

Vertrauen in Lokaljournalismus

Redaktionelle Wege zur Stärkung des Vertrauens. Von Sarah Beham

Abstract „Systempresse“ oder „Fake News“ – nur einige Vorwürfe, denen Journalist_innen ausgesetzt sind. Daher ist die Frage für Redaktionen besonders wichtig, was sie zur Steigerung des Vertrauens ihrer Leserschaft beitragen können. Der Fokus dieser qualitativen Studie liegt dabei auf dem Lokaljournalismus, dem mitunter immer noch höchstes Vertrauen entgegengebracht wird. In drei Workshops wurden mit zwölf Leser_innen einer Lokalzeitung und der Redaktion selbst Vorschläge zur Vertrauensstärkung und -gewinnung erarbeitet. Aus den Ergebnissen lässt sich ableiten, dass Vertrauen im Lokalen mit den Ebenen Journalist_innen, Redaktion/Verlag und Inhalt zusammenhängt. Dabei spielen die Faktoren Nähe, Partizipation und Transparenz eine entscheidende Rolle.

Sarah Beham ist trimediale Korrespondentin beim Bayerischen Rundfunk in Niederbayern. Zuvor absolvierte sie den BA Journalistik und den MA Journalistik mit Schwerpunkt Innovation und Management an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Das Vertrauen in die deutschen Medien hat nicht abgenommen, das beweisen zahlreiche (Langzeit-)Studien (vgl. Newman et al. 2018; Hanitzsch et al. 2018; Ziegele et al. 2018; Edelmann 2019; European Broadcasting Union 2019; Jackob et al. 2019a). Dabei wird deutlich: Das Medienvertrauen ist geprägt von verschiedenen Wellen und aktuellen Ereignissen, wie der Lügenpresse-Debatte oder der Flüchtlingsberichterstattung in den Jahren 2015 und 2016 (vgl. Fawzi et al. 2019). Doch insgesamt bleibt das Medienvertrauen in Deutschland stabil, im internationalen Vergleich findet sich Deutschland sogar unter den vorderen Rängen (vgl. Newman et al. 2018; Hanitzsch et al. 2018; European Broadcasting Union 2019; Edelmann 2019). Nach der aktuellen Langzeitstudie Medienvertrauen des Instituts für Publizistik der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz, die seit 2008 regelmäßig den Stand des Medienvertrauens in Deutschland untersucht, nahm das Vertrauen in den letzten Jahren sogar zu und betrug im Jahr 2018 mit 44 Prozent den höchsten bisher gemessenen Wert (vgl. Jackob et al. 2019a).

Besonders dem Lokaljournalismus mit lokalen Tageszeitungen wird vertraut, wie zahlreiche Umfragen beweisen (vgl. Ziegele et al. 2018; Jackob et al. 2019a). Das Interesse am Lokalen ist hoch: 68 Prozent der Bürger_innen informieren sich sehr häufig über Ereignisse am Wohnort (vgl. ZMG 2019), fast die Hälfte (45,1 Prozent) der deutschsprachigen Bürger_innen liest täglich die gedruckte Regionalzeitung (vgl. Die Zeitungen 2019).

Doch der Lokaljournalismus darf sich nicht auf diesem Erfolg ausruhen. Insgesamt zeigen Studien für den gesamten Journalismus eine Polarisierung des Publikums, das sich heute klarer in Vertrauende oder Misstrauende positioniert. Die Zahl der Unentschlossenen, die nicht wissen, ob sie den Medien im Allgemeinen vertrauen oder misstrauen sollen, ist geschrumpft (vgl. Jackob et al. 2019a).

Damit dem Lokaljournalismus weiterhin Vertrauen geschenkt wird, bedarf es bestimmter redaktioneller Strategien. Daher ist die Frage für Lokalredaktionen besonders wichtig, wie einem Vertrauensverlust entgegenwirkt, Vertrauen stabil gehalten oder sogar gesteigert werden kann. So lautet die Forschungsfrage der Studie, deren Ergebnisse in diesem Beitrag vorgestellt werden und die auf die Masterarbeit der Autorin (vgl. Beham 2019) zurückgehen.

