

Rheinische Friedrich-Wilhelms Universität Bonn  
Geographisches Institut

**Lokale Leser als lokale Berichterstatter?**  
**Potenzial und Einbindungsmöglichkeiten lokaler Leser für die zukunftsfähige  
Gestaltung lokaler Tageszeitungen am Beispiel des General-Anzeigers Bonn.**  
Exposé zur Masterarbeit

Vorgelegt von  
Kathrin-Alessa Weber  
Matrikelnummer: 2042659  
Studiengang: M. Sc. Geographie

## 1. Größerer Problemzusammenhang

Das „Rauschen im Blätterwald“ wird leiser. Während Abonnenten- und Leserzahlen lokaler Tageszeitungen sinken, wachsen die ökonomischen Herausforderungen für lokale Printmedien (Bode 2010). Konsequenz dieser Entwicklung ist eine zunehmende räumliche Konzentration der Presse und damit einhergehend die vermehrte Kooperation von Verlagen. Diese wiederum hat den Verlust der Vielfalt insbesondere lokaler und sublokaler Berichterstattung zur Folge.

Dabei ergab die Befragung des Bundes Deutscher Zeitungsverlage (BDZV), dass das Interesse an „lokalen Berichten aus Ort und Umgebung“ ungebrochen ist. Über 80% der Befragten gaben an den Lokalteil „im Allgemeinen immer“ zu lesen. Der Lokalteil ist also nach wie vor das Alleinstellungsmerkmal deutscher Tageszeitungen (Bode 2010). Es entwickelt sich also ein Teufelskreis, der sich sowohl zu Lasten der ökonomischen Beschaffenheit der Lokalzeitungen als auch der Vielfalt der lokalen Berichterstattung auswirkt.

In seiner Studie zu den „Einflussfaktoren auf die Abonnementsentscheidung bei lokalen Tageszeitungen“ aus dem Jahr 2003 benennt Rinsdorf als Hauptkriterium bei der Entscheidung für oder gegen ein Abonnement, ob der potenzielle Abonnent einer Tageszeitung seine persönliche Zukunft in der Region sieht. Damit weist er auf die besondere Relevanz der lokalen Verankerung hin, die durch Rougers soziologischen Ansatz noch erweitert werden kann: Dieser sieht die Funktion der lokalen Berichterstattung darin den Gebietsbezug täglich zu rekonstruieren und den Konsumenten damit die Möglichkeit zu bieten sich als Teil der lokalen Gesellschaft zu definieren. Die überregionale Berichterstattung bietet seiner Meinung nach eher die Möglichkeit sich über die dort vermittelten ideologischen Standpunkte als Mitglied einer nationalen Gesellschaft zu interpretieren (Rouger 2008).

Chmielewski (2011) ergänzt, dass aktuelle Globalisierungsprozesse zur wachsenden Mobilität der Gesellschaft führen und eine zunehmende Entwurzelung von Individuen zu Folge hätten. In einem solchen Kontext sei fraglich, wie lange eine kritische Masse lokaler Leser noch zu erreichen sei (Chmielewski 2011).

Einen berechtigten Einwand gegen diese Argumentation liefern die Ausführungen von Welker und Ernst (2012). Im Gegensatz zu Chmielewski beschreiben sie das Erstarken des Lokalen durch die Globalisierung. Durch die zunehmende Mobilität und Entwurzelung der Gesellschaft wachse der Wunsch nach Halt und Orientierung. Durch die Konstruktion von Raum als ‚Heimat‘ könne diesem Wunsch nachgegangen

