

## FULL PAPER

### **Lokaler Bürgerjournalismus:**

#### **Ergänzung oder Konkurrenz zur Tageszeitung?**

**Eine Nutzerbefragung zum Verhältnis zwischen partizipativem und professionellem Lokaljournalismus am Beispiel von myheimat.de**

### **Local participatory journalism:**

#### **Complement or compete with the newspaper?**

**A user survey on the relationship between participatory and professional local journalism on the example of myheimat.de**

*Sarah Brandt, Wiebke Möhring & Beate Schneider*

**Sarah Brandt**

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater  
und Medien Hannover  
Expo Plaza 12  
30539 Hannover  
sarahbrandt(at)gmx.de

**Prof. Dr. Wiebke Möhring**

Hochschule Hannover  
Fakultät III  
Expo Plaza 12  
30539 Hannover  
wiebke.moehring(at)fh-hannover.de

**Prof. Dr. Beate Schneider**

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater  
und Medien Hannover  
Expo Plaza 12  
30539 Hannover  
beate.schneider(at)ijk.hmtm-hannover.de

### **Lokaler Bürgerjournalismus: Ergänzung oder Konkurrenz zur Tageszeitung?**

Eine Nutzerbefragung zum Verhältnis zwischen partizipativem und professionellem Lokaljournalismus am Beispiel von *myheimat.de*

### **Local participatory journalism: Complement or compete with the newspaper?**

A user survey on the relationship between participatory and professional local journalism on the example of *myheimat.de*

*Sarah Brandt, Wiebke Möhring & Beate Schneider*

**Zusammenfassung:** Die Nutzerbeteiligung an der Nachrichtenerstellung ist auch in der lokalen Kommunikation populär. Doch inwieweit stellen spezifische partizipative Formate eine Ergänzung oder Konkurrenz zum professionellen Lokaljournalismus dar? In einer Online-Befragung machten 412 Nutzer der Online-Plattform *myheimat.de* Angaben zur Nutzung und Bewertung von *myheimat.de* im Vergleich mit ihrer lokalen Tageszeitung. Die Befragten sehen deutliche funktionale Unterschiede zwischen den Medien: *myheimat.de* wird eher als unterhaltendes, die Tageszeitung als informierendes Medium betrachtet. Dementsprechend werden an die Berichterstattung unterschiedliche Erwartungen gestellt, die sich auch auf die jeweilige Bewertung auswirken. *myheimat.de* wird eher als Ergänzung zur Tageszeitung geschätzt und nicht als Ersatz angesehen. Es gibt aber auch erste Hinweise darauf, dass partizipative Medien eine Funktionsverschiebung im professionellen Lokaljournalismus einleiten: Unterhaltende, leichte und sublokale Themen könnten sich in Zukunft als Domäne der Bürgerjournalisten entwickeln; von der Tageszeitung wird dann eine stärkere Fokussierung auf anspruchsvollere, vor allem auch politische Informationen verlangt.

**Schlagwörter:** Partizipativer Journalismus, Internet, Lokaljournalismus, Tageszeitung, Medienkonkurrenz

**Abstract:** Users' participation in the creation of news is also popular in local communication. To what extent, however, are participatory formats an addition to or compete with professional local journalism? In an online survey, 412 users of the website *myheimat.de* provided information about their use and evaluation of *myheimat.de* compared to their local newspaper. Respondents perceive significant functional differences between the media: Whereas *myheimat.de* is considered to be a rather entertaining medium, the daily newspaper is used for information. Consequently, expectations differ with regard to the news coverage. These expectations in turn have influence on the respective evaluation. *myheimat.de* is rather appreciated as an addition to the daily newspaper, it is not considered to be a sub-

stitute. However, there is also evidence that participatory media might initiate a shift of function in professional local journalism: In future, entertaining and sublocal subjects as well as soft news might become a domain of civic journalists; daily newspapers should then focus on more sophisticated and – above all – political information.

**Keywords:** Participatory Journalism, Internet, Local Journalism, Daily Newspaper, Media Competition

## 1. Einleitung

Für Verlage und für Lokaljournalisten sind die neu entstandenen und entstehenden lokalen Netzwerke eine publizistische und wirtschaftliche Herausforderung (Kretzschmar, Möhring, & Timmermann, 2009, S. 78). Neben den klassischen professionellen Journalismus treten „funktionale Äquivalente“ (Neuberger, 2008, S. 19), die – in Teilen – ebenso die Aufgabe der Vermittlung übernehmen können (vgl. ebd., S. 24). Eine Form dieser neuen Vermittlungsformate ist partizipativer Journalismus, partizipativ verstanden als öffentliche und nicht als politische Teilhabe. Ein solcher partizipativer Journalismus beteiligt nach Engesser (2008) „*die Nutzer zumindest am Prozess der Inhaltsproduktion, wird außerhalb der Berufstätigkeit ausgeübt und ermöglicht die aktive Teilhabe an der Medienöffentlichkeit*“ (S. 66, Herv. i. O.). In Spezifizierung dieser Definition kann partizipativer Lokaljournalismus bezeichnet werden als die Beteiligung der Nutzer am Prozess der Produktion mit lokalen Inhalten, die einen Bezug zum alltäglichen Leben haben, der außerhalb der Berufstätigkeit ausgeübt wird und eine aktive Teilhabe an der lokalen Medienöffentlichkeit ermöglicht. Selbstverständlich können Inhalte partizipativen Journalismus auch von hauptberuflichen Journalisten erstellt werden, das heißt partizipativer Journalismus kann auch professionell erstellt werden. Dieser Beitrag beschäftigt sich jedoch in erster Linie mit partizipativen Formen, die von Laien für Plattformen erstellt werden.

Lokale Medien haben die Aufgabe, den Bürgern die politische und gesellschaftliche Teilhabe an ihrem direkten Lebensumfeld zu ermöglichen (Kretzschmar et al., 2009, S. 29). Dafür spielt die lokale Tageszeitung bisher eine vorherrschende Rolle (Herrmann, 1993, S. 10; Kretzschmar et al., 2009, S. 71f.). Da aber mit steigender Zahl der Nutzer auch das Internet immer lokaler wird (Postill, 2008, S. 414), entsteht hier eine stärkere Konkurrenzsituation. Anders als beispielsweise im überregionalen Politik-, Wirtschafts- oder Auslandsjournalismus werden nämlich in der Lokalkommunikation besondere Chancen für das Gelingen partizipativer Formate gesehen (Bruns, 2009, S. 2; Langer, 2010, S. 11). Die Identifikation mit lokalen Themen erzeugt eine hohe Bindungskraft und damit eine erhöhte Motivation zur aktiven Beteiligung an der Erstellung von Inhalten (Büffel, 2008, S. 143). Hier ist kein Expertenwissen gefordert: Über seine Region kann jeder etwas berichten (Bruns, 2009). Die Frage, ob sich hier ernst zu nehmende Konkurrenz etabliert, wird damit umso dringlicher.

Partizipativer Lokaljournalismus kann verschiedene Formen annehmen. Engesser (2008) systematisiert diese Angebote in vier Kategorien, nämlich individuelle Formate wie Weblogs, (beispielsweise der *Heddesheimblog*, Winterbauer, 2009),

Bottom-Up-Kollektivformate wie Regiowikis (Hamann, 2009), partizipativ-professionelle Formate, die häufig von Tageszeitungsverlagen initiiert sind, und Leserreporter-Rubriken in Verlagspublikationen. Der vorliegende Beitrag konzentriert sich auf partizipativ-professionellen Lokaljournalismus, wobei die Nutzer eigenständig Beiträge zu selbstgewählten Themen verfassen, während eine professionelle Redaktion die Plattform betreut. Diese Auswahl ist begründet durch die Tatsache, dass diese Angebote, insbesondere Foren, ein beliebtes Feature der Online-Angebote von regionalen Tageszeitungen sind (Büffel, 2008, S. 140; Neuberger, 2007, S. 73; Roth, 2005, S. 49). Quandt und Koch (2009) stellen zudem in ihrer internationalen Anbieterbefragung fest, dass die Einbeziehung der Nutzer (bisher) häufig getrennt vom professionellen Journalismus in geschlossenen Foren oder auf separaten Websites stattfindet (S. 59). Dies entspricht dem von Outing (2005) als „stand-alone citizen journalism site“ (Absatz 39) bezeichneten Format, das separat von der Hauptmarke etabliert wird, fast vollständig aus Beiträgen der Community besteht und oft einen starken lokalen Fokus hat. Häufig werden diese Formate um eine Print-Version ergänzt, die kostenlos verteilt wird.

Ein solches Format stellt auch das Fallbeispiel dieser Arbeit *myheimat.de* dar. Es handelt sich somit um eine Form partizipativ-professionellem Lokaljournalismus, die einerseits online eine für sich stehende Nachrichtenplattform darstellt, gleichzeitig jedoch durch die Einbindung einer ausschließlich professionell arbeitenden Lokalredaktion Einzug findet in offline verbreitete Publikationen.

*myheimat.de* ist mit derzeit 37 000 registrierten Mitgliedern (Stand: September 2010) nach eigenen Angaben „Deutschlands größte(s) Bürgerreporter-Netzwerk für Lokales“ (<http://blog.myheimat.de/> [24.08.2011]). Auf der seit 2005 bestehenden Plattform können Nutzer Beiträge über ihre Region selbst veröffentlichen sowie Artikel anderer User lesen und kommentieren. Fundamentale Werte dieser Community sind Transparenz, Authentizität und Offenheit (Bruns, 2009, S. 5). Das Motto der Plattform „Zeige, was deinen Heimatort lebenswert macht“ (Braun, 2008, S. 4) verdeutlicht den starken Lokalbezug. Den Gründern der Seite Huber und Möller (2008) zufolge erfüllt die Plattform *myheimat.de* verschiedene Funktionen:

„Sie initiiert Kommunikation und Austausch, motiviert die Menschen mitzumachen, eigene Beiträge zu verfassen, sich zu unterhalten und zu informieren, moderiert die sich ergebenden Interaktionen der Menschen untereinander und dient schließlich auch dazu, die Inhalte in leicht konsumierbarer Weise in Form von Printmagazinen zu publizieren.“ (S. 312)

Entgegen den Konkurrenzbefürchtungen sieht Braun (2009) *myheimat.de* als „Chance für (die Lokalzeitungen), ihre Leser aktiv an der Gestaltung des Blattes teilhaben zu lassen (...), um ihre Lokalteile noch vielfältiger zu gestalten und die Leser-Blatt-Bindung zu erhöhen“ (S. 5). Huber (zit. n. Bruns, 2009) argumentiert zudem, Bürgerjournalisten würden die Zeitung unbewusst dadurch verbessern, dass sie Wettbewerb schaffen und neue Denkweisen einführen (S. 9).

Die Plattform *myheimat.de* ist im Besitz der *gogol medien GmbH*, an welcher die *Verlagsgesellschaft Madsack GmbH* und die *WAZ Mediengruppe* beteiligt sind, weitere Verlage kooperieren (z. B. *Augsburger Allgemeine*, *Naumburger Tageblatt*). Die hier vorliegende Untersuchung bezieht sich auf die Community für

die Region Hannover. In dieser Region ist die an *myheimat.de* beteiligte *Verlagsgesellschaft Madsack* weitgehend Alleinanbieter von lokalen Tageszeitungen und ist auch an lokal erscheinenden Anzeigenblättern beteiligt. Aus Verlags-sicht ist die Etablierung der Plattform *myheimat.de* somit eine Erweiterung des Medienportfolios in der Region sowie ein weiterer Ausbau ihrer lokalen Machtstellung.