Den theoretischen Rahmen bilden ideelle Funktionen des (Lokal-)Journalismus, auf deren Erfüllung Rezipient_innen vertrauen, und die realen Probleme im Lokaljournalismus. Beides wird zunächst kurz skizziert, bevor auf die vier Dimensionen journalistischer Selektivität und somit auf die Basis für Vertrauen im (Lokal-)Journalismus eingegangen wird. Es wird sich zeigen, dass der (Lokal-)Journalismus alleine nicht immer Ursache für Medienvertrauen darstellt. Abschließend werden journalistische Transparenzinstrumente vorgestellt, die zu einer Vertrauenssteigerung beitragen können. Sie bilden die Grundlage für das empirische Projekt, das anschließend mit Forschungsdesign und Ergebnissen vorgestellt wird. Für das Projekt wurden gemeinsam mit der Lokalredaktion „Deggendorfer Zeitung“ und mit zwölf Leser_innen der Zeitung in Workshops Vorschläge erarbeitet, die für mehr Vertrauen sorgen können.

Ideelle Funktionen und reale Probleme im Lokaljournalismus

Damit bei Leser_innen Vertrauen in Lokaljournalismus entstehen kann, muss er bestimmte Funktionen erfüllen – auf die Erfüllung der Funktionen vertrauen die Rezipient_innen.

Die wichtigsten Funktionen lassen sich in drei Bereiche gliedern (vgl. im Folgenden Golombek 2012; Möhring 2017; Meier 2018):

- ▶ *Politische Funktionen:* Lokaljournalismus stellt Öffentlichkeit her, fungiert als Sprachrohr unterrepräsentierter Gruppen, deckt Missstände auf, kontrolliert und kritisiert als vierte Gewalt besonders das politische Geschehen und gewährt die Partizipation der Bürger_innen an Politik und Alltag, indem richtige Informationen zu allen Lebensbereichen veröffentlicht werden.
- ▶ *Soziale Funktionen:* Lokaljournalismus selektiert und recherchiert wichtige Nachrichten und gewährleistet so Orientierung im lokalen Raum. Werte und Normen werden den Bürger_innen vermittelt, die in das sie umgebende Sozialsystem mit all den Gruppen und Vereinen integriert werden.
- ▶ *Ökonomische Funktionen:* Lokalzeitungen sind wirtschaftliche Unternehmen – ihr Verkauf dient als Motor des Wirtschaftskreislaufes. Zudem erfüllen sie die Aufgabe der Ablenkung, Unterhaltung und Entspannung von Lesern und Leserinnen.

Im Alltag der Lokalredaktionen werden die Funktionen jedoch nicht immer beachtet oder erfüllt – aus finanziellen Gründen, Ressourcenknappheit oder Zeitdruck. Klaus Arnold und Anna-Lena Wagner (vgl. 2018) haben 103 lokale Zeitungen und ihre Online-Auftritte auf ihre Qualität hin untersucht und drei große Problemfelder des Lokaljournalismus ausgemacht, die schon vor Jahrzehnten von anderen Autor_innen und Studien bemängelt wurden. Die Problemfelder beziehen sich unter anderem auf die Nicht-Erfüllung der Funktionen des Lokaljournalismus:

1. **Terminjournalismus:** Jede Stadtratssitzung wird chronologisch beschrieben, eigene Themen werden kaum gesetzt.
2. **Kritiklosigkeit über das lokale Geschehen:** Neutrale Meldungen und sachliche Berichte dominieren die Lokalzeitung, kritische Hintergründe und Einordnungen finden kaum statt.
3. **Zu wenig Partizipationsmöglichkeiten:** Publikumsinteraktionen (Leser_innenbriefe, Leser_innenfotos, Kommentarfunktion, Kontaktaufnahme mit Redaktion) werden weder online noch im Print ausreichend umgesetzt.