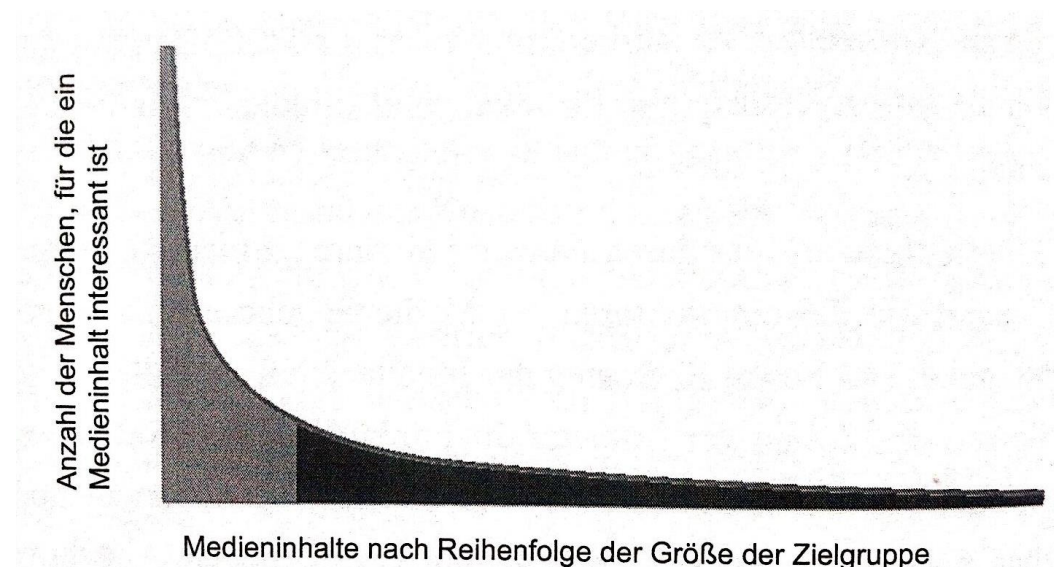
werden. In diesem Zusammenhang sei eine verstärkte sozio-kulturelle Einbindung in den Kontext der eigenen Region entscheidend. Diese gehe einher mit dem Wunsch nach umfassender Hintergrundinformation zu Vorgängen im regionalen Umfeld und steigere somit das Interesse an lokaler Berichterstattung (Welker u. Ernst 2012: 155). Es wird deutlich, dass eine Wechselwirkung zwischen lokaler Identifikation, dem Wunsch nach lokalen Informationen und lokaler Berichterstattung besteht. In diesem Fall kann lokale Berichterstattung zweierlei Wirkung erzielen:

- a) durch ein umfangreiches Informationsportfolio über Vorgänge in der Region informieren und damit den Lokalbezug der Leser stärken und
- b) durch einen gestärkten Lokalbezug das Interesse an lokalen Themen steigern und dadurch Leserzahlen sichern.

Durch die eingangs beschriebenen ökonomischen Engpässe und die daraus resultierende Kooperation verschiedener Verlage bei der lokalen Berichterstattung, ist die Bereitstellung eines solchen Angebots für lokale Tageszeitungen jedoch kaum leistbar. Bei der Themenauswahl muss entsprechend darauf geachtet werden eine möglichst breite Klientel anzusprechen. Anderson (2004) spricht in diesem Zusammenhang von so genannten ‚Blockbuster-Medieninhalten‘.

Daran anschließend gibt es ‚long tail‘ Meldungen, die von einer deutlich kleineren Zielgruppe nachgefragt werden. Abbildung 1 stellt diesen Zusammenhang schematisch dar.

**Abb. 1: Blockbuster (grau) und Long-Tail Medieninhalte (schwarz)**



Quelle: Anderson 2004

Aus dem Problemzusammenhang zwischen neuen ökonomischen Herausforderungen, der Einschränkung des bedienbaren Themenspektrums und der Notwendigkeit Leser zu binden, wird deutlich, dass die Entwicklung alternativer Strategien zur lokalen Berichterstattung unumgänglich ist. Doch welche Möglichkeiten sind denkbar?