Inwieweit *myheimat.de* allerdings auch zur selbstgeschaffenen Konkurrenz geraten könnte, ist ebenso Gegenstand dieser Untersuchung wie die Erfüllung euphorischen Hoffnungen zur Verbesserung der Lokalberichterstattung durch die Bürgerpartizipation. Dazu soll ermittelt werden, wie die Nutzer der Seite *myheimat.de* die Bürgerjournalismusplattform im Verhältnis zur lokalen Tageszeitung wahrnehmen, welche Erwartungen die Nutzer an diese Medienangebote haben und welche Funktionen diese beiden Medienangebote für sie erfüllen.

## 2. Theoretischer Rahmen

### 2.1 Theorien zur Medienkonkurrenz und -komplementarität

Bisherige Studien zum partizipativen Journalismus, so wird bemängelt, seien „weitgehend deskriptiv und atheoretisch angelegt“ (Engesser & Wimmer, 2009, S. 48). Diese Studie stützt sich auf Ansätze zur Medienkonkurrenz und -komplementarität und bezieht diese auf die spezifischen Gratifikationen und Restriktionen des von Laien produzierten partizipativen und professionellen Journalismus.

Verdrängung und Ergänzung alter durch neue Medien und damit die Frage nach Substitution und Komplementarität sind Forschungsgegenstand von Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaft. Die Grundannahmen der frühen so genannten Substitutionsthesen (Increase-Decrease-Hypothese bzw. The-more-the-less-Hypothese; Mögerle, 2009, S. 61f.) wurden durch funktionale Ansätze ergänzt: Sie gehen „davon aus, dass das funktionale Verhältnis zwischen Medien ausschlaggebend ist, ob sie sich gegenseitig verdrängen oder ergänzen“ (Mögerle, 2009, S. 66). Die individuellen Entscheidungsprozesse für und gegen die Nutzung von Medien stehen im Zentrum der mikroökonomischen Nachfragetheorie (Neumann, 1995, S. 109). Die Konsumententscheidung für ein Gut beruht dabei auf einer rationalen Kosten-Nutzen-Abwägung, wobei der Nutzer gemäß des Minimax-Prinzips versucht, einen maximalen Nutzen bei minimalen Kosten zu erzielen (ebd.; Hagen, 1999, 2002; Mögerle, 2009, S. 116). Dabei orientiert sich der Nutzer – in Abhängigkeit von den Produkteigenschaften – an seinen eigenen Präferenzen und Wertvorstellungen (Neumann, 1995, S. 110). In der Nachfragetheorie wird unter Substitution die „ökonomisch motivierte Ersetzung eines Gutes durch ein anderes im Konsum eines Individuums beziehungsweise Haushaltes“ (Hagen, 1998, S. 107) verstanden. Die Substitution muss dabei nicht vollständig erfolgen, sondern ist eher auf einem Kontinuum zu betrachten (Hagen, 1998, S. 107; Kiefer, 2005, S. 87).

Komplementarität liegt nach Neumann (1995) vor, wenn Güter „vom Konsumenten nur zusammen, d. h. in einem mehr oder weniger festen Verhältnis verbraucht werden können“ (S. 133; vgl. auch Hagen, 1998, S. 107). Für diese Komplementarität im engeren Sinne gibt es jedoch nur wenige Beispiele (Mögerle,

2009, S. 121). Mögerle (2009) unterscheidet erweiternd zwei Arten: (1) Komplementarität durch unterschiedlichen Nutzen liegt vor, wenn Güter „in einem mehr oder weniger festen Verhältnis wechselseitig ergänzend genutzt werden, einander jedoch nicht bedingen“ (S. 121; vgl. auch Hagen, 1998, S. 107). (2) The-more-the-more-Komplementarität besteht, wenn „ein Gut zusätzlich zu einem anderen Gut genutzt wird, obwohl es den gleichen Nutzen bietet“ (Mögerle, 2009, S. 123). Dies kann damit erklärt werden, dass das gesteigerte Wissen durch die Nutzung eines Mediums die Nutzung anderer Medien anregt (Hagen, 1998 S. 106; Schramm & Hägler, 2007, S. 7). Einkommens- und Zeitbudgeteffekte können dazu führen, dass Güter mit unterschiedlichem funktionalen Nutzen substitutive Auswirkungen aufeinander haben (Mögerle, 2009, S. 118; Schramm & Hägler, 2007, S. 5).

Zur Betrachtung der Medien als funktionale Alternativen kann der Uses-and-Gratifications-Ansatz herangezogen werden (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, S. 511; Blumler & Katz, 1974). Dieser beschäftigt sich explizit mit dem in der mikroökonomischen Nachfragetheorie zentralen Nutzen. Dabei stehen die Motive der Rezipienten für die Mediennutzung im Mittelpunkt, die dem von der Mediennutzung erwarteten Nutzen entsprechen (Hagen, 1998, S. 108). „Der Rezipient strebt Nutzenmaximierung auf der einen bei gleichzeitiger Kostenminimierung auf der anderen Seite an“ (Trepte & Baumann, 2004, S. 177; vgl. auch Hagen, 1998; Trepte, Baumann, & Borges 2000).

Die mikroökonomische Nachfragetheorie und der Uses-and-Gratifications-Ansatz wurden von Mögerle (2009) mit der erweiterten Selective-Exposure-Theorie, der Nischentheorie (Dimmick, 2003) und dem RREEMM-Modell (Resourceful, Restricted, Expecting, Evaluating, Maximizing Man; Lindenberg, 1985) zu einem erweiterten funktionalen Modell der Substitution und Komplementarität (extended Functional Model of Substitution and Complementary; FMSC) zusammengeführt. Ziel des erweiterten FMSC ist nach Mögerle (2009) „die Erklärung von Medien-nutzung bzw. substitutiven und komplementären Nutzungsmustern“ (S. 192).

Neben den bisher in ähnlichen Studien beachteten *inhaltlichen Gratifikationen* (also den klassischen Nutzungsmotiven) sind nach Mögerle (2009) „auch strukturelle Vor- und Nachteile von Medien für deren Nutzung und Selektion entscheidend“ (S. 186). Solche nachrangigen Nutzungsmotive resultieren aus den spezifischen Eigenarten der einzelnen Medien und können das Konkurrenz- und Substitutionsverhältnis, das auf Basis von inhaltlichen Gratifikationen ermittelt wird, relativieren (Beyer & Carl, 2004, S. 75). Dabei unterscheidet Mögerle (2009) zwischen *strukturellen Gratifikationen* (Nutzen) und *strukturellen Restriktionen* (Kosten). Strukturelle Gratifikationen sind demnach „konkrete, angebotsspezifische bzw. strukturelle Eigenschaften der Medienformate“ (Mögerle, 2009, S. 186). Sie ergänzen somit die inhaltlichen Gratifikationen. Die strukturellen Restriktionen umfassen, unter Bezugnahme auf das RREEMM-Modell, nicht nur finanzielle, sondern auch zeitliche, kognitive oder psychologische Handlungsbeschränkungen und damit Handlungskosten (ebd., S. 185).

Bezüglich der strukturellen Gratifikationen fokussiert die vorliegende Untersuchung angebotsspezifische Merkmale der Medienangebote, also die Stärken partizipativer und professioneller Vermittlung. Bei den strukturellen Restriktionen werden entsprechend die Schwächen beider Angebote analysiert. Beide Dimensio-

nen, strukturelle Gratifikationen und Restriktionen, beziehen explizit spezifische Angebotsinhalte und Angebotsqualitäten mit ein. In Erweiterung des Ansatzes von Mögerle (2009) liegt der Fokus dabei jedoch nicht primär auf den strukturell-technischen Unterschieden zwischen den Trägermedien (Print und Online), sondern vor allem auf den strukturell bedingten inhaltlichen Unterschieden zwischen den journalistischen Erzeugnissen der beiden medialen Angebote.

## 2.2 Gratifikationen und Restriktionen von (Laien-)Partizipation und Profession

Die Motive für die Nutzung professionell erstellter lokaler Medien und des durch Laien produzierten partizipativen Journalismus sind vielfältig. Lokalmedien dienen in erster Linie der Information über das lokale Geschehen. Nach Haller (1997) wird der Lokalteil der Zeitung aber „nicht primär als Nachrichtenmedium genutzt“ (S. 440), sondern Zeitungsnutzer ‚bummeln‘ eher durch den Lokalteil und erfüllen damit das Bedürfnis nach sozialer Integration. Jonscher (1995) hebt zudem das Bedürfnis nach Identität hervor, dass der Einzelne innerhalb der Gemeinschaft sucht (S. 23). Dabei hängen sowohl „das Informationsbedürfnis als auch das Bedürfnis nach Integration und sozialer Interaktion (...) mit dem Wunsch nach Orientierung, nach Grundlagen für soziales und individuelles Handeln“ (Möhring, 2001, S. 21) zusammen. Die Suche nach sozialer Orientierung ist somit zentrale Funktion von und Nutzungsmotiv für lokale Medien.

Beim partizipativen Journalismus kann prinzipiell zwischen den Motiven für eine passiv-rezipierende und aktiv-partizipierende Nutzung unterschieden werden (Haas, Trump, Gerhards, & Klingler, 2007; Trump, Klingler, & Gerhards 2007). Diese Differenzierung wird in diesem Beitrag erweitert zu einer Dreiteilung. Auf der einen Seite stehen weiterhin passiv-rezipierende Motive, daneben stehen aktiv-kommunizierende (interaktive) und aktiv-referierende Nutzungsmotive. In dieser Arbeit stehen Motive der rezipierenden und interaktiven Nutzung im Fokus. Motive für die rezipierende Nutzung sind mit den Motiven für die Nutzung von Lokalzeitungen vergleichbar. Hier kann vergleichend analysiert werden, mit welchen Erwartungen die Nutzer an journalistische und an bürgerjournalistische Angebote herangehen. Zusätzlich sind bei der Nutzung von partizipativen Plattformen auch Motive zur Interaktion denkbar, die Teil einer aktiven Nutzung sind. Interaktion wird hier verstanden als Motivbündel, das sich auf mindestens einen weiteren Beteiligten am Kommunikationsprozess bezieht (Rössler, 2003, S. 513), also dem Wunsch entspricht, in der Kommunikation mit anderen Nutzern soziale Kontakte herzustellen (Schweiger & Quiring, 2007, S. 109), mit anderen zu diskutieren (Schweiger & Quiring, 2007; Trump et al., 2007) und diesen Diskussionen zu folgen. Die Besonderheit für lokal ausgerichtete Seiten besteht in der starken Überschneidung zwischen virtueller und realer Gemeinschaft. Die Motive der aktiv-referierenden Nutzung, also Motive im Hinblick auf die Veröffentlichung eigener Beiträge, wurden mit erhoben, werden in diesem Beitrag jedoch ausgeklammert (näheres dazu siehe Brandt, 2010). Das referierende Motivbündel kann die Attraktivität partizipativer Formate begünstigen, ist jedoch für die hier im Mittelpunkt stehende Vergleichsebene von konventionellem und partizipativem Lokaljournalismus nicht berücksichtigt, da eine aktive Teilnahme in der Lokalzei-

tung nur sehr begrenzt möglich ist. Dies gilt eingeschränkt auch für die interaktiven Nutzungsmotive, diese berühren aber stärker auch Motive der rezipierenden Nutzung, so dass sie beibehalten wurden.

Neben möglichen unterschiedlichen Nutzungsmotiven für partizipativen und professionellen Lokaljournalismus weisen beide Vermittlungsformen spezifische Stärken und Schwächen auf und damit spezifische strukturelle Gratifikationen und Restriktionen.

