von Parteien ausgehen. Und dass dann aber auch die Polarisierung zunimmt, also die Zersplitterung der Öffentlichkeit, dass man gar nicht mehr auf einen gemeinsamen Nenner kommt.

Sprecher:

Weitere Studien aus den USA kommen zu dem Ergebnis, dass die Ausgaben im öffentlichen Dienst steigen, wenn eine Lokalzeitung vor Ort fehlt, Leute seltener als Politiker kandidieren und es häufiger zu Wirtschaftskriminalität, Umweltverschmutzung und Verstößen gegen das Arbeitsschutzrecht kommt (3). Und eine Studie aus der Schweiz konnte nachweisen, dass mit dem Rückzug von Lokalredaktionen die Wahlbeteiligung sinkt (4). Lokaljournalismus ist also wichtig. Aber in 40 Prozent aller deutschen Kommunen droht in den kommenden fünf Jahren das wirtschaftliche Aus (5). Was tun die Verleger und Journalisten dagegen?

O-Ton 08 Wiebke Möhring:

Auch das gehört zur Lage der Lokalzeitung, dass ganz viel Umdenken auch in den Redaktionen stattfindet. Es werden neue Formate ausprobiert, es herrscht teilweise auch eine Aufbruchstimmung hinsichtlich neuer journalistischer Darstellungsformen und ein ausgeprägter Wunsch, auch zum Beispiel auf digitalen Wegen neue Zielgruppen auch im Lokalen zu erreichen.

Atmo 4: Bahnfahrt

Sprecher:

Das will ich mir in Münster genauer ansehen.

Atmo 5: Münster, Verkehrsgeräusche

Sprecher:

Hier, in einem mehrstöckigen Gebäude gegenüber dem Theater, hatte früher die Redaktion der Münsterschen Zeitung ihren Sitz, neben der Westfälischen Zeitung die zweite Lokalzeitung in Münster. Doch seit der Übernahme durch den Verlag Aschendorff Ende 2014 ist die Münstersche Zeitung nur noch eine Zombie-Zeitung, die aus unterschiedlichsten anderen Zeitungen zusammengesetzt wird. Die Redaktion, die hier früher untergebracht war, ist nicht etwa umgezogen: Sie gibt es einfach nicht mehr.

Ihren Platz hat eine Redaktion eingenommen, die Lokaljournalismus ganz anders denkt: RUMS, ein Start-Up.

O-Ton 09 Constanze Busch, Redaktionsleiterin RUMS, im Gespräch mit Autor:

Mein Name ist... Du musst mir auch sagen, wie laut ich sprechen soll. So ganz normal hier reinreden? Mein Name ist Constanze Busch, ich bin Redaktionsleiterin bei RUMS in Münster und hoffe, dass du mich jetzt ganz gut verstehen kannst. Klappt das so? // Ist super. // Soll ich lauter sprechen, langsamer sprechen? // Ist alles wunderbar.

Sprecher:

Constanze Busch hat ein Volontariat bei einer Lokalzeitung gemacht, noch einige Zeit dort gearbeitet, bevor sie zu RUMS wechselte. Beim Start-Up war sie von Anfang an dabei, erst im Lektorat, jetzt in der Redaktion.

O-Ton 10 Constanze Busch:

Ich habe heute recherchiert für den Brief, der am Freitag erscheinen wird und mich damit beschäftigt, dass ein Naturschutzbund aus Münster sich dagegen sträubt, dass die Stadt Greven neue Potenzialflächen ausweisen könnte für Windräder. Und die befürchten, dass die Vögel, die in diesen Naturschutzgebieten leben und hin und herfliegen zwischen verschiedenen Flächen, von diesen Windrädern gefährdet und getötet werden könnten. Und versuche jetzt gerade, dem Ganzen auf den Grund zu gehen.

Sprecher:

Das zeige durchaus beispielhaft, wie RUMS arbeitet, erklärt mir Redaktionsleiterin Busch.

O-Ton 11 Constanze Busch:

Ich arbeite jetzt an dieser Recherche schon einige Tage, nicht die ganze Zeit, von morgens bis abends, aber da stecken jetzt schon einige Stunden drin und da kommen jetzt auch noch einige. Und das ist eben das, was uns ausmacht, dass wir sehr viel Zeit in dieses Hauptthema stecken, so dass das der Kernpunkt unseres Briefes ist, dass das eben nicht so wie bei einer Lokalzeitung, wo man morgens kommt, und dann schreibt man irgendwie drei bis fünf Texte runter, die relativ kurz sind und für die man natürlich dann auch relativ wenig Zeit hat. Wir nehmen uns dann eher für ein Thema mehrere Tage Zeit.