Rinsdorf (2003) kam in seiner Studie zu dem Ergebnis, dass die Ausprägung der lokalen Verankerung und lokalen Identität der Leser ein entscheidender Faktor bei der Entscheidung für ein Abonnement ist. Dabei greift er auf Weichharts Definition zurück, die ‚lokale Identität‘ beschreibt, als die

*„gedankliche Repräsentation und emotional-affektive Bewertung jener räumlichen Abschnitte von Umwelt, die ein Individuum in sein Selbstkonzept einbezieht und als Teil seiner selbst wahrnimmt. Auf der Ebene sozialer Systeme verweist der Begriff auf die Identität einer Gruppe, die einen bestimmten Raumausschnitt als Bestandteil des Zusammengehörigkeitsgefühls wahrnimmt, der funktional als Mittel der Ausbildung von Gruppenkohärenz wirksam wird und damit ein Teilelement der ideologischen Repräsentation des „Wir-Konzepts“ darstellen kann“* (Weichhart 1990: 23).

Lokale Identität führt also sowohl zu individueller als auch gruppenbezogener Identifikation mit Raum. Dabei setzt die „Repräsentation eines ‚Wir-Konzepts“ die Integration in eine oder mehrere lokale Gruppen voraus. Zu Vorgängen innerhalb dieser Gruppen verfügen die Teilnehmer über ein weit größeres Wissensspektrum als Journalisten es in kurzer Zeit erfassen können. Gleichzeitig prägen diese Vorgänge den lokalen Raum und können die Grundlage für so genannte „long-tail“ – Meldungen darstellen. Eine starke lokale Bindung impliziert also gleichzeitig lokale Expertise. Diese kann für lokale Tageszeitung gleich doppelt von Nutzen sein:

1. zur Erweiterung des Themenspektrums und
2. zur Stärkung der lokalen Identität und damit zur Leserbindung.

Das Potenzial der Leser wurde von der aktuellen Leserforschung bereits erkannt. Die Entwicklung von Möglichkeiten zur Einbindung der Leser in die Berichterstattung steckt hingegen noch in den Kinderschuhen. Die Leserreportagen der Bildzeitung, die Internetplattform myheimat.de und die Leserseite der Zeit sind nur drei Beispiele in diesem Zusammenhang, die aufzeigen, welche Möglichkeit zur Einbindung von

Lesern bereits bestehen. Hier wurde das Potenzial lokaler Experten erkannt und auf unterschiedliche Weise zur Abdeckung des Long-Tail genutzt.

In der geplanten Arbeit soll am Beispiel des General-Anzeiger Bonn, einer lokalen Tageszeitung, untersucht werden, inwieweit derzeit ‚Blockbuster-Medieninhalte‘ identifiziert werden und wo Leserwünsche von der aktuellen Themenauswahl abweichen. Zudem soll das Interesse der Leser eigenständig als Berichtersteller in Erscheinung zu treten erfragt und bevorzugte Umsetzungsstrategien herausgearbeitet werden.

Kernthese der geplanten Arbeit ist, dass die Entwicklung von Strategien zur erfolgreichen Einbindung dieser lokalen Experten ein entscheidendes Element für die zukunftsfähige Gestaltung lokaler Tageszeitungen darstellt. Zur Untersuchung dieser These werden folgende Leitfragen dienen:

## **2. Ziel und Leitfragen**

Zielsetzung:

Ziel der geplanten Arbeit ist es anhand der erhobenen Daten Handlungsempfehlungen zu entwickeln, die zur zukunftsfähigen, leserorientierten Strukturierung lokaler Tageszeitungen beitragen können. Am Bonner General-Anzeiger soll zudem beispielhaft aufgezeigt werden, welche Vorteile und Risiken die Einbindung von Lesern in die lokale Berichterstattung bietet und welche konkreten Umsetzungsmöglichkeiten empfehlenswert erscheinen.

Zur Umsetzung dieser Zielsetzung werden sechs Leitfragen formuliert. Leitfragen:

1. Nach welcher Logik erfolgt die Themenauswahl bei lokalen Tageszeitungen und welche Unterschiede gibt es diesbezüglich bei Online-Berichterstattung und gedruckter Fassung?
2. Welche Themenwünsche haben lokale Leser?
3. Wo liegen die Schnittpunkte zwischen angebotenen und nachgefragten Themen der Lokalberichterstattung, wo gibt es Diskrepanzen?
4. Welche pro-aktiven Formen der Leserbeteiligung gibt es bereits?
5. welche Formen der Leserbeteiligung sind für welche Themen aus Sicht der Leser wünschenswert?