Die Stärke der partizipativen Formate liegt vor allem darin, Nischen zu besetzen, die traditionelle Medien aufgrund des Marktdrucks nicht wahrnehmen können (Maier, 2008, S. 245). Im besten Falle bieten partizipative Formate die Chance, den von Herrmann (1993) beschriebenen Qualitätsdefiziten des bisherigen professionellen Journalismus entgegenzuwirken:

Die Lokalberichterstattung „besitze zu wenig kritisches Potential, sie biete zu wenig partizipationsrelevante Informationen, sie sei gleichförmig und stereotyp im Stil, einseitig in der Themenwahl, ausufernd in ihrem ‚Terminjournalismus‘, sie bevorzuge einige wenige, ohnehin die lokalen Strukturen dominierende Handlungsträger, vor allem Politiker und Funktionäre von Vereinen und Organisationen, betriebe also gefällige Hofberichterstattung.“ (S. 9; vgl. auch Kretzschmar et al., 2009, S. 54; Weischenberg, 1995, S. 143)

Beim partizipativen Journalismus hingegen kann jeder zu Wort kommen und Themen auf die Agenda bringen, die er für wichtig hält. Aus der weitgehenden Chancengleichheit im Zugang resultiert eine Vielfalt von veröffentlichten Meinungen und Themen. Voraussetzung für das Gelingen des partizipativen Journalismus ist die aktive Beteiligung sowohl bei der Erstellung von Beiträgen als auch bei der Kommentierung und Richtigstellung. Insbesondere die tagesaktuelle Berichterstattung steht jedoch unter einem hohen Zeitdruck, der die kollaborative Leistungserstellung an ihre Grenzen bringt. Zudem verlieren journalistische Beiträge schnell an Relevanz (Neuberger, 2009, S. 71). Eine zeitlich kontinuierliche und thematisch universelle Berichterstattung kann Neuberger (2009) zufolge daher bisher nur der professionell und redaktionell organisierte Journalismus sicherstellen (S. 70; vgl. auch Lacy, Duffy, Riffe, Thorson, & Fleming, 2010).

Die Kontrolle und Qualitätssicherung erfolgt bei partizipativen Formaten weitgehend durch die untereinander vernetzten Akteure selbst – allerdings erst nach der Veröffentlichung. Einerseits bietet dies Transparenz, andererseits schwindet die Übersichtlichkeit und Verlässlichkeit. So argumentiert Schönbach (2008), dass Leser „gezielt faul“ (S. 507) sein wollen und sowohl Wert darauf legen, von Nachrichten überrascht zu werden, als auch „auf eine Zähmung dieser Überraschung, auf ihre kritische Beurteilung durch glaubwürdige Quellen, ihre Einbettung in den Kontext, eine professionelle Erklärung des Unerhörten“ (S. 506; vgl. auch Schönbach, 1997, 2005). Gerade Glaubwürdigkeit, Seriosität und die Sicherstellung einer kompetenten, unabhängigen Berichterstattung sind Attribute, die der Lokalzeitung zu dem in sie gesetzten Vertrauen verhelfen (Knippelmeyer, 2007). An den Erzeugnissen von Nutzern in offenen Kanälen werden die mangelnde Unterhaltbarkeit und Relevanz sowie die technische Unzulänglichkeit kritisiert (Engesser, 2008, S. 56). Dies lässt sich auf die Nutzerbeteiligung im Internet übertragen. So neigen Maier (2008) zufolge unerfahrene Bürgerjournalisten eher zu Beschaulich-

keit und über großem Respekt gegenüber dem Berichterstattungsobjekt (S. 246). Aktive Nutzer partizipativ-professioneller Formate sowie Betreiber von Weblogs sehen sich zudem selbst häufig nicht als Journalisten beziehungsweise verfolgen keinen journalistischen Anspruch (Kopp & Schönhagen, 2008, S. 91; Heidbüchel, 2007, S. 80; Lenart & Fox, 2006, S. 10; Neuberger, 2009, S. 73).

Am Beispiel der Bürgerjournalismusplattform *myheimat.de* (<http://www.myheimat.de/>) wird im Folgenden empirisch geprüft, inwieweit die Nutzer selbst unterschiedliche Erwartungen und Bewertungen vornehmen. Folgende Forschungsfragen werden in diesem Rahmen beantwortet:

- *Forschungsfrage 1:* Welche inhaltlichen Gratifikationen bietet die Plattform *myheimat.de*, und in welchem Verhältnis stehen die Nutzungsmotive zu den Motiven der Nutzung für den Lokalteil der Tageszeitung?
- *Forschungsfrage 2:* Welche strukturellen Gratifikationen und Restriktionen nehmen die *myheimat.de*-Nutzer beim partizipativen und professionellen Lokaljournalismus wahr, wie bewerten sie die jeweiligen Angebote, und welche Muster lassen sich dabei erkennen?

### 3. Methodisches Vorgehen und Stichprobe

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde eine standardisierte Online-Befragung konzipiert. Für Forschungsfrage 1 wurden die inhaltlichen Gratifikationen als Nutzungsmotive formuliert (siehe Tab. 1). Die Gratifikationsdimensionen Unterhaltung, Information, Integration und Identifikation wurden mithilfe von zehn Items operationalisiert, sie sind Motive der rezipierenden Nutzung und werden sowohl für *myheimat.de* als auch für die Tageszeitung abgefragt. Vier weitere Items beziehen sich auf die Interaktion mit anderen Nutzern, diese werden nur für *myheimat.de* erfragt. Zur Abfrage funktionaler Substitution oder Komplementarität wurden neun Items in Anlehnung an Fisch und Gscheidle (2008) und Mögerle (2009) formuliert (Itemformulierung siehe Tab. 2). Alle im Fragebogen eingesetzten Items wurden als 5er-Ratingskala operationalisiert. Die Zuordnung der Items zu Substitution, Komplementarität und The-more-the-more-Komplementarität wurde empirisch durch Faktorenanalysen bestätigt; auf die Darstellung der faktoranalytischen Lösungen wird daher verzichtet.<sup>1</sup>

Bei der Operationalisierung der strukturellen Gratifikationen und Restriktionen wurde die Fragenformulierung in Anlehnung an Mögerle (2009) formuliert, die einzelnen Items wurden in Bezug auf die Stärken und Schwächen von partizipativem und professionell arbeitendem Journalismus entwickelt, erweitert wurden sie um Qualitätsdimensionen für den (Lokal-)Journalismus nach Arnold (2009) und Handstein (2010) (siehe Tab. 3 und 4).

Zwischen dem 27. August und dem 20. September 2010 wurden 412 *myheimat.de*-Nutzer zu ihrer *myheimat.de*- und Tageszeitungsnutzung befragt. Die Rekrutierung erfolgte über einen Beitrag auf der Seite *myheimat.de* sowie über einen Newsletter an die registrierten User von *myheimat.de*. Die lange Feldzeit wurde gewählt,

1 Die faktoranalytische Lösung ist dokumentiert in Brandt, 2010, S. 46.

um auch gelegentlichen Nutzern Kontaktmöglichkeiten einzuräumen. Durch die Selbstselektion der Befragten ist die Stichprobe nicht repräsentativ für die Gesamtheit der *myheimat.de*-User, ein Abgleich der Nutzermerkmale der Stichprobe mit denen der Grundgesamtheit ist nicht möglich, da diese Zahlen nicht vorliegen.<sup>2</sup>

Die Befragten sind zwischen zwölf und 83 Jahre alt ( $M = 53$  Jahre;  $s = 13$  Jahre;  $n = 394$ ). Dabei sind jedoch nur sieben Prozent der Befragten unter 30 Jahre alt. 58 Prozent der Befragten sind männlich und 39 Prozent weiblich. Der größte Teil der Befragten hat einen Realschulabschluss beziehungsweise die Mittlere Reife (36 %). Weitere 23 Prozent haben einen (Fach-)Hochschulabschluss, 18 Prozent die (Fach)Hochschulreife und 16 Prozent einen Haupt- oder Volksschulabschluss. Die Stichprobe ist damit eher gut gebildet. Der größte Teil der Befragten ist Vollzeit erwerbstätig (38 %). Mit 29 Prozent stellen Personen im Ruhestand die zweitgrößte Gruppe. Weitere 18 Prozent sind in Teilzeit erwerbstätig, und zwölf Prozent sind nicht erwerbstätig.

Die Befragten nutzen *myheimat.de* seit einem Monat bis zu fünf Jahren ( $M = 22$  Monate;  $s = 13$  Monate;  $n = 399$ ). Insgesamt sind die hier befragten Nutzer häufig und regelmäßig auf der Website: 46 Prozent der Befragten nutzen *myheimat.de* „(fast) täglich“. Ein Viertel der Befragten nutzt *myheimat.de* mehrmals wöchentlich. Nur sechs Prozent besuchen die Community seltener als einmal im Monat. Die Befragten verbringen bei einem Besuch zwischen einer und 320 Minuten auf der Seite ( $M = 59$  Minuten;  $s = 59$  Minuten;  $n = 394$ ).

Trotz der hohen Online-Affinität nimmt die Tageszeitung eine dominante Stellung im lokalen Medienmenü der befragten *myheimat.de*-Nutzer ein. 68 Prozent nutzen fast täglich die gedruckte Ausgabe einer regionalen Tageszeitung, nur sechs Prozent der Befragten lesen nie die Printausgabe einer Regionalzeitung. Der größte Teil der Doppelnutzer liest die Hannoversche Allgemeine Zeitung (31 %). Mit der Lektüre der Tageszeitung verbringen die Befragten zwischen fünf und 190 Minuten pro Nutzung ( $M = 54$  Minuten;  $s = 33$  Minuten;  $n = 379$ ).

#### 4. Ergebnisse

Warum lesen Menschen Tageszeitung, und warum lesen sie partizipatorische Inhalte im Internet? Vergleicht man die Nutzungsmotive für *myheimat.de* und den Lokalteil der Tageszeitung, so sieht man deutliche funktionale Unterschiede (siehe Tabelle 1).<sup>3</sup> *myheimat.de* steht vor allem für Spaß, Zeitvertreib und das Interesse an Beiträgen von Menschen aus der Umgebung. Diese Motive sind für die Nutzung des Bürgerjournalismus deutlich wichtiger als für das Lesen einer Tageszeitung. Den Lokalteil der Zeitung lesen die Befragten vor allem, um sich über das

- 2 Auf eine Vergleichsstichprobe aus den Abonnenten der Tageszeitung musste aus forschungsökonomischen Gründen verzichtet werden. Da beide Objekte miteinander verglichen werden sollen, muss sichergestellt sein, dass beide Objekte mindestens hinreichend bekannt sind, aufgrund der zu geringen Reichweite von *myheimat.de* im Verbreitungsgebiete wäre der Aufwand aber zu groß gewesen.
- 3 Wenn im folgenden Mittelwerte miteinander verglichen werden, wird eine Differenz ab etwa 0,4 Skaleneinheiten als unterschiedlich, ab 0,6 als deutlich unterschiedlich interpretiert. Differenzen unter 0,4 Skaleneinheiten werden, je nach Gesamtkonstellation der Daten, als geringfügige Unterschiede aufgeführt.

regionale (politische) Geschehen zu informieren, um Dinge zu erfahren, die für ihren Alltag nützlich sind, damit sie mitreden können, weil es hilft, sich in ihrer Umgebung zurechtzufinden, und weil es aus Gewohnheit dazugehört. Dem Lokalteil der Tageszeitung wird Information und Orientierung als zentrale Funktion zugesprochen. Orientierung in der Region ist auch ein zentrales Nutzungsmotiv von *myheimat.de*. Weitere zentrale Motive sind Spaß und Neugierde auf Neues, das Lesen der Berichte von persönlich bekannten Menschen. Auch der Zeitvertrieb ist gegenüber der Tageszeitung ein höher eingeschätztes Nutzungsmotiv. Für *myheimat.de* wurden zusätzlich Motive abgefragt, die sich auf die Interaktion mit anderen Nutzern beziehen. Auch wenn diese Motive eine eher untergeordnete Rolle für die Nutzung von *myheimat.de* spielen, kommt ihnen eine wichtige Rolle zu für die funktionale Differenzierung zwischen *myheimat.de* und der Tageszeitung, da diese Motive von der gedruckten Ausgabe der Tageszeitung nicht erfüllt werden können. Diese Ergebnisse deuten bereits darauf hin, dass *myheimat.de* zusätzlich aus anderen Motiven heraus genutzt wird. Beiden lokalen Medien gemeinsam ist das Motiv der regionalen Orientierung, hinsichtlich der anderen Motive konkurrieren die beiden Angebote offensichtlich nicht miteinander.<sup>4</sup>

**Tabelle 1: Inhaltliche Gratifikationen der rezipierenden Nutzung von *myheimat.de* und der Tageszeitung**

Warum nutzen Sie *myheimat.de*/den Lokalteil Ihrer Tageszeitung?