Vier Dimensionen journalistischer Selektivität

Das Funktionieren des (Lokal-)Journalismus, der seine Funktionen und Aufgaben kennt, stellt die Grundlage für Vertrauen dar. Vertrauen in (Lokal-)Journalismus bedeutet „always trust in journalistic selectivity“ (Otto/Köhler 2018, S. 5). Ausgehend davon haben die Kommunikationswissenschaftler Matthes und Kohring (vgl. 2003) vier Dimensionen journalistischer Selektivität abgeleitet, die das Vertrauen in den (Lokal-)Journalismus ausmachen. Die Dimensionen leiten sich besonders durch die Funktion der Orientierung des (Lokal-)Journalismus ab. Werden die Dimensionen beachtet und erfüllt, kann hohes Vertrauen generiert werden (vgl. Bentele/Seidenglanz 2015, S. 421).

Abbildung 1:
Vier Dimensionen journalistischer Selektivität. Eigene Darstellung in Anlehnung an Matthes und Kohring (2003).

Dimension 1	Vertrauen in Themenselektivität Ausführlichkeit, Häufigkeit und Zeitpunkt der Berichterstattung zu bestimmten Themen
Dimension 2	Vertrauen in Faktenselektivität Art und Kontext der Themendarstellung mit Fakten und Hintergrundinfos; Ausgewogenheit der Berichterstattung mit verschiedenen Perspektiven
Dimension 3	Vertrauen in Richtigkeit von Beschreibungen Wird als Glaubwürdigkeit bezeichnet – zwei Subdimensionen von Glaubwürdigkeit: <ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen in Korrektheit von Informationen • Vertrauen in Vollständigkeit von Informationen
Dimension 4	Vertrauen in journalistische Bewertungen Kommentare von Journalist_innen, Kritikfunktion des Journalismus und Handlungsanweisungen für Rezipient_innen

Essentiell für das Vertrauen in (Lokal-)Journalismus ist in diesem Zusammenhang die Wahrheit der veröffentlichten Informationen – erst dadurch kann Vertrauen bei der Leserschaft entstehen (vgl. Luhmann 2014, S. 34-60). Der Kommunikationswissenschaftler Bernd Blöbaum hat hierzu vier Formen der Vertrauensbeziehung im Journalismus aufgestellt (vgl. 2016, S. 8):

Vertrauen kann demnach in den Output (journalistischer Artikel mit richtigen Informationen), in Rollenträger (Journalist_innen), in die Organisation (Medium) und in das System (Journalismus) entstehen.

Ursachen für Medienvertrauen

Der (Lokal-)Journalismus stellt aber nicht immer den entscheidenden Faktor für das Medienvertrauen dar: Andere Ursachen können das Medienvertrauen beeinflussen. So zeigen die Ergebnisse der Mainzer Langzeitstudie unter anderem einen Zusammenhang zwischen Medien- und Politikvertrauen: 45 Prozent der Befragten, die sich von der Politik entfremdet fühlen, fühlen sich auch von den Medien nicht ausreichend vertreten (vgl. Ziegele et al. 2018, S. 157). Aus Studienergebnissen wird ersichtlich: Je stärker sich Menschen an den politischen Rändern positionieren, desto höher ist ihr Misstrauen in die Medien. Rechte misstrauen den Medien noch stärker, als es Linke tun (vgl. Schranz et al. 2018; Fawzi 2018; Jackob et al. 2019b).

Weiter zeigen die Ergebnisse der Mainzer Langzeitstudie (vgl. Ziegele et al. 2018, S. 157f.), dass Menschen mit geringem und lückenhaftem Medienwissen weniger Vertrauen in Medien (38 Prozent) besitzen, als die Gruppe der Befragten mit hohem Medienwissen (44 Prozent).