6. Welche Handlungsempfehlungen lassen sich aus den generierten Daten für den General-Anzeiger Bonn hinsichtlich der Themenauswahl und einer stärkeren Leserbeteiligung ableiten?

### **3. Methodische Herangehensweise**

Geplant ist eine zweigliedrige Strukturierung der Arbeit. Angefangen wird mit einem theoretisch-deskriptiven Teil auf dessen Grundlage die Ergebnisse aus der folgenden empirischen Arbeit ausgewertet und interpretiert werden können. Im zweiten Teil wird der General-Anzeigers Bonn (GA) als Fallbeispiel für die empirische Untersuchung ausgewählt. Während für den ersten Teil der Arbeit eine reine Literaturrecherche und -auswertung vorgesehen ist, bietet sich zur Operationalisierung der Fragestellungen zum zweiten Teil ein qualitatives Verfahren an. Dabei unterscheiden sich die methodischen Verfahren je nach Fragestellung. Im Folgenden wird für jede der in 2. vorgestellten Leitfragen die geplante Methode vorgestellt.

*Frage 1: Nach welcher Logik erfolgt die Themenauswahl bei lokalen Tageszeitungen und welche Unterschiede gibt es diesbezüglich bei Online-Berichterstattung und gedruckter Fassung?*

Die für die Themenwahl ausschlaggebenden Kriterien sollen im Rahmen zweier leitfadengestützter Experteninterviews herausgearbeitet werden. Da ein Vergleich zwischen online und print-Version geplant ist, soll sowohl der Chefredakteur der Printausgabe, Andreas Tyrock, als auch der Bereichsleiter online, Wolfgang Schmitz-Vianden, befragt werden. Anhand der Ergebnisse werden Themenblöcke gebildet, denen die erscheinenden Artikel zugeordnet werden können.

Die Experten werden gebeten eine Priorisierung der Themenblöcke vorzunehmen, die der Auswahl zu veröffentlichender Artikel entspricht.

*Frage 2: Welche Themenwünsche haben lokale Leser?*

In Rahmen von Gruppeninterviews sollen insgesamt 5 Gruppen zu je 10 bis 15 Lesern dazu befragt werden, welche Themen sie in lokalen Medien besonders interessieren. Die Erarbeitung der Themenwünsche ist in drei Schritte unterteilt:

1. Erinnerungen aus Artikeln der beiden letzten Ausgaben

2. Ausgabe der 3. und 4. letzten Ausgabe: Welche Artikel wurden an- / welche zu Ende, welche gar nicht gelesen? Warum?
3. Anschließend werden entsprechend der Themenpriorisierung der Experten Artikel vorgelegt. Bei der Auswahl werden Artikel des GA mit weiteren Berichten aus anderen regionalen Zeitungen gewählt. Erinnern sich die Befragten? Würden sie die Artikel lesen? Warum (nicht)?

*Frage 3: Wo liegen die Schnittpunkte zwischen angebotenen und nachgefragten Themen der Lokalberichterstattung, wo gibt es Diskrepanzen?*

Zur Beantwortung dieser Frage ist ein Vergleich der Ergebnisse zu Fragen 1 und 2 vorgesehen.

*Frage 4: Welche pro-aktiven Formen der Leserbeteiligung gibt es bereits?*

Entsprechende Daten werden über eine Internet- und Literaturrecherche generiert.