<i>Ich nutze myheimat.de/den Lokalteil meiner Tageszeitung, ...</i>	$M_{mh}^4$	$M_{TZ}$	Differenz
... weil es mir Spaß macht.	3,11	2,52	0,60
... weil ich dort erfahre, was in meiner Region los ist.	2,74	3,46	-0,71
... weil ich dabei immer wieder etwas Neues lerne.	2,52	2,36	0,16
... weil dort Menschen etwas schreiben, die ich aus meiner Umgebung kenne.	2,29	1,85	0,44
... weil ich mich gern mit anderen austausche.	2,18	n. a.	
... weil es eine tolle Gemeinschaft ist.	2,17	n. a.	
... um neue Leute mit ähnlichen Interessen kennenzulernen.	2,06	n. a.	
... weil ich dort Dinge erfahre, die für meinen Alltag nützlich sind.	1,97	2,68	-0,71
... um neue Leute aus meiner Region kennenzulernen.	1,74	n. a.	
... damit ich mitreden kann.	1,71	2,58	-0,88
... weil es aus Gewohnheit einfach dazugehört.	1,49	1,98	-0,49

4 Die angegebenen Mittelwerte beziehen sich nur auf die Doppelnutzer. Zwischen den Doppel- und den Nur-*myheimat.de*-Nutzern gibt es jedoch nur beim Item „... weil dort Menschen etwas schreiben, die ich aus meiner Umgebung kenne“ nennenswerte Mittelwertunterschiede: Doppelnutzer stimmen diesem Item stärker zu als Nur-*myheimat.de*-Nutzer. Aufgrund der geringen Anzahl von Nur-*myheimat.de*-Nutzern wirkt sich dies jedoch nur geringfügig auf den Mittelwert in der Gesamtstichprobe aus ( $M = 2,23$ ).

### Warum nutzen Sie *myheimat.de*/den Lokalteil Ihrer Tageszeitung?

<i>Ich nutze myheimat.de/den Lokalteil meiner Tageszeitung, ...</i>	$M_{mh}^4$	$M_{TZ}$	Differenz
... um mich über politische Entscheidungen in meiner Region zu informieren.	1,48	2,91	-1,43
... um mir die Zeit zu vertreiben.	1,41	1,02	0,39
... weil es mir hilft, mich in meiner Umgebung zurechtzufinden.	1,23	2,04	-0,82

$N = 371-380$ ; Skala von 0 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 4 ‚stimme voll und ganz zu‘; absteigend sortiert nach  $M_{mh}$ ; Top-3  $M_{TZ}$  unterlegt; n. a. = nicht abgefragt.

Die Befragten bewerten *myheimat.de* auf einer Schulnotenskala mit 2,4 ( $s = 0,8$ ;  $n = 409$ ) nur geringfügig besser als die Tageszeitung mit 2,6 ( $s = 0,9$ ;  $n = 380$ ). Da nur *myheimat.de*-Nutzer befragt wurden, wäre ein noch größerer Unterschied zu erwarten gewesen. Dabei bewerten 38 Prozent der Befragten die Tageszeitung besser, 40 Prozent bewerten beides gleich gut, und 22 Prozent bewerten *myheimat.de* besser. Trotz leicht besserer Durchschnittsnote bewerten die meisten Befragten also die Tageszeitung gleich gut oder besser als *myheimat.de*.

Die direkte Abfrage nach dem Verhältnis von *myheimat.de* zur Tageszeitung zeigt, dass die Befragten *myheimat.de* tatsächlich nicht in einem substitutiven, sondern eher in einem komplementären Verhältnis zum Lokalteil der Tageszeitung sehen, insbesondere die Items der The-more-the-more-Komplementarität erfahren eine hohe Zustimmung (siehe Tab. 2).

**Tabelle 2: Mittelwerte zum wahrgenommenen funktionalen Verhältnis**

		M	s
Substitution	Ich könnte eher auf <i>myheimat.de</i> als auf meine Tageszeitung verzichten.	2,03	1,50
	Wenn ich einen interessanten Artikel über meine Region lesen möchte, mache ich dies lieber in der Tageszeitung als bei <i>myheimat.de</i> .	1,87	1,35
	<i>myheimat.de</i> ist eine echte Konkurrenz zur Tageszeitung.	1,16	1,28
	Es sollten mehr Beiträge von Bürgern in der Tageszeitung abgedruckt werden.	2,71	1,24
Komplementarität	Ich lese <i>myheimat.de</i> als Ergänzung zur Tageszeitung.	2,65	1,28
	Ich verschaffe mir bei <i>myheimat.de</i> einen Überblick über wichtige Themen in der Region und lese weitere Informationen in der Tageszeitung.	1,97	1,41
	Es wäre gut, wenn auf <i>myheimat.de</i> mehr Beiträge von ausgebildeten Journalisten wären.	1,07	1,28
The-more-the-more-Komplementarität	Ich nutze alle Möglichkeiten, mich über Themen zu informieren, die mich interessieren.	3,22	1,01
	Ich informiere mich in verschiedenen Medien über meine Region.	3,01	1,11

$n = 398-404$ ; Skala von 0 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 4 ‚stimme voll und ganz zu‘.

Die Befragten nutzen also verschiedene Medien gemeinsam, um sich über interessante Themen und ihre Region zu informieren. Auch bei den Items der Dimension ‚Komplementarität‘ erhält die Aussage, *myheimat.de* als Ergänzung zur Tageszeitung zu lesen, eine hohe Zustimmung. Mehr Beiträge von professionell arbeitenden Journalisten bei *myheimat.de* wünschen sie jedoch nicht. Am wenigsten stimmen die Befragten der Aussage zu, dass *myheimat.de* eine echte Konkurrenz zur Tageszeitung sei. Um dieses komplementär funktionale Verhältnis zwischen *myheimat.de* und der Tageszeitung besser zu erklären, wird analysiert, wie sich diese funktionalen Unterschiede zwischen den Medien beschreiben lassen. Bei der Betrachtung der strukturellen Gratifikationen wird auf den ersten Blick deutlich, dass *myheimat.de* bei fast allen Items besser bewertet wird als der Lokalteil der Tageszeitung (siehe Tab. 3).

**Tabelle 3: Strukturelle Gratifikationen für *myheimat.de* und die Tageszeitung**

Was schätzen Sie an <i>myheimat.de</i> /am Lokalteil Ihrer Tageszeitung? <i>Ich schätze an myheimat.de/am Lokalteil meiner Tageszeitung, dass ...</i>	$M_{mh}$	$M_{TZ}$	Differenz
... dort alle zu Wort kommen können, die etwas mitteilen möchten.	3,19	1,25	1,94
... dort über so viele verschiedene Themen berichtet wird.	3,07	2,42	0,65
... ich dort viel über lokale Besonderheiten erfahre.	2,97	2,82	0,15
... ich dort Dinge erfahre, die in anderen Medien zu kurz kommen.	2,89	2,37	0,52
... es so viele interessante Fotos gibt.	2,89	1,70	1,18
... die Berichte so nah am Leben sind.	2,86	2,20	0,65
... es mir eine unabhängige Berichterstattung bietet.	2,76	2,12	0,64
... dort auf Probleme und Ungerechtigkeiten in meiner Region aufmerksam gemacht wird.	2,44	2,33	0,12
... dort lebhaft Diskussionen entstehen.	2,39	1,29	1,10
... es eine glaubwürdige Quelle ist.	2,37	2,53	-0,16

$N = 371-378$ ; Skala von 0 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 4 ‚stimme voll und ganz zu‘; absteigend sortiert nach  $M_{mh}$ ; Top-3  $M_{TZ}$  unterlegt.

Die Befragten nehmen als Vorteile des partizipativen Journalismus wahr: den offenen Zugang, die Themenvielfalt sowie die Ergänzung der klassischen Medien durch weitere Themen. Geschätzt werden lebhaft und reich bebilderte Informationen über verschiedene (regionale) Themen, die in anderen Medien zu kurz kommen, lebhaft Diskussionen und die Unabhängigkeit der Autoren. Der im Vergleich einzige Vorteil des Lokalteils ist dagegen ein geringfügig höheres Gewicht an Glaubwürdigkeit; der professionelle Journalismus bietet den Lesern offensichtlich (noch) etwas mehr Zuverlässigkeit. Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass *myheimat.de* und die Tageszeitung ähnliche Gratifikationen bieten. Themenvielfalt und Lokalberichterstattung werden bei beiden Angeboten besonders geschätzt, bei *myheimat.de* ergänzt um die Möglichkeit, dass alle zu Wort kommen können, bei der Tageszeitung um die Zuschreibung von Glaubwürdigkeit.

Offensichtlich sind die Befragten mit ihrem lokalen Medienangebot recht zufrieden. Die Mittelwerte für die strukturellen Restriktionen liegen alle unter dem Skalenmittelpunkt, werden also nur in geringem Maße von den Befragten wahrgenommen beziehungsweise als wichtig empfunden (siehe Tabelle 4). Diese positive Grundeinstellung ist sicher auch auf die Selbstselektion der Befragten der Stichprobe zurückzuführen.

Zwischen *myheimat.de* und dem Lokalteil der Tageszeitung gibt es bei der Bewertung struktureller Restriktionen nur wenige bemerkenswerte Unterschiede. Die Befragten stört an *myheimat.de* am meisten die mangelnde Relevanz, die Unübersichtlichkeit und die fehlende kontinuierliche Beobachtung von Themen. Somit werden die theoretisch identifizierten Probleme des partizipativen Journalismus bestätigt. Im Vergleich zum Lokalteil der Tageszeitung schneidet *myheimat.de* in Bezug auf die Übersichtlichkeit, die formale Qualität der Artikel und geringfügig auch im Hinblick auf die Menge und Kennzeichnung von Werbung schlechter ab.

**Tabelle 4: Strukturelle Restriktionen für *myheimat.de* und die Tageszeitung**

Was gefällt Ihnen an <i>myheimat.de</i> /am Lokalteil Ihrer Tageszeitung nicht so gut?	$M_{mh}$	$M_{TZ}$	Differenz
<i>Mich stört an myheimat.de/am Lokalteil meiner Tageszeitung, dass ...</i>			
... häufig über unwichtige Themen geschrieben wird.	1,86	1,77	0,09
... man durch die Vielzahl der Berichte leicht den Überblick verliert.	1,72	0,92	0,80
... Themen nicht dauerhaft verfolgt werden, man also nicht weiß, wie sie sich weiterentwickeln.	1,63	1,77	-0,14
... dort zu viel Werbung gemacht wird.	1,54	1,29	0,25
... viele Artikel nicht gut geschrieben sind (z. B. in Bezug auf Unterhaltsamkeit, Rechtschreibung etc.).	1,52	1,13	0,39
... dort immer die gleichen Leute zu Wort kommen.	1,49	1,51	-0,02
... sich die Artikel nur selten mit kritischen Themen beschäftigen.	1,48	1,59	-0,11
... dort immer über die gleichen Themen berichtet wird.	1,38	1,44	-0,06
... man nicht genau weiß, ob hinter den Artikeln Werbeinteressen stehen.	1,35	1,16	0,19
... auf aktuelle Themen in meiner Region nicht genügend aufmerksam gemacht wird.	1,32	1,57	-0,24
... dort Aktuelles aus kleineren Orten und Informationen, die nur kleinere Gruppen interessieren, keinen Platz haben.	1,06	1,69	-0,63
... ich dort zu wenig politische Informationen erhalte.	1,05	1,19	-0,13

$n = 371-378$ ; Skala von 0 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 4 ‚stimme voll und ganz zu‘; absteigend sortiert nach  $M_{mh}$ ; Top-3  $M_{TZ}$  blau unterlegt.