Sprecher:

Entstanden ist RUMS aus der Unzufriedenheit mit den Lokalzeitungen in Münster. Das erzählt mir Gesellschafter Marc-Stefan Andres etwas später, nachdem er mich in ein noch ziemlich karges Büro geführt hat:

O-Ton 12 Marc-Stefan Andres, Gesellschafter RUMS:

Wir haben vor drei Jahren zum ersten Mal uns darüber unterhalten, dass es in Münster eine wirklich unzureichende Tageszeitungs-Situation gibt. Wir haben eine sehr einseitig berichtende Zeitung, die durchaus aus dem sehr konservativen Milieu kommt. Der Verleger ist eben sehr konservativ und die Redaktion dementsprechend auch. Der Verleger ist gleichzeitig auch Präsident der Industrie- und Handelskammer zum Beispiel. Der hat auch mehrere Posten, die sehr wirtschaftsnah sind. Und wir waren alle sehr, sehr unzufrieden mit der Zeitung.

Sprecher:

Deshalb hat sich Andres mit zwei Bekannten zusammengetan und ein Unternehmen gegründet. Das Ziel des Trios: eine neue Lokalzeitung für Münster machen. In mehreren Workshops fragten sie sich, wie diese Lokalzeitung aussehen könnte? Und kamen schließlich zu einem Ergebnis.

O-Ton 13 Marc-Stefan Andres:

Das ist die Idee, Lokaljournalismus ein bisschen stärker zu fokussieren auf die Kernthemen, die eine Stadt bewegen: Wirtschaft, Bildung, Soziales, Politik natürlich ganz, ganz vorneweg. Und ein bisschen weniger das zu machen, was in der Lokalzeitung sonst ganz oft steht, nämlich dieses viele Kleinklein, was man ja so kennt. Und das Format, was wir daraus entwickelt haben, ist der sogenannte Brief. Das ist eine E-Mail, die zweimal in der Woche kommt, dienstags und freitags.

Sprecher:

RUMS beschäftigt sich im Newsletter häufig mit Themen, die auch gesamtgesellschaftlich breit diskutiert sind: Klima, Mobilität, Wohnen. Besonders ist dabei auch die Art, Lokaljournalismus zu machen.

O-Ton 14 Marc-Stefan Andres:

Wo wir nicht hinkommen dürfen, ist, dass der Lokaljournalismus sich zu sehr gemein macht mit der Stadt. Das ist, finde ich auch ein großes Problem, weswegen viele Leute, glaube ich, Lokalzeitungen auch gar nicht ernst nehmen: Das ist diese extreme Nähe zwischen Verlagen, Redakteur*innen und Stadtgesellschaft. Also Termine, Pressekonferenzen, da geht man einfach gar nicht hin, sondern wir schauen nach, was die Themen sind, die wir finden, die wir setzen.

Sprecher:

10 Euro kostet der Newsletter im Monat, Kunden können freiwillig auch 15 oder 25 Euro zahlen. 2100 Abonnenten hat RUMS inzwischen. Kostendeckend ist das noch nicht, schließlich arbeiten etwa 15 Leute für das Start-Up.

O-Ton 15 Marc-Stefan Andres:

Wenn Sie dreieinhalbtausend haben, dann ist das System komplett finanzierbar. Und ich glaube vor allem auch, dass wir, wenn wir so ein Tipping Point erreicht haben, dass wir danach dann schneller wachsen können, weil wir dann natürlich die Redaktion vergrößern können.

Musikakzent**Sprecher:**

Andres schätzt, dass inzwischen in mehr als 100 Gemeinden und Städten neue Ideen für lokalen Nachrichten umgesetzt werden. Doch es gibt auch klassische Lokalzeitungen, die sich weiterentwickelt haben und mit den Anforderungen der Zeit mithalten können.

O-Ton 16 Benjamin Piel, Chefredakteur Minder Tagblatt:

Ja, ich stelle mich mal hier so ein bisschen tiefer und gehe so ein bisschen runter, dann liegt das hier. Dann bin ich auch relativ nah dran. Ist das eigentlich sozusagen,

wie Live on Tape? Oder wird es geschnitten? Das heißt also, wenn ich jetzt irgendwo mal einen Ausfall hätte, neu ansetzen. Das wäre möglich. Ja. Ja. Okay. Ja. Ja. Okay. Das ist gut zu wissen.