*Frage 5: Welche Formen der Leserbeteiligung sind für welche Themen aus Sicht der Leser wünschenswert?*

Im Rahmen der geplanten Gruppendiskussion bildet die Datenerhebung zu dieser Frage den letzten Abschnitt. Auf Grundlage der Ergebnisse zu Frage 4 sollen aus Lesersicht wünschenswerte Strategien für den GA erarbeitet werden. Anhand folgender Leitfragen soll durch die Gruppendiskussion geführt werden:

1. Besteht ein grundsätzliches Interesse an eigenständiger Berichterstattung?
2. Welche Methoden sind den Lesern bereits bekannt?
3. Einstreuen weiterer Methoden, falls nötig
4. Welche der diskutierten Methoden würden Leser selber nutzen? Warum?
5. Welcher der vorher ausgegebenen Artikel würden die Leser welcher Methode zuordnen? Warum?

*Frage 6: Welche Handlungsempfehlungen lassen sich aus den generierten Daten für den General-Anzeiger Bonn hinsichtlich der Themenauswahl und einer stärkeren Leserbeteiligung ableiten?*

Aus den Erkenntnissen der empirischen Untersuchung sollen abschließend Handlungsempfehlungen abgeleitet werden.

## **Gliederungsentwurf**

### **I. Einführung**

1. Problemstellung und Zielsetzung
2. Einordnung in die Geographie

### **II. Aktueller Forschungsstand zur lokalen Medien- und Leserforschung**

1. Räumliche Struktur, Funktion und thematische Logik lokaler Tageszeitungen
  - 1.1 Funktion lokaler Berichterstattung
  - 1.2 Räumliche und inhaltliche Grenzen des Lokaljournalismus'
    - 1.2.1 Räumliche Verteilung lokaler Tageszeitungen in Deutschland
    - 1.2.2 Struktureller Aufbau lokaler Tageszeitungen (Mantelteil, Lokalteil, Anzeigenteil, etc)
  - 1.3 Themenauswahl
    - 1.3.1 Auswahllogik für die Themen gedruckter Tageszeitungen
    - 1.3.2 Auswahllogik für Themen im Online-Bereich
  - 1.4 Die Schaffung von Realitäten durch die systeminterne Logik von Zeitungen
2. Struktur lokaler Leser
  - 2.1 Merkmale lokaler Leser
    - 2.1.1 Lokale Verankerung und lokale Identität
    - 2.1.2 Lokale Identität- eine Aussterbende Art?
  - 2.2 Lokale Identitäten - lokale Experten?
3. Lokale Leser in der lokalen Medienwelt
  - 3.1 Aktueller Forschungsstand und Methoden zur Leserforschung
  - 3.2 Auswirkungen zunehmender Lesermobilität auf lokale Tageszeitungen
  - 3.3 (Re-)Produktion lokaler Identität durch lokale Tageszeitungen



3.4 Formen der Einbindung lokaler Leser in die  
Berichterstattung lokaler Tageszeitungen

4. Zwischenfazit: Wie kann die Expertise lokaler Identitäten für lokale Tageszeitungen nutzbar gemacht werden?
5. Methodische Herangehensweise

**III. Ergebnisse der empirischen Untersuchung**

1. Der General-Anzeiger als Beispiel einer lokalen Tageszeitung
  - 1.1 Allgemeiner Aufbau des General-Anzeigers
  - 1.2 Themenauswahl im Lokalteil Print
    - 1.2.1 Im gesamten Verbreitungsgebiet
    - 1.2.2 Bei sublokaler Berichterstattung
    - 1.2.3 Die Stadtteiloffensiven
  - 1.3 Themenauswahl Online-Berichterstattung?
  - 1.4 Kriterien für die Themenauswahl im Online- und Print-Bereich.  
Eine Gegenüberstellung
2. Der lokale Leser
  - 2.1 Ortsgebundenheit lokaler Leser des General-Anzeigers
  - 2.2 Wahrgenommene Repräsentation durch den GA
  - 2.3 Lesererwartungen: Übereinstimmung und  
Ergänzungsvorschläge bei der Themenwahl
  - 2.4 Interesse als Berichterstatter tätig zu werden
  - 2.5 Favorisierte Medienform für die Berichterstattung

**IV. Fazit: Potenzial und Einbindungsmöglichkeiten lokaler Leser für die zukunftsfähige Gestaltung lokaler Tageszeitungen am Beispiel des General-Anzeigers Bonn**

**4. Zeitplan**

Der vorgegebene zeitliche Rahmen für die Masterarbeit beträgt 6 Monate (24 Wochen). Die folgenden Wochenangaben beziehen sich auf die Zeit ab der Anmeldung.