Insgesamt wird der Lokalteil der Tageszeitung bei einigen Stärken des professionellen Journalismus und bei Schwächen im partizipativen Journalismus schlechter bewertet. Der Lokalteil der Tageszeitung wird wegen mangelnder Themenrelevanz und fehlender Kontinuität kritisiert, zudem werde der sublokalen

und regionalen Berichterstattung zu wenig Platz eingeräumt. Insbesondere der letzte Kritikpunkt lässt die Zeitung im Vergleich zur Plattform schlecht dastehen, hier wird *myheimat.de* deutlich besser bewertet, ebenso wird die lokale Berichterstattung über aktuelle Themen in der Tageszeitung etwas schlechter bewertet. Erstaunlich sind die Befunde zur politischen Information: Das Angebot im Lokalteil der Tageszeitung wird, wenn auch nur geringfügig, schlechter bewertet als bei *myheimat.de*. Das steht auf den ersten Blick im Widerspruch, da solche Inhalte fraglos weitaus eher in der Tageszeitung als bei *myheimat.de* zu finden sind. Diese Einschätzung kann ein Hinweis darauf sein, dass an die Tageszeitung ein höherer Anspruch gestellt wird als an den Bürgerjournalismus bei *myheimat.de*. Bei der Bewertung haben sich die Befragten, so ist zu vermuten, von unterschiedlichen Ansprüchen an lokale Angebote leiten lassen, worauf ein Befragter durch seinen Kommentar explizit verwies:

„Die Fragen zu ‚was stört Sie an *myheimat.de*?‘ habe ich deswegen verneint, weil ich an *myheimat.de* nicht den Anspruch habe, diese Kriterien zu erfüllen.“

Wenn es möglicherweise unterschiedliche Erwartungen an beide Angebote gibt – ähneln sich denn die Dimensionen auf denen die Nutzer sie bewerten? In einem nächsten Schritt soll analysiert werden, welche Muster sich aus den Antworten der Befragten auf die einzelnen strukturellen Gratifikations- und Restriktionsitems ergeben. Mit dem Vergleich der faktoranalytischen Lösungen können die zugrundeliegenden Bewertungsdimensionen für die Tageszeitung und *myheimat.de* miteinander verglichen werden. Dazu wurden die Items, getrennt nach *myheimat.de* und Tageszeitung, einer Faktoranalyse unterzogen. Für die *strukturellen Gratifikationen* zeigen sich nur leicht unterschiedliche Faktorenlösungen für *myheimat.de* und den Lokalteil der Tageszeitung (siehe Tab. 5 und 6).

**Tabelle 5: Faktorenlösung zu den strukturellen Gratifikationen von *myheimat.de***

Was schätzen Sie an <i>myheimat.de</i> ?	Faktor 1 Lebendiger Austausch	Faktor 2 Lokale Information	Faktor 3 Vertrauens- würdigkeit
<i>Ich schätze an myheimat.de, dass ...</i>			
... es so viele interessante Fotos gibt. (2,89)	,797		
... dort lebhaft Diskussionen entstehen. (2,39)	,691		
... dort über so viele verschiedene Themen berichtet wird. (3,07)	,652		
... dort alle zu Wort kommen können, die etwas mitteilen möchten. (3,19)	,636		
... die Berichte so nah am Leben sind. (2,86)	,596		
... dort auf Probleme und Ungerechtigkeiten in meiner Region aufmerksam gemacht wird. (2,44)		,804	
... ich dort Dinge erfahre, die in anderen Medien zu kurz kommen. (2,89)		,725	
... ich dort viel über lokale Besonderheiten erfahre. (2,97)		,724	

Was schätzen Sie an <i>myheimat.de</i> ?	Faktor 1 Lebendiger Austausch	Faktor 2 Lokale Information	Faktor 3 Vertrauens- würdigkeit
<i>Ich schätze an myheimat.de, dass ...</i>			
... es mir eine unabhängige Berichterstattung bietet. (2,76)			,867
... es eine glaubwürdige Quelle ist. (2,37)	,427		,686
erklärte Varianz	27,0 %	22,4 %	18,0 %
Cronbachs $\alpha$	,827	,776	,727
Mittelwert	2,85	2,74	2,54

$n = 407-410$  (paarweiser Fallausschluss); Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation (rotierte Komponentenmatrix); KMO = ,909; erklärte Gesamtvarianz = 67 %; Faktorladungen mit dem Betrag  $< ,400$  werden in der Darstellung unterdrückt; Mittelwerte in Klammern angegeben, Skala von 0 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 4 ‚stimme voll und ganz zu‘.

Der erste Faktor bei *myheimat.de*, ‚Lebendiger Austausch‘, verweist auf ein buntes Angebot von Fotos, verschiedenen Themen und unterschiedlichen Menschen, die zu Wort kommen. Lebhaftige Diskussionen und Berichte schaffen eine anschauliche Berichterstattung. Dieser Faktor erklärt die meiste Varianz und umfasst eine ganze Reihe von Items mit hoher Zustimmung. Der zweite Faktor, ‚Lokale Information‘, bündelt die Berichterstattung über lokale und regionale Themen, die in anderen Medien eher zu kurz kommen. Der dritte Faktor, ‚Vertrauenswürdigkeit‘, bezieht sich auf Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit der Berichterstattung.

**Tabelle 6: Faktorenlösung zu den strukturellen Gratifikationen der Tageszeitung**

Was schätzen Sie am Lokalteil Ihrer Tageszeitung?	Faktor 1 Lokale Information	Faktor 2 Lebendiger Austausch	Faktor 3 Vertrauens- würdigkeit
<i>Ich schätze am Lokalteil meiner Tageszeitung, dass ...</i>			
... ich dort viel über lokale Besonderheiten erfahre. (2,82)	,822		
... ich dort Dinge erfahre, die in anderen Medien zu kurz kommen. (2,37)	,765		
... dort über so viele verschiedene Themen berichtet wird. (2,42)	,605		
... dort auf Probleme und Ungerechtigkeiten in meiner Region aufmerksam gemacht wird. (2,33)	,566		
... dort alle zu Wort kommen können, die etwas mitteilen möchten. (1,25)		,823	,436
... dort lebhaftige Diskussionen entstehen. (1,29)		,812	
... es so viele interessante Fotos gibt. (1,70)		,721	
... er eine glaubwürdige Quelle ist. (2,53)			,830
... er mir eine unabhängige Berichterstattung bietet. (2,12)			,789
erklärte Varianz	25,5 %	25,5 %	21,0 %

Was schätzen Sie am Lokalteil Ihrer Tageszeitung?	Faktor 1 Lokale Information	Faktor 2 Lebendiger Austausch	Faktor 3 Vertrauens- würdigkeit
<i>Ich schätze am Lokalteil meiner Tageszeitung, dass ...</i>			
Cronbachs $\alpha$	,820	,794	,785
Mittelwerte	2,49	1,41	2,33

n = 371-378 (paarweiser Fallausschluss); Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation (rotierte Komponentenmatrix); Abbruchkriterium: Scree-Test; KMO = ,906; erklärte Gesamtvarianz = 72 %; Faktorladungen mit dem Betrag  $< ,400$  werden in der Darstellung unterdrückt; Mittelwerte in Klammern angegeben; Skala von 0 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 4 ‚stimme voll und ganz zu‘.

Die Faktorenlösung für den Lokalteil der Tageszeitung weist starke Ähnlichkeiten zu der von *myheimat.de* auf: Der erste Faktor entspricht annähernd dem Faktor ‚Lokale Information‘ bei *myheimat.de* und ist deshalb entsprechend gleich benannt. Er umfasst allerdings zusätzlich das Item zur Themenvielfalt, welches bei *myheimat.de* auf den Faktor ‚Lebendiger Austausch‘ lädt. Der zweite Faktor, ‚Lebendiger Austausch‘, unterscheidet sich vom gleichnamigen Faktor bei *myheimat.de* vor allem durch die höhere Wertschätzung verschiedener Meinungen. Auf diesem zweiten Faktor versammeln sich bei der Tageszeitung allerdings die Items mit der geringsten Zustimmung; die Bedeutung des Faktors ist hinsichtlich des Anteils der erklärten Varianz hoch, insgesamt sind die einzelnen Items, welche bei der Tageszeitung hier gebündelt werden, die, auf denen die Tageszeitung schlecht abschneidet. Der dritte Faktor ist wie bei *myheimat.de* die ‚Vertrauenswürdigkeit‘.

Die Bewertungsdimensionen für beide Medien sind somit trotz unterschiedlicher Nutzungsmotive ähnlich, die Nutzer bewerten jeweils Inhalte, Diskurspotential sowie die Vertrauenswürdigkeit. Diese faktoranalytische Reduktion auf die Grundmuster zeigt eine strukturelle Ähnlichkeit in den Bewertungsmustern. Auch wenn möglicherweise die Erwartungen an das jeweilige Medium andere sind, so sind doch die Maßstäbe vergleichbar, auf denen die Medien bewertet werden. Spannend sind die deutlichen Differenzen bei dem Faktor „Lebendiger Austausch“: Während dieser für *myheimat.de* die Gratifikationen bündelt, auf denen hohe Zustimmung gemessen wurde, bündelt er bei der Tageszeitung die mit der geringsten Zustimmung. An diesem Punkt liegen also deutliche Gratifikationsunterschiede zwischen den Medien vor.

Bei den *strukturellen Restriktionen* umfasst der erste Faktor, ‚Strukturmangel‘, bei *myheimat.de* die Kritik an der strukturellen Unübersichtlichkeit des Angebots und der formalen Qualität der Beiträge (siehe Tab. 7). Gleichzeitig laden hier Items zur Themenrelevanz. Faktor zwei und drei beziehen sich auf Inhalte der Berichterstattung. Der zweite Faktor, ‚Lückenhafte Lokalinformation‘, bündelt die Kritik an der wenig aktuellen lokalen Berichterstattung und die fehlende kontinuierliche Verfolgung von Themen. Der dritte Faktor, ‚Defizit politischer Informationen‘, umfasst den Mangel an politischer und kritischer Berichterstattung. Im vierten Faktor finden sich die Items zur kritischen Einstellung gegenüber ‚Werbung‘.

Für die Tageszeitung ergibt die Faktoranalyse zu den strukturellen Restriktionen ein leicht modifiziertes Bild, in welchem sich dennoch deutliche strukturelle Ähnlichkeiten erkennen lassen (siehe Tab. 8). Der erste Faktor umfasst Kritik an

der Themenrelevanz, der formalen Qualität der Beiträge und der mangelnden Kontinuität und attestiert damit eine ‚mangelhafte publizistische Qualität‘. Bis auf das Merkmal der mangelnden Themenkontinuität ähnelt dieser Faktor dem Faktor ‚Strukturmangel‘ von *myheimat.de* (dort ergänzt um Themenunübersichtlichkeit). Das Bewertungskriterium der Struktur und formalen Qualität wird also an beide Medien angelegt, jeweils ergänzt um eine spezifische Nutzererfahrung.