Sprecher:

Eine dieser Zeitungen ist das Minder Tagblatt, eine Lokalzeitung, die seit dem Jahr 1856 in einem Verlag in Familienbesitz erscheint. An einem Apriltag telefoniere ich mit Chefredakteur Benjamin Piel. Piel ist einer der profiliertesten und zugleich überzeugtesten Lokaljournalisten Deutschlands. Sein Name ist mir im Gedächtnis geblieben, seit er vor einigen Jahren in einer Lokalzeitung einen sehr berührenden Text über Sexualbegleitung von Menschen mit Behinderung geschrieben hat. Das Medium Magazin zählte ihn mehrfach zu den besten regionalen Chefredakteuren Deutschlands. Nach einem Volontariat bei der Schweriner Volkszeitung war Piel Redakteur und Chefredakteur der Elbe-Jeetzel-Zeitung. Seit 2018 ist er nun Chefredakteur in Minden.

O-Ton 17 Benjamin Piel:

Die journalistische Kompetenz, die wir da haben und die wir auch ausbauen müssen, die ist eigentlich wichtiger geworden, weil es viel mehr auf den Inhalt ankommt als vorher.

Sprecher:

Benjamin Piel setzt vor allem auf guten Journalismus. Eines seiner ersten Projekte zeigt anschaulich, wie Piel sich starken Lokaljournalismus vorstellt: Für einen Blog besuchte er in seinem ersten Jahr als Chefredakteur 200 Menschen im Verbreitungsgebiet. Viele dieser Menschen waren vorher noch nie im Mindener Tagblatt aufgetaucht.

O-Ton 18 Benjamin Piel:

Also ich glaube, man war da früher nicht immer so richtig gut in Kontakt. Da hat man glaube ich was vergessen. Oder was verloren zwischendurch mal. Nicht so zu denken, dass das so eine Einbahnstraße ist und irgendwie so auf die Leute das einfach regnen lässt. Und die müssen es dann aufnehmen. Sondern zu gucken, immer wieder nachzufragen: Was interessiert eigentlich die Leute, was kommt von denen zurück? Wo können wir auch mit deren Hilfe Dinge entdecken, die wir selbst vielleicht gar nicht wahrnehmen? Das halte ich für ganz, ganz, ganz wichtig.

Sprecher:

Auch der Journalistik-Professor Klaus Meier sieht in dieser engen Beziehung zu den Leserinnen und Leser einen Baustein für die Zukunft der Lokalzeitung.

O-Ton 19 Klaus Meier, Journalistik-Professor:

Erfolgreiche Lokalredaktionen haben sich geöffnet gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern, versuchen vielfältige Möglichkeiten des Mitmachens von Themen, Vorschlägen, also wir kommen ja vom Forum, vom Leserbrief, letztlich aber, dass man weit darüber hinaus eben auch Themenvorschläge diskutiert, mit Lesern auch annimmt, dass man eben in einem ständigen Dialog und Austausch ist, vielleicht Leserinnen und Leser auch mal in Redaktionskonferenzen einlädt, Feedbackrunden

mit Lesern organisiert, dass man so einfach in einem ständigen Gespräch ist. Das, denke ich, ist zukunftsfähig, Menschen mit einbeziehen in den Lokaljournalismus.

Sprecher:

Immer wieder, erzählt mir Piel, würden in seiner Redaktion Themen aus dem Gespräch mit Bürgern entstehen. Zum Beispiel aus dem mit einer Rollstuhlfahrerin, die der Redaktion nahelegte, doch mal die mangelnde Barrierefreiheit vieler Bahnhöfe in der Region zu betrachten.

O-Ton 20 Benjamin Piel:

Vorher war es ja doch häufig so, dass man Interessengruppen einfach abbilden musste, weil die da rein wollten und auch drauf angewiesen waren. Und dann hat man von Veranstaltungen berichtet und hat irgendwie vom Terminkalender gelebt und da war eigentlich die journalistische Kompetenz gar nicht so gefragt. Während hingegen heute wir immer wieder feststellen und das ist eigentlich ein ermutigendes Signal: Je explosiver eine Geschichte ist, je besser wir recherchieren, je mehr und besser wir ein Thema treffen, das Leute beschäftigt, desto stärker wird das wahrgenommen.

Sprecher:

Für diese Recherchen braucht es ein gutes Team. Er sei froh, dass seine Redaktion mit 40 Redakteurinnen, Fotografen, Layoutern, Archivarinnen gut besetzt sei.