Den wichtigsten Indikator für Medienvertrauen stellt die individuelle Mediennutzung dar (vgl. Schranz et al. 2018). Menschen vertrauen denjenigen Medien, die sie selbst nutzen (vgl. Jackob et al. 2017b; Schranz et al. 2018; Ziegele et al. 2018). Generell kann gesagt werden: Je öfter Menschen Mainstream-Medien (Fernsehnachrichten oder Zeitungen) konsumieren, desto höher ist ihr Medienvertrauen (vgl. Tsafati/Ariely 2014). Im Gegensatz hierzu ist ein negativer Effekt auf das Medienvertrauen auszumachen, wenn Nutzer keine Hauptquelle für ihre Nachrichten mehr benennen können (vgl. Schranz et al. 2018).

Journalistische Transparenz für Vertrauen

Geringem Medienwissen kann jedoch entgegengewirkt werden: mit journalistischer Transparenz (vgl. Meier 2017; Schönen 2018). Journalistische Transparenz bedeutet für Redaktionen:

„[...] möglichst viel Licht in ihre Strukturen und Prozesse lassen, die Berichterstattungsbedingungen offen legen, Quellen angeben und die Güte und Eigeninteressen der Quellen diskutieren, Fehler eingestehen und offen korrigieren“ (Meier 2014, S. 9).

In der Literatur wird das Qualitätsmerkmal Transparenz als wichtiger Vertrauensfaktor angesehen (vgl. Malik 2004; Meier 2014; Funck 2016; Reimer 2017; Seidenglanz/Klenk 2018).

In der Praxis arbeiten Redaktionen vermehrt daran, Transparenzinstrumente umzusetzen: Links zu Quellen, Korrekturspalten, Veröffentlichung von Ethikkodizes, Fotos von Redakteur_innen, Leser_innenbeiräte und Ombudsmänner/-frauen, die als Vermittler zwischen Redaktion und Leser_innen fungieren (vgl. Meier/Reimer 2011; Bettels et al. 2011; Reimer 2017). Im Dezember 2018 versuchte der „Spiegel“ beispielsweise mit Artikeln über Aufarbeitungsversuche zum Fall Claas Relotius verlorenes Vertrauen wiederherzustellen. Relotius gelang es trotz der „Spiegel“-Dokumentation-Abteilung gefälschte und erfundene Geschichten zu veröffentlichen (vgl. Spiegel Online 2018).

Mit Faktencheck-Initiativen reagieren Redaktionen auf Falschmeldungen im Internet und auf Vorwürfe gegen Medien. Jüngstes Beispiel ist das „Trust Project“ der Santa Clara University in Kalifornien. Sogenannte trust indicators sollen Leser_innen eine transparente Entscheidungshilfe geben, ob es sich bei den Online-Artikeln um vertrauenswürdigen Qualitätsjournalismus handelt (vgl. The Trust Project o.J.). Weitere Projekte sind der „faktenfinder“ der „Tagesschau“, „echtjetzt“ von „Correctiv“ oder der „#faktenfuchs“ von BR24.

Viele Redaktionen verwenden mittlerweile Blogs, um ihre eigenen redaktionellen Abläufe transparenter für das Publikum zu gestalten, wie „blog.tagesschau“, „abendschaublog“ oder „taz-Hausblog“ (vgl. Meier 2014; Nuernbergk 2018). Ähnlich funktioniert das „Journarrator“-Projekt vom „MDR“ Sachsen-Anhalt: Unter dem Hashtag „#Journarrator“ auf Sozialen Medien können Journalist_innen ihre Arbeit erklären, Hintergründe liefern oder Rechercheprobleme schildern – Nutzer_innen können unter dem Hashtag Fragen zur journalistischen Arbeit stellen. Gründerin des Projekts und Online-Redakteurin Johanna Daher reagierte damit auf Hasskommentare und „Lügenpresse“-Vorwürfe im Internet:

„Ich glaube, die Hasskommentare würden nicht so oft verfasst, wenn die User wüssten, wie Journalisten genau arbeiten. [...] Wenn die Nutzer sie einfach besser kennen würden und es eine persönliche Beziehung gäbe“ (Daher 2018).