**Tabelle 7: Faktorenlösung zu den strukturellen Restriktionen von *myheimat.de***

Was gefällt Ihnen an <i>myheimat.de</i> nicht so gut?	Faktor 1 Struktur- mangel	Faktor 2 Lückenhafte Lokalinforma- tionen	Faktor 3 Defizit poli- tischer In- formationen	Faktor 4 Werbung
<i>Mich stört an myheimat.de, dass ...</i>				
... man durch die Vielzahl der Berichte leicht den Überblick verliert. (1,72)	,767			
... viele Artikel nicht gut geschrieben sind (z. B. in Bezug auf Unterhaltsamkeit, Rechtschreibung etc.). (1,52)	,677			
... häufig über unwichtige Themen geschrieben wird. (1,86)	,640			,413
... dort immer über die gleichen Themen berichtet wird. (1,38)	,590			
... auf aktuelle Themen in meiner Region nicht genügend aufmerksam gemacht wird. (1,32)		,738		
... Themen nicht dauerhaft verfolgt werden, man also nicht weiß, wie sie sich weiterentwickeln. (1,63)		,649		
... dort Aktuelles aus kleineren Orten und Informationen, die nur kleinere Gruppen interessieren, keinen Platz haben. (1,06)		,637		
... ich dort zu wenig politische Informationen erhalte. (1,05)			,856	
... sich die Artikel nur selten mit kritischen Themen beschäftigen. (1,48)			,715	
... dort zu viel Werbung gemacht wird. (1,54)				,778
... man nicht genau weiß, ob hinter den Artikeln Werbeinteressen stehen. (1,35)				,636
erklärte Varianz	19,2 %	15,9 %	15,5 %	15,2 %
Cronbachs $\alpha$	,762	,661	,682	,547
Mittelwerte	1,63	1,34	1,25	1,41

n = 390-396 (paarweiser Fallausschluss); Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation (rotierte Komponentenmatrix); KMO = ,878; erklärte Gesamtvarianz = 65,8 %; Faktorladungen mit dem Betrag < ,400 werden in der Darstellung unterdrückt; Mittelwerte in Klammern angegeben; Skala von 0 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 4 ‚stimme voll und ganz zu‘.

Faktor zwei steht für ‚Intransparenz‘ im Hinblick auf ein Zuviel an Werbung, deren mangelnde Kennzeichnung und eine generell fehlende Übersichtlichkeit, dieser Faktor ist dem Faktor ‚Werbung‘ von *myheimat.de* vergleichbar. Bei der Tageszeitung ist der Anteil der durch ihn erklärten Varianz jedoch etwas höher. Interessant ist, dass die fehlende Übersichtlichkeit der Tageszeitung im Zusammenhang mit zu viel Werbung und PR-Einflüssen gemacht wird, bei *myheimat.de* diese beiden Items jedoch alleine stehen; möglicherweise ist Werbung und PR auf der Plattform besser für den Nutzer zu erkennen, da bei jedem Beitrag ein Kommunikator (mit Klarnamen) als Absender steht. Der dritte Faktor, ‚Lückenhafte Lokalinformation‘, unterscheidet sich vom selben Faktor bei *myheimat.de* dadurch, dass bei der Community hier zusätzlich die mangelnde Kontinuität zugeordnet wird. Der vierte Faktor entspricht dem Faktor ‚Defizit politischer Informationen‘ bei *myheimat.de* und umfasst die gleichen Items. Auch bei der kritischen Betrachtung der beiden Medien legen die Rezipienten also durchaus vergleichbare Muster zugrunde, jeweils leicht adaptiert auf die spezifischen publizistischen Besonderheiten des Angebots. Unterschiede ergeben sich auch hier im Gewicht der einzelnen Faktoren.

**Tabelle 8: Faktorenlösung zu den strukturellen Restriktionen der Tageszeitung**

Was gefällt Ihnen am Lokalteil Ihrer Tageszeitung nicht so gut?	Faktor 1 Mangelhafte publizistische Qualität	Faktor 2 Intransparenz	Faktor 3 Lückenhafte Lokal- information	Faktor 4 Defizit politischer Informationen
<i>Mich stört am Lokalteil meiner Tageszeitung, dass ...</i>				
... häufig über unwichtige Themen geschrieben wird. (1,77)	,803			
... viele Artikel nicht gut geschrieben sind (z. B. in Bezug auf Unterhaltsamkeit, Rechtschreibung etc.). (1,13)	,770			
... dort immer über die gleichen Themen berichtet wird. (1,44)	,588			,413
... Themen nicht dauerhaft verfolgt werden, man also nicht weiß, wie sie sich weiterentwickeln. (1,77)	,514			
...dort zu viel Werbung gemacht wird. (1,29)		,744		
... man nicht genau weiß, ob hinter den Artikeln Werbeinteressen stehen. (1,16)		,740		
... man durch die Vielzahl der Berichte leicht den Überblick verliert. (0,92)		,685	,448	
... dort Aktuelles aus kleineren Orten und Informationen, die nur kleinere Gruppen interessieren, keinen Platz haben. (1,69)			,858	

Was gefällt Ihnen am Lokalteil Ihrer Tageszeitung nicht so gut?	Faktor 1 Mangelhafte publizistische Qualität	Faktor 2 Intransparenz	Faktor 3 Lückenhafte Lokal- information	Faktor 4 Defizit politischer Informationen
<i>Mich stört am Lokalteil meiner Tageszeitung, dass ...</i>				
... auf aktuelle Themen in meiner Region nicht genügend aufmerksam gemacht wird. (1,57)			,747	
... ich dort zu wenig politische Informationen erhalte. (1,19)				,816
... sich die Artikel nur selten mit kritischen Themen beschäftigen. (1,59)	,450			,650
erklärte Varianz	20,7 %	16,9 %	16,7 %	13,6 %
Cronbachs $\alpha$	,771	,684	,726	,656
Mittelwerte	1,54	1,12	1,62	1,38

n = 363-372 (paarweiser Fallausschluss); Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation (rotierte Komponentenmatrix); Abbruchkriterium: Scree-Test; KMO = ,896; erklärte Gesamtvarianz = 67,9 %; Faktorladungen mit dem Betrag < ,400 werden in der Darstellung unterdrückt; Mittelwerte in Klammern angegeben; Skala von 0 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 4, ‚stimme voll und ganz zu‘.

Der von den Befragten vermittelte Eindruck von *myheimat.de* und der Lokalzeitung ist dabei durchaus ambivalent. Am meisten geschätzt wird bei *myheimat.de* einerseits die ‚Lebendige Vielfalt‘, andererseits fühlen sich die Nutzer aber von damit verbundenen nachteiligen Effekten gestört: Das bezieht sich vor allem auf den Strukturangel ebenso wie auf die mangelnde ‚Vertrauenswürdigkeit‘. Der Lokalteil der Tageszeitung zeichnet sich demgegenüber durch eine Wertschätzung der ‚Lokalen Information‘ aus, gleichzeitig wird die ‚Lückenhafte Lokalinformation‘, vor allem bezogen auf das eigene Umfeld, kritisiert.

## 5. Fazit und Diskussion

Diese Studie ging zwei eingangs formulierten Fragen nach. Die erste Forschungsfrage stellte die Nutzungsmotive der Zuwendung zu einer lokalen Bürgerjournalismusplattform im Netz und einer klassischen Lokalzeitung in den Mittelpunkt und fragte zusätzlich danach, in welchem funktionalen Verhältnis die beiden lokalen Informationsangebote stehen. Die Ergebnisse zeigen, dass die befragten Nutzer unterschiedliche Erwartungen an *myheimat.de* und die Tageszeitung stellen. Die Nutzungsmotive unterscheiden sich: Während bei *myheimat.de* die soziale Interaktion, Neugierde und Orientierung im Vordergrund steht, liegt der Schwerpunkt der Tageszeitungsnutzung auf dem Informations- und Orientierungsbedürfnis. Daraus können sich in Folge verschiedene Anspruchsniveaus in den Erwartungen an beide Angebote ergeben.

Für die Nutzer stehen die beiden Kommunikationstypen in einem funktionalen Komplementaritätsverhältnis. Der lokalen Tageszeitung droht keine ernsthafte Konkurrenz durch das bürgerjournalistische Netzwerk, die Nutzer sehen und

schätzen es vor allem als Angebotserweiterung durch Laien-Beiträge im Sinne einer The-more-the-more-Komplementarität. *myheimat.de* ergänzt also die Berichterstattung der lokalen Tageszeitung und profiliert sich in dieser Analyse als komplementäres Medium, das die regionale und lokale Berichterstattung der traditionellen Lokalzeitung erweitern kann. Die Strategie des Verlages, durch ein neues partizipatives Angebot seine lokale Stellung zu stärken, scheint also aufzugehen. Für die Tageszeitung wünschen sich die Befragten sogar mehr bürgerjournalistische Beiträge. Mehr redaktionelle Beiträge auf der bürgerjournalistischen Plattform werden von ihnen jedoch nicht befürwortet. Crossmedialität im Sinne einer engeren Verzahnung beider Angebote ist für unsere Befragten kein Zukunftsmodell. Das zeigt ihr Bedürfnis nach klarer funktionaler Differenzierung – bürgerjournalistische Plattformen sollen Laien vorbehalten bleiben.

In Anlehnung an Mögerle (2009) standen, neben den inhaltlichen Gratifikationen der ersten Forschungsfrage, in der zweiten Forschungsfrage die strukturellen Gratifikationen und Restriktionen im Untersuchungsfokus. Was schätzen die Nutzer an den Nutzungsmöglichkeiten des Webmediums und was an der Tageszeitung? Welche Inhaltsstrukturen und spezifischen Angebotsqualitäten schätzen sie, und welche empfinden sie als störend? Den Nutzern gefallen die lebendigen Inhalte von *myheimat.de* und die Vielfalt der Themen und Autoren. Sie wissen zu schätzen, dass durch die Offenheit des Zugangs auch medial vernachlässigte Themen und lokale Besonderheiten zu finden sind. Das Bürgerportal bietet somit lebendige Vielfalt und lokale Information. Gleichzeitig wird der Strukturmangel (sowohl in den Artikeln als auch auf der Plattform) als störend empfunden ebenso wie ein zu geringes Angebot an aktuellen Lokalthemen und politischen Informationen. Diese Mängel führen jedoch nicht zu einer Abwertung des partizipativen Angebots in der Gesamtbewertung. Dies weist auf die unterschiedlichen Qualitätserwartungen zwischen professionellen und partizipativen journalistischen Angeboten hin, wie sie auch in anderen Studien attestiert werden (z. B. Trepte, Reinecke, & Behr, 2008).

Wir haben für diese Studie die Befragten auf *myheimat.de* rekrutiert, also die Nutzer eines partizipatorisch-professionellen Formats befragt. Es ist daher davon auszugehen, dass sie sich nicht nur mit möglichen funktionalen Äquivalenten (Neuberger, 2008) auf dem lokalen Medienmarkt auskennen, sondern dieses eine schon schätzen gelernt haben. Dies ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen. Fast ausnahmslos alle Befragten verfügen aber auch über die Kompetenz, Lokalzeitungen zu beurteilen, da sie durchweg intensive Lokalzeitungsleser sind. Die Kritik an den lokalen Printmedien basiert damit auf Nutzererfahrung: Unwichtige Themen, zu wenig kontinuierliche Lokalberichterstattung, Fokussierung auf die größeren Regionen – die Ergebnisse zeigen, dass die, insgesamt geschätzte, Tageszeitung Verbesserungspotential hat, obwohl sie (noch) als glaubwürdige Quelle gilt. Ob und inwieweit es partizipativen Angeboten gelingt, echte Ergänzungen im Sinne von vergrößerter publizistischer Vielfalt zu bieten, konnte durch eine reine Befragung nicht geklärt werden, hierzu bedarf es inhaltsanalytischer Ansätze. Zumindest aber nehmen die Nutzer die neuen Angebote auch deswegen wahr, weil hier Themen behandelt werden und Menschen zu Wort kommen, die in anderen Medien zu kurz kommen.