O-Ton 21 Benjamin Piel:

Das ist eine Ausstattung, mit der wir wirklich gut arbeiten können und dann auch vernünftigen Job machen können. Aber, so ehrlich muss man sein, in der Branche gibt es auch viele Redaktionen, die über die Zeit total ausgeblutet sind.

Sprecher:

Diese Redaktionen geraten in einen Teufelskreis: Um ihre Position in der Region zu behaupten und Abonnenten zu gewinnen, benötigen sie gute Recherchen. Doch diese Recherchen können sie nicht liefern, weil ihnen nach vielen Spareinschnitten die Leute fehlen. Die Corona-Pandemie sei da eine Chance gewesen, weiß Journalismus-Professor Klaus Meier.

O-Ton 22 Klaus Meier:

Da gab es wenige offizielle Termine, wenige Veranstaltungen. Das heißt, die Lokalredaktionen konnten gar nicht diesen Eliten-orientierten Termin Journalismus liefern, sondern sie hatten Zeit, Geschichten zu recherchieren, mit Menschen zu sprechen, die vor allem jetzt natürlich auch von der Pandemie betroffen waren. Und man konnte schon sehen, dass der Lokaljournalismus an vielen Ecken auch sogar besser war als der überregionale Journalismus, der ja eigentlich, der nationale Journalismus, sehr stark auch an den politischen und ideologischen Eliten geklebt hat. Ich würde mir wünschen, dass wir diesen Weg weiter beschreiten, dass lokale Journalisten, Lokalredaktionen frei werden, eigene Geschichten zu recherchieren und dass dieser Termin-Journalismus, dieser Chronist des Tagesgeschehen ist, den man sich ja auch erwartet vom Lokaljournalismus, dass der vielleicht anders abgedeckt werden kann.

Musikakzent

Sprecher:

Doch die Entwicklungen der vergangenen Monate – die Pandemie, der Ukraine-Krieg, die Energiekrise – haben den Lokalzeitungen noch einmal zugesetzt. Die Preise für Papier und Zustellung steigen. Deswegen hat der Bundesrat im September 2022 die Regierung dazu aufgefordert, ...

Zitatorin:

... schnellstmöglich Maßnahmen zu ergreifen, um die flächendeckende Versorgung mit Presseerzeugnissen weiterhin gewährleisten zu können.

Sprecher:

Freie Medien seien ein wesentliches Element der demokratischen Ordnung, so der Bundesrat. Daher soll die Bundesregierung zeitnah ein Förderkonzept vorlegen, ...

Zitatorin:

... das eine unabhängige journalistische Tätigkeit von Lokalzeitungen auch zukünftig sichert.

O-Ton 23 a Benjamin Piel:

Ich war immer der festen Überzeugung, dass es sehr viel besser ist, auf eigenen Füßen zu stehen und von keiner Förderung abhängig zu sein.

Sprecher:

Doch der Chefredakteur der Minder Zeitung, Benjamin Piel, hat umgedacht.

O-Ton 23 b Benjamin Piel:

Inzwischen muss ich sagen, ich stehe da nicht mal auf so ganz festem Grund. Inzwischen sage ich: Ja, wenn es denn gar nicht mehr anders geht, wenn das Geschäftsmodell eben nicht ins Laufen kommt. Wenn Leute nicht bereit sind zu sagen zehn, 20 Euro im Monat, die habe ich dafür, um das zu finanzieren, dann wäre es mir lieber, so will ich es mal sagen, wäre es mir lieber, Subventionen zu bekommen, als dass ich sagen würde: „Ja gut, dann muss Lokaljournalismus eben sterben.“

Sprecher:

Diskussionen um staatliche Förderung des Lokaljournalismus hat es in den vergangenen Jahren in Deutschland immer wieder gegeben. Häufig sei es dabei aber um Vertriebs-Förderung gegangen, erläutert der Journalismus-Professor Klaus Meier: Wer viel Auflage hat, bekommt viel Geld.

O-Ton 24 Klaus Meier:

Und das ist das Schlechte, weil wir brauchen nicht Vertriebs-Förderung, sondern wir brauchen Journalismus-Förderung. Und das ist noch nicht angekommen in der deutschen Medienpolitik. Das ist ja die Crux, die wir immer lösen müssen. Wie kann staatliche Presseförderung politisch unabhängig verteilt werden? Die

Zeitungsverleger würden es halt an der Auflage festmachen, ich würde es gerne an gutem Lokaljournalismus festmachen.