Viele Redaktionen verwenden mittlerweile Blogs, um ihre eigenen redaktionellen Abläufe transparenter für das Publikum zu machen.

Analog gelingt dies mit Leser_innenbriefen, Telefonaten oder Leser_innenbesuchen in Redaktionen (vgl. Meier/Reimer 2011; Bettels et al. 2011). Der MDR hat beispielsweise mehrere Pegida-Anhänger_innen in seine Redaktion eingeladen, um das journalistische Arbeiten für Skeptiker_innen erfahrbare und überprüfbar zu machen (vgl. SWR 2019).

Trotz der Bemühungen von Redaktionen kommt eine internationale Studie – die in 13 europäischen Ländern untersucht hat, ob und wie Redaktionen ihr Publikum an redaktionellen Prozessen teilhaben lassen – jedoch zu dem Ergebnis: Redaktionen setzen eher kostengünstige Transparenzinstrumente wie Links oder Kommentarspalten ein, als die aufwändigen und für Leser_innen wichtigen Transparenzinstrumente wie Leserberäte oder Ombudsmänner/-frauen (vgl. Bettels et al. 2011).

Forschungsdesign: Gruppendiskussion und interaktive Innovationsforschung

An dieser Stelle setzt das empirische Projekt der Arbeit an: Durch das kritische Hinterfragen von Redaktionen und ihren Arbeitsweisen kann dies das Öffnen nach außen zur Folge haben (vgl. Reinemann et al. 2017, S. 77 ff.).

Diese Diskussion soll im Projekt in eine Lokalredaktion getragen werden, um auf die vorgestellten Transparenzinstrumente aufmerksam zu machen, die für das Lokale als Vorbilder herangezogen werden und zur Vertrauensstärkung und -gewinnung beitragen können.

Das Projekt basiert auf dem Ansatz der interaktiven Innovationsforschung nach Klaus Meier – entwickelt aus

Erfahrungen und Elementen der Aktionsforschung (vgl. 2011; Meier/Schützeneder 2019).

Das Ziel dabei ist ein dialogischer Forschungsprozess, der die Kluft zwischen Theorie und Praxis zu überwinden versucht, indem wissenschaft-

Der Forschungsprozess des Projektes verlief in mehreren Zyklen, bei denen stets Aktion und Evaluation aufeinander folgten.

liche Impulse der Praxis helfen sollen, Lösungen zu finden. Die Forscherin und die Beforschten stehen dabei in einem interaktiven Lernprozess miteinander. Die gewonnenen Ergebnisse werden gemeinsam erarbeitet und in der Praxis umgesetzt, da Innovationen implementiert werden.

Der Forschungsprozess des Projekts verlief in mehreren Zyklen, bei denen stets Aktion und Evaluation im Sinne der interaktiven Innovationsforschung aufeinander folgten, wie der Projektplan (vgl. Abbildung 2) verdeutlicht:

Zeit	Phase im Zyklus	Methoden	Typ
2/2019	Informations-sammlung	Analyse „Deggendorfer Zeitung“ + mündliche Befragung der Leser + Kick-Off-Gespräch Redaktionsleitung	Forschung
3/2019	Diskurs/ Planung	Gruppendiskussion mit Lesern <i>Ziel: Ideen für neue redaktionelle Wege für die Stärkung des Vertrauens</i>	Aktion
3/2019 - 4/2019	Informations-sammlung	Auswertung der Ergebnisse der Diskussion und Kategorieneinteilung	Forschung
4/2019	Diskurs/ Planung	Workshop mit Redaktionsleitung und Redaktion <i>Ziel: Ergebnisse der Gruppendiskussion für redaktionelle Umsetzung konkretisieren</i>	Aktion
4/2019 - 6/2019	Informations-einführung	Umsetzung der Ergebnisse in der „Deggendorfer Zeitung“	Aktion
4/2019 - 6/2019	Informations-sammlung	Analyse „Deggendorfer Zeitung“	Forschung
		Workshop mit Redaktion und Lesern	
6/2019	Diskurs/ Planung	<i>Ziel: Feedback zu Ergebnissen der Gruppendiskussion und der redaktionellen Umsetzung; auf dieser Grundlage Ideen für eine erneute Verbesserung der redaktionellen Wege für Vertrauen entwickeln</i>	Aktion

Abbildung 2: Projektplan. Eigene Darstellung nach Meier (2011).