Auch wenn die Ergebnisse auf ein komplementäres Verhältnis hinweisen, bedeuten sie für die lokale Tageszeitung, dass sie sich auf Wandel einstellen muss, mindestens in den Regionen, in denen sich Bürgerreporter-Portale als lokale Informationsanbieter etablieren. Auch andere, hier nicht untersuchte, partizipative Angebote können die lokalen Angebotsstrukturen noch zusätzlich erweitern und funktionale Alternativen mit sich bringen. Konkurrenz kann dabei insbesondere von Angeboten entstehen, bei denen es keine Verlagsbeteiligung gibt. Sublokale Informationen, Soft News und Unterhaltsames aus der Region, auch von Laienjournalisten erstellt und über das Internet verbreitet, könnten eine gesteigerte Akzeptanz finden. Die Ansprüche an die lokale Tageszeitung verändern sich durch eine stärkere Differenzierung: Die Leser, darauf weisen unsere Ergebnisse hin, erwarten dann stärker einen harten Journalismus über wichtige Themen mit hohem Lokalbezug. Vom professionellen Journalismus wird eine deutliche Abgrenzung zum partizipativen Journalismus durch die Information über relevante Themen und die Einhaltung journalistischer Qualitätsstandards erwartet.

Für die Lokalzeitungen ergäbe sich aus einer solchen komplementären „Arbeitsteilung“ jedoch auch ein Vorteil: Die Berichterstattung über bestimmte Themen (z. B. die Berichterstattung über Vereinsaktivitäten oder kleine Veranstaltungen) durch Bürgerjournalisten setzt Personalressourcen der Verlage frei für anspruchsvollen Lokaljournalismus, der sich den Themen widmen kann, die wichtig sind und langfristig verfolgt werden sollten.

## Literatur

- Arnold, K. (2009). *Qualitätsjournalismus: Die Zeitung und ihr Publikum. Forschungsfeld Kommunikation*. Konstanz: UVK.
- Beyer, A., & Carl, P. (2004). *Einführung in die Medienökonomie*. Konstanz: UVK.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Brandt, S. (2010). *Darf's noch etwas Heimat sein? Eine empirische Analyse von myheimat.de als Konkurrenz zur lokalen Tageszeitung aus Sicht der Nutzer*. Unveröffentlichte Masterarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover.
- Braun, B. (2008, 21. Juli). *Erstes Bürgerreporter-Treffen Deutschlands*. Zugriff am 19.10.2010 unter [http://blog.myheimat.de/wp-content/uploads/2008/12/2008\\_07\\_21\\_pm\\_usermatinee\\_myheimat.pdf](http://blog.myheimat.de/wp-content/uploads/2008/12/2008_07_21_pm_usermatinee_myheimat.pdf).
- Braun, B. (2009, 15. Juni). *myheimat.de definiert Globales Dorf neu. Gelungene Symbiose für Bürger- und Lokaljournalismus*. Zugriff am 19.10.2010 unter [http://blog.myheimat.de/wp-content/uploads/2008/12/060209\\_PM\\_-myheimat-definiert-Globales-Dorf-neu\\_final\\_mm\\_bb\\_MM-ohne-mail.pdf](http://blog.myheimat.de/wp-content/uploads/2008/12/060209_PM_-myheimat-definiert-Globales-Dorf-neu_final_mm_bb_MM-ohne-mail.pdf).
- Bruns, A. (2009). *Citizen journalism and everyday life: A case study of Germany's myheimat*. Zugriff am 10.3.2010 unter <http://snurb.info/files/talks2009/Citizen%20Journalism%20and%20Everyday%20Life.pdf>.
- Büffel, S. (2008). Crossmediale Transformationen lokaler Öffentlichkeiten: Strategien von Zeitungsverlagen im Social Web. In A. Zerfaß, M. Welker, & J. Schmidt (Hrsg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkung im Social Web. Grundlagen und Methoden*:

- Von der Gesellschaft zum Individuum. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik* (S. 134-153). Köln: Halem.
- Dimmick, J. W. (2003). *Media competition and coexistence. The theory of the niche*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Engesser, S. (2008). Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In A. Zerfaß, M. Welker, & J. Schmidt (Hrsg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkung im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik* (S. 47-71). Köln: Halem.
- Engesser, S., & Wimmer, J. (2009). Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet. *Publizistik*, 54(1), 43-63.
- Fisch, M., & Gscheidle, C. (2008). Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. *Media Perspektiven*, o. Jg. (7), 356-364.
- Haas, S., Trump, T., Gerhards, M., & Klingler, W. (2007). Web 2.0: Nutzung und Nutzertypen: Eine Analyse auf der Basis quantitativer und qualitativer Untersuchungen. *Media Perspektiven*, o.Jg.(4), 215-222.
- Hagen, L. M. (1998). Online-Nutzung und Nutzung von Massenmedien: Eine Analyse von Substitutions- und Komplementärbeziehungen. In P. Rössler (Hrsg.), *Online-Kommunikation. Beiträge zur Nutzung und Wirkung* (S. 105-122). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hagen, L. M. (1999). Online-Medien: Substitution oder Komplement? Zusammenhänge mit Nutzungsintensität und Reichweiten von Massenmedien. In M. Knoche, & G. Siegert (Hrsg.), *Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation* (S. 125-146). München: R. Fischer.
- Hagen, L. M. (2002). *Riepls Gesetz im Online-Zeitalter. Eine Sekundäranalyse über die Grenzen der Substitution von Massenmedien durch das Internet*. Zugriff am 10.09.2010 unter <http://www.mediasprut.ru/jour/beitraege/riepl.shtml>.
- Haller, M. (1997). Die besondere Attraktion des Lokalen: das Wirtshaus, der Friedhof und Begegnungen der Dritten Art. In G. Bentele, & M. Haller (Hrsg.), *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen* (S. 431-444). Konstanz: UVK.
- Hamann, M. (2009, 1. Oktober). Regiowikis: Bürgerjournalismus durch die Hintertür. *Spiegel Online*. Zugriff am 12.03.2010 unter <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,651866,00.html>.
- Handstein, H. (2010). *Qualität im lokalen Zeitungsjournalismus: Theoretischer Entwurf und empirische Fallstudie*. München: AVM.
- Heidbüchel, B. (2007). „Dein Publikum wartet!“ *Nutzerbeteiligung auf journalistischen Websites am Beispiel von jetzt.de*. Unveröffentlichte Magisterarbeit, Universität Münster.
- Herrmann, C. (1993). *Im Dienste der örtlichen Lebenswelt: Lokale Presse im ländlichen Raum*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Huber, M. & Möller, M. (2008). Hybride Medienplattformen am Beispiel von *myheimat*. In B. H. Hass, T. Kilian, & G. Walsh (Hrsg.), *Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien* (S. 305-319). Berlin: Springer-Verlag.
- Jonscher, N. (1995). *Lokale Publizistik: Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Ein Lehrbuch*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.

- Kiefer, M.-L. (2005). *Medienökonomik: Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien* (2., vollständig überarbeitete Aufl.). München: Oldenbourg.
- Knippelmeyer, M. (2007). *Deutsche halten Lokalzeitungen für vertrauenswürdigste Quelle in der bundesdeutschen Medienlandschaft: TNS Emnid fragt Verbraucher nach den vertrauenswürdigsten Informationsquellen*. Zugriff am 18.4.2008 unter [http://www.tns-emnid.com/presse/pdf/presseinformationen/2007\\_09\\_12\\_TNS\\_Emid\\_VertrauenMedien.pdf](http://www.tns-emnid.com/presse/pdf/presseinformationen/2007_09_12_TNS_Emid_VertrauenMedien.pdf).
- Kopp, M., & Schönhagen, P. (2008). Die Laien kommen! Wirklich? Eine Untersuchung zum Rollenselbstbild sogenannter Bürgerjournalistinnen und Bürgerjournalisten. In T. Quandt, & W. Schweiger (Hrsg.), *Journalismus online – Partizipation oder Profession?* (S. 79-94). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kretzschmar, S., Möhring, W., & Timmermann, L. (2009). *Lokaljournalismus*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lacy, S., Duffy, M., Riffe, D., Thorson, E., & Fleming, K. (2010). Citizen journalism web sites complement newspapers. *Newspaper Research Journal*, 31(2), 34-46.
- Langer, U. (2010). Journalismus unter Zugzwang. *Tendenz, o. Jg.*(2), 8-11.
- Lenart, A., & Fox, S. (2006). Bloggers: A portrait of the internet's new storytellers. Zugriff am 19.10.2010 unter <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2006/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf.pdf>.
- Lindenberg, S. (1985). An assessment of the new political economy: Its potential for the social sciences and for sociology in particular. *Sociological Theory*, 3(1), 99-114.
- Maier, M. (2008). Den Lesern eine Stimme geben. In T. Quandt, & W. Schweiger (Hrsg.), *Journalismus online – Partizipation oder Profession?* (S. 243-248). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mögerle, U. (2009). *Substitution oder Komplementarität? Die Nutzung von Online- und Print-Zeitungen im Wandel*. Konstanz: UVK.
- Möhring, W. (2001). *Die Lokalberichterstattung in den neuen Bundesländern: Orientierung im gesellschaftlichen Wandel*. München: R. Fischer.
- Neuberger, C. (2007). Nutzerbeteiligung im Online-Journalismus: Perspektiven und Probleme der Partizipation im Internet. In H. Rau (Hrsg.), *Zur Zukunft des Journalismus* (S. 61-94). Frankfurt am Main: Lang.
- Neuberger, C. (2008). Internet und Journalismusforschung. Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In T. Quandt, & W. Schweiger (Hrsg.), *Journalismus online – Partizipation oder Profession?* (S. 17-42). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Neuberger, C. (2009). Internet, Journalismus und Öffentlichkeit: Analyse des Medienumbruchs. In C. Neuberger, C. Nuernbergk, & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession, Partizipation, Technisierung* (S. 19-105). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Neumann, M. (1995). *Theoretische Volkswirtschaftslehre* (4. überarbeitete Aufl.). München: Vahlen.
- Outing, S. (2005). The 11 layers of citizen journalism. *Poynter Online*. Zugriff am 19.10.2010 unter [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=83126](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126).
- Postill, J. (2008). Localizing the Internet beyond communities and networks. *New Media and Society*, 10(3), 413-431.
- Quandt, T., & Koch, A. (2009). „Wir sind doch nicht YouTube!“ [Elektronische Version]. *Message, o.Jg.*(3), 56-65.