Sprecher:

Immer wieder belegen Studien, dass die Bürger in Deutschland großes Interesse an lokalen Nachrichten haben. In Orten, in denen die Lokalzeitungen auf dem Rückzug sind, versuchen andere, sich in diese Lücke zu drängen: Facebook-Gruppen zum Beispiel. Oder die Presseabteilungen der Städte und Gemeinden.

O-Ton 25 Klaus Meier:

Wir beobachten in der Tat, dass etliche Städte und Gemeinden die Öffentlichkeitsarbeit ausbauen, gerade im digitalen Bereich. Ich bin da sehr skeptisch. In der Regel ist es eben so, dass die sehr einseitig ist, dass sie eben Positionen vom Bürgermeister, zum Beispiel von der Mehrheitsfraktion transportiert, dass sie eben ganz bestimmte Themen lanciert werden, andere, die etwas unangenehm sind für die Gemeindeverwaltung, gar nicht gespielt werden.

Atmo: Zeitungsdruck

Sprecher:

Umso wichtiger sind gute Lokalzeitungen, meint Meier.

O-Ton 26 Autor/RNZ-Mitarbeiter:

Hallo. // Zu wem wollen Sie? // Zum Herrn Welzel von der Rhein-Neckar-Zeitung. // Wissen Sie, wo der ist? // Ja, der kommt mich jetzt holen. // Ja, dann ist alles klar.

Sprecher:

Eine dieser Zeitungen besuche ich in Heidelberg. Hier in einer Nebenstraße der Fußgängerzone hat die Rhein-Neckar-Zeitung ihren Sitz.

Es ist ein Abend im September. Chefredakteur Klaus Welzel holt mich am Eingang ab, dann eilt er durch die Gänge: Gleich beginnt die abendliche Blattabnahme.

O-Ton 28 Klaus Welzel, Chefredakteur Rhein-Neckar-Zeitung im Gespräch mit Autor:

Jetzt hängen wir hier die Zeitung auf. Ich weiß gar nicht, wie viele Kollegen jetzt da sind. Und dann gehen wir über die Seiten rüber. Da ist dann Redaktionsschluss 19.30 Uhr. Dann kommt der Printredaktionsschluss um 22:15 Uhr. // Das machen auch jeden Abend Sie? // Ja, Blattabnahme ist schon was Wichtiges.

Sprecher:

Die Redakteure und Redakteurinnen kommen in den Konferenzraum.

Atmo 7: Konferenz Rhein-Neckar-Zeitung

Sprecher:

Es geht um den Familiennachzug einer afghanischen Familie, eine Plakatkampagne der Stadt, kostenlose Tampons und Binden in Heidelberger Schulen.

Atmo 8: Konferenz Rhein-Neckar-Zeitung

Sprecher:

Immer wieder versuchen die Redakteure und Redakteurinnen, auch aus überregionalen Nachrichten das Wichtige für die Menschen in Heidelberg herauszufiltern. Das funktioniert gut, erklärt mir Chefredakteur Klaus Welzel später in seinem Büro.

O-Ton 29 Klaus Welzel:

Wir haben jeden Monat so um die 150 neue Abonnenten. Diese 150 neuen Abonnenten sind schon so ein bisschen Mutmacher. Nicht so, man hat einen großen Abonnentenstamm und die gehen jetzt ins Altersheim oder sterben oder ziehen weg, sondern es kommen auch Menschen hierher, die uns auch abonnieren.

Musikakzent

Sprecher:

Mehr als zwei Drittel der Zeitungsleser und -leserinnen in Deutschland sind älter als 50 Jahre. Doch der Rhein-Neckar-Zeitung gelingt es auch, jüngere Leser zu gewinnen.

O-Ton 30 Klaus Welzel:

Bei den Lesern haben wir auch teilweise ein deutlich jüngeres Publikum. Wir stellen das immer wieder fest, wenn man so eine Veranstaltungsreihe jetzt hier in der Stadt Heidelberg hat und da haben wir auf dieser Seite eben ein Tagesticket mit Foto, das prominenteste, was es gibt. Und die Studierenden legen immer sehr viel Wert darauf, dass, wenn sie eine Veranstaltung machen, dass sie in dieses Tagesticket kommen.

Sprecher:

Klaus Welzel ist überzeugt, dass seine Zeitung sicherlich noch die nächsten 20, 30 Jahre bestehen könne. Eine Prognose, die wohl kaum ein anderer Chefredakteur einer deutschen Lokalzeitung abgeben würde.