+ 4 Wochen

- Literaturrecherche
- Vorbereitung der qualitativen Interviews

+ 4 Wochen (8. Woche)

- Fortsetzung Literaturrecherche
- Durchführung und Auswertung der Interviews
- Vorbereitung und Versendung der Fragebögen

+ 4 Wochen (12. Woche)

- Rücklauf der Fragebögen abwarten
- Theoretisch-deskriptiven Teil fertig schreiben

+ 3 Wochen (15. Woche)

- Auswertung der Fragebögen

+ 4 Wochen (19. Woche)

- Auswertung beenden
- schreiben des empirischen Teils

+ 1 Woche (20. Woche)

- setzen lassen

+ 1 Woche (21. Woche)

- Überarbeitung

+ 1 Woche (22. Woche)

- drucken

+ 2 Wochen (24. Woche)

- Puffer

➔ Abgabe

## 5. Literatur

- Anderson, C. (2004): *The Long Tail*. New York.
- Baran, S.J. u. D.K. Davis (2006): *Mass communication theory. Foundations, ferment and future*. 4. Aufl. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- Blotevogel, H.H. (1984): Zeitungsregionen in der Bundesrepublik Deutschland. Zur räumlichen Organisation der Tagespresse und ihren Zusammenhängen mit dem Siedlungssystem. In: *Erdkunde* 38, S. 79-93.
- Bode, V. (2010): Rauschen im Blätterwald – deutsche Zeitungslandschaft im Wandel. In: Knappe, E. u. E. Müller (Hrsg.): *Von der Feldforschung zur Planungspraxis – geographische Tätigkeitsfelder*. Aufsatzsammlung zum 70. Geburtstag von Professor Dr. Hanns J. Buchholz. Leipzig. S. 107-120.
- Chemielewski, D. (2011): *Lokale Leser. Lokale Nutzer. Informationsinteressen und Ortsbindung im Vergleich*. Eine crossmediale Fallstudie. Köln.
- Couldry, N. u. A. McCarthy (2004): *Orientations: Mapping MediaSpace*. In: *MediaSpace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. London. S.1-18.
- Curran, J. (2005): *What democracy requires of the media*. In: Geneva Overholser (Hrsg.): *The press*. New York: Oxford University Press, S.120-140
- Curran, J. (2007): *Reinterpreting the democratic roles of the media*. In: *Brazilian Journalism Research* 3 (1), S. 32-54.
- Curran, J.; Iyengar, S.; A. Brink Lund u. I. Salovaara-Moring (2009): *Media system, public knowledge and democracy. A comparative study*. In: *European Journal of Communication* 24 (1), S. 5-26.
- Döring, J. u. T. Thielmann (2008): *Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld.
- Gerth, M.A. (2012): *Making Regional New. Ökonomische und publizistische Bedeutung politischer Berichterstattung für regionale Medien*. In: Rimscha, B.; Pagel, S.; Müller-Lietzkow, J. u. Kolo, C. (Hrsg.): *Reihe Medienökonomie* (2). Nomos. Zürich.
- Huber, M. u. E. Kaspar (2010): *myheimat.de – lokale und sublokale Inhalte für Zeitungsverlage*. In: Friedrichsen, M. (Hrsg.) (2010): *Medienzukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt*. Baden-Baden.
- Luhmann, N. (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Opladen.
- Rinsdorf, L. (2003): *Einflussfaktoren auf die Abonnementsentscheidung bei lokalen Tageszeitungen*.
- Rouger, A. (2008). *What future for local news? The crisis of the French regional daily press*. In: *Journalism Studies* (5), S. 822-831.
- Weichhart, P. (1990): *Raumbezogene Identität*. In: *Erdkundliches Wissen*, H.102. Stuttgart.