- Rössler, P. (2003). Online-Kommunikation. In G. Bentele (Hrsg.), *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 504-522). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Roth, J. (2005). *Internetstrategien von Lokal- und Regionalzeitungen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schönbach, K. (1997). Das hyperaktive Publikum: Essay über eine Illusion. *Publizistik*, 42(3), 279-286.
- Schönbach, K. (2005). „Das Eigene im Fremden“. Zuverlässige Überraschung – eine wesentliche Medienfunktion? *Publizistik*, 50(3), 344-352.
- Schönbach, K. (2008). Das Prinzip der zuverlässigen Überraschung: Bürgerjournalismus und die Zukunft der traditionellen Nachrichtenmedien. In W. Loosen, B. Pörksen, & A. Scholl (Hrsg.), *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis* (S. 503-512). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schramm, H., & Hägler, T. (2007). Musikhören im MP3-Zeitalter: Substitutions-, Komplementaritäts- oder „more and more“-Effekte? *Medien & Kommunikationswissenschaft* (Sonderband), 120-137.
- Schweiger, W., & Qiring, O. (2007). User-Generated Content auf massenmedialen Websites – eine Spielart der Interaktivität oder etwas völlig anderes? In M. Friedrichsen, W. Mühl-Benninghaus, & W. Schweiger (Hrsg.), *Neue Technik, neue Medien, neue Gesellschaft? Ökonomische Herausforderungen der Onlinekommunikation* (S. 97-122). München: R. Fischer.
- Trepte, S., & Baumann, E. (2004). „More and More“ oder Kannibalisierung? Eine empirische Analyse der Nutzungskonvergenz von Nachrichten und Unterhaltungsangeboten in TV und WWW. In U. Hasebrink, L. Mikos, & E. Prommer (Hrsg.), *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen* (S. 173-197). München: R. Fischer.
- Trepte, S., Baumann, E., & Borges, K. (2000). Big Brother: Unterschiedliche Nutzungsmotive des Fernseh- und Webangebots? Ergebnisse einer Studie zu Substitutions- und Komplementärbeziehungen der Fernseh- und Onlinenutzung. *Media Perspektiven*, o. Jg.(12), 550-561.
- Trepte, S., Reinecke, L., & Behr, K.-M. (2008). Qualitätserwartungen und ethischer Anspruch bei der Lektüre von Blogs und von Tageszeitungen. *Publizistik*, 53(4), 509-534.
- Trump, T., Klingler, W., & Gerhards, M. (2007). „Web 2.0“ – Begriffsdefinition und eine Analyse der Auswirkungen auf das allgemeine Mediennutzungsverhalten: Grundlagenstudie des Markt- und Medienforschungsinstitutes result in Zusammenarbeit mit der Medienforschung des Südwestrundfunks. Zugriff am 12.03.2010 unter <http://www.wissen.dsft-berlin.de/viewsite.php?link=1000>.
- Weischenberg, S. (1995). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Winterbauer, S. (2009). „Ich bin die Zukunft des Lokaljournalismus“. Hardy Prothmann und sein heddeshaimblog. *Meedia – online*, Zugriff am 9.10.2010 unter [http://meedia.de/nc/details-topstory/article/ich-bin-die-zukunft-des-lokaljournalismus\\_100024672.html](http://meedia.de/nc/details-topstory/article/ich-bin-die-zukunft-des-lokaljournalismus_100024672.html).

## Local participatory journalism: Complement or compete with the newspaper?

### A user survey on the relationship between participatory and professional local journalism on the example of *myheimat.de*

Users' participation in the creation of news is also popular in local communication. Participatory media platforms on a local level are a new challenge for publishing houses and local journalists (Kretzschmar, Moehring, & Timmermann, 2009, p. 78). It may also have a better chance in this field because everyone can express his thoughts about the local community. No expert knowledge is required (Bruns, 2009). In addition, with increasing user numbers, the internet becomes a more local medium (Postill, 2008, p. 414). The question, if a serious competitor to classical local media establishes itself here, is becoming more present.

There are different forms of participatory journalism (Engesser, 2008). The present study focuses on one of this forms, the participative professional local journalism. There users write articles about topics of their choice and a professional editorial department supervises the platform. The case example of this article, *myheimat.de*, is what Outing (2005) calls a "stand-alone citizen journalism site" (Paragraph 39). It is established separately from the main newspaper brand, consists mainly of articles from the community and has a clear local focus. In addition, there is a print version for which a professional working editorial team rearranges the content and which is distributed for free.

For the main publishing house in the region Hannover, *Madsack*, who holds a significant part of *myheimat.de*, this platform is a strategy to broaden their media portfolio in the region and further strengthen their local standing. However, to what extent can participatory formats add to or compete with professional local journalism? On the one hand, this article examines if *myheimat.de* could also be a self-created competitor for Madsack. On the other hand, we test the euphoric hopes that forms of participative journalism may improve the local media coverage. Therefore, we examined how users of the website *myheimat.de* recognize this platform in comparison to the local newspaper, which expectations the users have towards these media channels and which functions they fulfil for them.

#### *Theoretical Background and Research Design*

The theoretical background for this survey are approaches which focus on substitutability and possible complements to media technologies. These approaches are applied to the specific gratifications and restrictions of the participative and professional journalism. Early substitution theories (Increase-decrease-hypothesis or The-more-the-less-hypothesis; Moegerle, 2009, p. 61f.) are being extended by functional approaches. They assume that for the question, if media compete with or are a complement to each other, the functional relationship between the media is crucial (Moegerle, 2009, p. 66). Central to the consumer choice theory of microeconomics is the individual decision process for and against the use of media (Neumann, 1995, p. 109). The user tends to maximize its outcome and minimize its costs

(Hagen, 1999, 2002; Moegerle, 2009, p. 116). The uses and gratifications approach sees media as functional alternatives (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 511; Blumler & Katz, 1974). The recipients' reasons for media use are in the main focus of this approach. These reasons are equivalent to the expected outcome of media use which is a central part of the consumer choice theory (Hagen, 1998, p. 108). Moegerle (2009) combined the consumer choice theory, the uses and gratifications approach, the selective exposure theory, the theory of the niche (Dimmick, 2003) and the RREEMM model (Resourceful, Restricted, Expecting, Evaluating, Maximizing Man; Lindenberg, 1985) to an extended functional model of substitution and complementary (FMSC). Aim of this model is to explain media use respectively substitutive and complementary patterns of use (Moegerle, 2009, p. 192).

In our study, this model is used as a basis and as a source for our survey. In comparison to Moegerle (2009), however, who focused on the difference between two media channels (online and printed newspaper), the present study neglects the gratifications and restrictions of the media platforms. Instead, it focuses on the structural gratifications and restrictions – the strengths and weaknesses – which evolve from the specifics of participatory and professional journalism.

The following research questions are addressed: (1) Which gratifications are provided by *myheimat.de* with regard to content and how do the expectations of using *myheimat.de* and the local section of the newspaper relate to each other? (2) Which structural gratifications and restrictions are recognized by the users of *myheimat.de* when using participative and professional local journalism, how do they evaluate the offers and which patterns can be found?

To answer these questions, 412 users of the website *myheimat.de* were interviewed in an online survey about their use and evaluation of *myheimat.de* compared to their local newspaper (see Brandt, 2010 for details). They were recruited through the website and a newsletter for registered users. The sample is not representative for the population of *myheimat.de* users because of the self-selection of the interviewees. The users are also able to evaluate the local newspaper because nearly all of them read a newspaper: 68 per cent of the interviewees use the local newspaper on a daily basis; only six per cent do not use it at all.

## Results and Discussion

*Why do people read the local newspaper and why do they use participatory content on the internet?* Respondents perceive significant functional differences between the media: *myheimat.de* is especially used for fun, as a pastime and because of interest in articles written by people from the user's community. The central function of the local newspaper is information and orientation. However, local orientation is an important reason for the use of both media types. It seems as if they do not compete in terms of the other reasons.

Asked directly, the interviewees regard *myheimat.de* and the local newspaper not as substitutive but rather as complementary media. They agree especially to items which constitute a the-more-the-more complementarity of both media types.

*Which advantages and disadvantages do users see in myheimat.de and the local newspaper?* The respondents clearly see the advantages of participatory journal-

ism: access for everyone, a wide range of topics and additional topics which cannot be found in classical media channels. They value vividly and richly illustrated information about various (regional) topics which cannot be found in other media channels, lively discussions and the authors' independence. The advantage of the local newspaper is a higher credibility. Professional journalism offers obviously (still) more reliability.

With regard to the restrictions, the local newspaper is criticized for a lack of relevance of the topics, missing continuity and a lack of sublocal coverage and regional topics. Especially as far as the latter aspect is concerned, *myheimat.de* was clearly better evaluated. For both media types, the lack of structure is criticized as well as a lack of current local topics and political information. However, these restrictions do not result in a worse overall evaluation of the participatory platform. It is especially astonishing that *myheimat.de* gets an even (slightly) better rating for political information than the local newspaper. These results indicate that expectations differ with regard to the news coverage. This can also be found in other studies (e.g. Trepte, Reinecke, & Behr, 2008). These expectations in turn have influence on the respective evaluation.

In sum, the citizen journalism network *myheimat.de* is rather appreciated as an addition to the daily newspaper, it is not considered to be a substitute. It represents no serious threat to the local newspaper. Users rather see and value it as an expansion of the local media canon in the sense of a the-more-the-more complementarity. *myheimat.de* can expand the regional and local media coverage. Thus, the publisher's strategy to strengthen its position in the local media system by providing a participatory platform seems to be successful. The respondents even wish for more articles written by participatory journalists published in the local newspaper. On the other hand, they do not want more articles written by professional journalists to be found on *myheimat.de*. They need a clear functional differentiation between both media channels – the participatory journalism platforms should be reserved for citizen journalists.

However, there is also evidence that participatory media might initiate a shift of function in professional local journalism: In future, entertaining and sublocal subjects as well as soft news might become a domain of participatory journalists; daily newspapers should then focus more on sophisticated and – above all – political information. It can be more and more expected from professional journalists to distinguish themselves clearly from participatory journalism by providing information about relevant topics and stick to journalistic quality standards. There is also an advantage for local newspapers which results from such a “division of work”: The coverage of specific topics (e.g., activities of local associations or small local events) by citizen journalists can be a relief to the editorial team of local newspapers. The professional journalists can focus on more important topics and observe them on the long run.

Users also recognize the new participatory platforms in a positive way because they offer topics which are not covered by classical media and because people may speak up who otherwise would have no opportunity to do so. However, this survey cannot determine if and to what extent participatory platforms may pro-

vide a true complement in the sense of more diversity in the media. This can only be examined by a content analysis and is a topic for further research.

## References

- Blumler, J.G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Brandt, S. (2010). *Darf's noch etwas Heimat sein? Eine empirische Analyse von myheimat. de als Konkurrenz zur lokalen Tageszeitung aus Sicht der Nutzer*. Unpublished Master Thesis, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover.
- Bruns, A. (2009). Citizen journalism and everyday life: A case study of Germany's myheimat. Retrieved March 10, 2010, from <http://snurb.info/files/talks2009/Citizen%20Journalism%20and%20Everyday%20Life.pdf>.
- Dimmick, J.W. (2003). *Media competition and coexistence. The theory of the niche*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Engesser, S. (2008). Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In A. Zerfaß, M. Welker, & J. Schmidt (Eds.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkung im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik* (pp. 47-71). Cologne: Halem.
- Hagen, L.M. (1998). Online-Nutzung und Nutzung von Massenmedien: Eine Analyse von Substitutions- und Komplementärbeziehungen. In P. Roessler (Ed.), *Online-Kommunikation. Beiträge zur Nutzung und Wirkung* (pp. 105-122). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hagen, L.M. (1999). Online-Medien: Substitution oder Komplement? Zusammenhänge mit Nutzungsintensität und Reichweiten von Massenmedien. In M. Knoche, & G. Siebert (Eds.), *Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation* (pp. 125-146). Munich: R. Fischer.
- Hagen, L.M. (2002). *Riepls Gesetz im Online-Zeitalter. Eine Sekundäranalyse über die Grenzen der Substitution von Massenmedien durch das Internet*. Retrieved September 10, 2010, from <http://www.mediasprut.ru/jour/beitraege/riepl.shtml>.
- Katz, E., Blumler, J.G. & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kretzschmar, S., Moehring, W., & Timmermann, L. (2009). *Lokaljournalismus*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lindenberg, S. (1985). An assessment of the new political economy: Its potential for the social sciences and for sociology in particular. *Sociological Theory*, 3(1), 99-114.
- Moergerle, U. (2009). *Substitution oder Komplementarität? Die Nutzung von Online- und Print-Zeitungen im Wandel*. Konstanz: UVK.
- Neumann, M. (1995). *Theoretische Volkswirtschaftslehre* (4th revised edition). Munich: Vahlen.
- Outing, S. (2005). The 11 layers of citizen journalism. *Poynter Online*. Retrieved October 19, 2010, from [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=83126](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126).
- Postill, J. (2008). Localizing the Internet beyond communities and networks. *New Media and Society*, 10(3), 413-431.
- Trepte, S., Reinecke, L., & Behr, K.-M. (2008). Qualitätserwartungen und ethischer Anspruch bei der Lektüre von Blogs und von Tageszeitungen. *Publizistik*, 53(4), 509-534.