O-Ton 31 Autor im Gespräch mit Klaus Welzel:

Wie ist es bei Ihnen, das Verhältnis Online-Print. Was machen Sie da anders? Und können Sie da Geld verdienen? Oder funktioniert das noch nicht so richtig? // Ja, wir verdienen Geld, aber weniger als Print. Wir nutzen alle Mittel, die wir haben. Wir bedienen alle Social Media Kanäle, die gerade gängig sind. Wir machen Videos und Podcasts. Also es gibt einen ganz einfachen Corona Podcast, da stellt man wirklich nur das Mikro hin und stellt Fragen. Der läuft sehr gut. Aber wir machen auch andere relativ aufwendig produzierte Podcasts und die lohnen sich auch. Das ist ganz erstaunlich.

Sprecher:

Klaus Welzel ist seit 1986 bei der Rhein-Neckar-Zeitung. Damals, sagt er, hätten er und die Redaktion sich halt „vorgestellt“, was ihre Leser interessiert. Und wenn es dann richtig gut wurde oder richtig daneben ging, kam mal ein Leserbrief. Das ist

heute anders. Welzel und sein Team verfolgen sehr genau, was zum Beispiel die Besucher der Webseite interessiert – und was nicht.

O-Ton 32 Klaus Welzel:

Also es ist einfach so: 60, 70 Prozent bei uns nutzen unsere Inhalte per Smartphone. Wir wissen natürlich, kein Mensch scrollt am Smartphone endlos nach unten. Das heißt, wir haben sechs oder sieben Gelegenheiten, um Themen zu setzen. Die ersten sechs oder sieben Themen von oben müssen sitzen. Ansonsten funktioniert das Ganze nicht. Das ist ein starker inhaltlicher Eingriff. Natürlich achten wir dann darauf, dass wir auch Themen nach oben nehmen, die sozusagen uns wichtig sind. Aber was nützt die edel gemachteste Seite, wenn sie nicht angeschaut wird?

Sprecher:

Zu welcher Uhrzeit ist ein Text besonders erfolgreich? Was wollen die Heidelbergerinnen und Heidelberger an einem Montag lesen? Und was an einem Samstag? Das sind die Fragen, die sich die Rhein-Neckar-Zeitung – neben den journalistischen – vor der Veröffentlichung eines Artikels stellt.

O-Ton 33 Klaus Welzel:

Zeitung hat Zukunft, egal in welcher Form. Und bei der gedruckten Zeitung würde ich sagen, die hat auch Zukunft. Vielleicht nicht sechs Tage die Woche. Da bin ich mir nicht sicher. Wir erscheinen sechs Tage die Woche, könnte ich mir vorstellen, dass man irgendwann... die taz geht jetzt gerade auf einmal die Woche, dass sich das irgendwie langfristig durchsetzt, wäre möglich. Aber dieser Wert einer gedruckten Zeitung, der ist wirklich enorm wichtig.

Musikakzent

Sprecher:

In Heidelberg endet meine Reise. Ich erinnere mich, wie ich vor zehn Jahren die Lokalzeitung verließ, um zu studieren. Schon damals wurde gesagt: „Die Lokalzeitung ist tot.“ Jetzt, am Ende meiner Recherche, stelle ich fest: Nein, das ist sie nicht. Doch sie muss sich weiterentwickeln. Und das geht nur mit engagierten Reporterinnen und Reportern und einer gesunden finanziellen Basis.

Abspann:

SWR2 Wissen (mit Musikbett)

Sprecher:

„Lokalzeitung neu gedacht – Mehr Recherchen, Blogs und Leserbindung“. Von Marc Bädorf. Sprecher: Andreas Helgi Schmid. Redaktion: Sonja Striegl, Regie: Günter Maurer.

Abbinder

Endnoten:

https:

(1) //www.pro-quote.de/wp-content/uploads/2021/02/Proquote_Online-Interviewstudie.pdf

https:

(2) //www.pewresearch.org/journalism/2016/11/03/civic-engagement-strongly-tied-to-local-news-habits/; https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10584609.2012.762817

https:

(3) //papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3175555;
https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1078087419838058;
https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=60742

https:

(4)

//www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17457289.2018.1442344?forwardService=showFullText&tokenAccess=66B9ZZdQddN7uSNQ2Aa5&tokenDomain=eprints&doi=10.1080%2F17457289.2018.1442344&doi=10.1080%2F17457289.2018.1442344&journalCode=fbep20

https:

(5) //kommunal.de/lokalzeitungen-vor-dem-Aus