Zwölf Leser_innen der Lokalzeitung „Deggendorfer Zeitung“ (DZ) haben bei einer ersten qualitativen Gruppendiskussion Vorschläge für die Lokalzeitung diskutiert, die das Vertrauen ihrer Meinung nach stabil halten oder steigern können. Diese Vorschläge wurden vor ihrer Implementierung in einem Workshop mit der Zeitungsredaktion auf ihre Umsetzung hin besprochen. In einem gemeinsamen Workshop mit Leser_innen und Redaktion wurden wiederum die Umsetzungen diskutiert.

Als Kooperationspartner konnte die Lokalzeitung „Deggendorfer Zeitung“, die zur „Passauer Neuen Presse“ gehört, gewonnen werden. Obwohl sich der Chefredakteur Stefan Gabriel offen hierfür zeigte, musste dennoch die grundsätzliche Skepsis von Redaktionen gegenüber der Journalismusforschung und der massive Arbeits- und Zeitdruck in der Redaktion überwunden werden, um das Projekt zu ermöglichen.

Auch die Auswahl der Teilnehmer_innen stellte sich als Herausforderung dar: Zwölf Leser_innen der DZ mussten gefunden werden, die sich über Monate hinweg die Zeit nahmen, die

Die Leser_innen der DZ sprechen mit ihren Verbesserungsvorschlägen die drei Problemfelder des Lokaljournalismus an.

Zeitung zu lesen und sich Gedanken darüber zu machen. Um möglichst vielfältige Ergebnisse zu erhalten, war es wichtig, dass die Gruppe heterogen zusammengesetzt war: mit unterschiedlichen Positionen und Meinungen zu Lokalpolitik und vor allem zu Medien und Journalismus (mit viel und wenig Vertrauen in Journalismus). Die Teilnehmer_innen wurden mit einem Aufruf in der DZ, durch die Verbreitung des Artikels in Sozialen Medien und durch die direkte Ansprache von Personen im Bekanntenkreis gewonnen. Mit Telefoninterviews vor der Gruppendiskussion mit jedem/jeder potentiellen Teilnehmer_in gelang nicht nur eine ausgewogene Auswahl betreffend Geschlecht und Alter, sondern auch eine Gruppenzusammenstellung, bei der alle Parteipräferenzen vorhanden waren (CDU/CSU, SPD, Grüne, FDP, Freie Wähler und AfD).

Ergebnisse Gruppendiskussion und Workshops

Die Leser_innen der Lokalzeitung „Deggendorfer Zeitung“ sprechen mit ihren Verbesserungsvorschlägen die drei Problemfelder des Lokaljournalismus an. Veränderungen in diesen Bereichen könnten nach Ansicht der DZ-Leser_innen zu mehr Vertrauen führen.

Die Vorschläge, die sich auf die Funktionen des Lokaljournalismus beziehen, lassen sich in drei Ebenen gliedern: Vertrauen auf Ebene der Journalist_innen, Vertrauen auf Ebene der Redaktion bzw. des Verlags und Vertrauen auf inhaltlicher Ebene.

Zusammengefasst können die Vorschläge mit drei Schlagwörtern beschrieben werden: Nähe, Partizipation und vor allem Transparenz. Die Leser_innenvorschläge wurden in einem „Drei-Ebenen-Modell Vertrauen“ festgehalten, wie die Abbildung 3 zeigt:

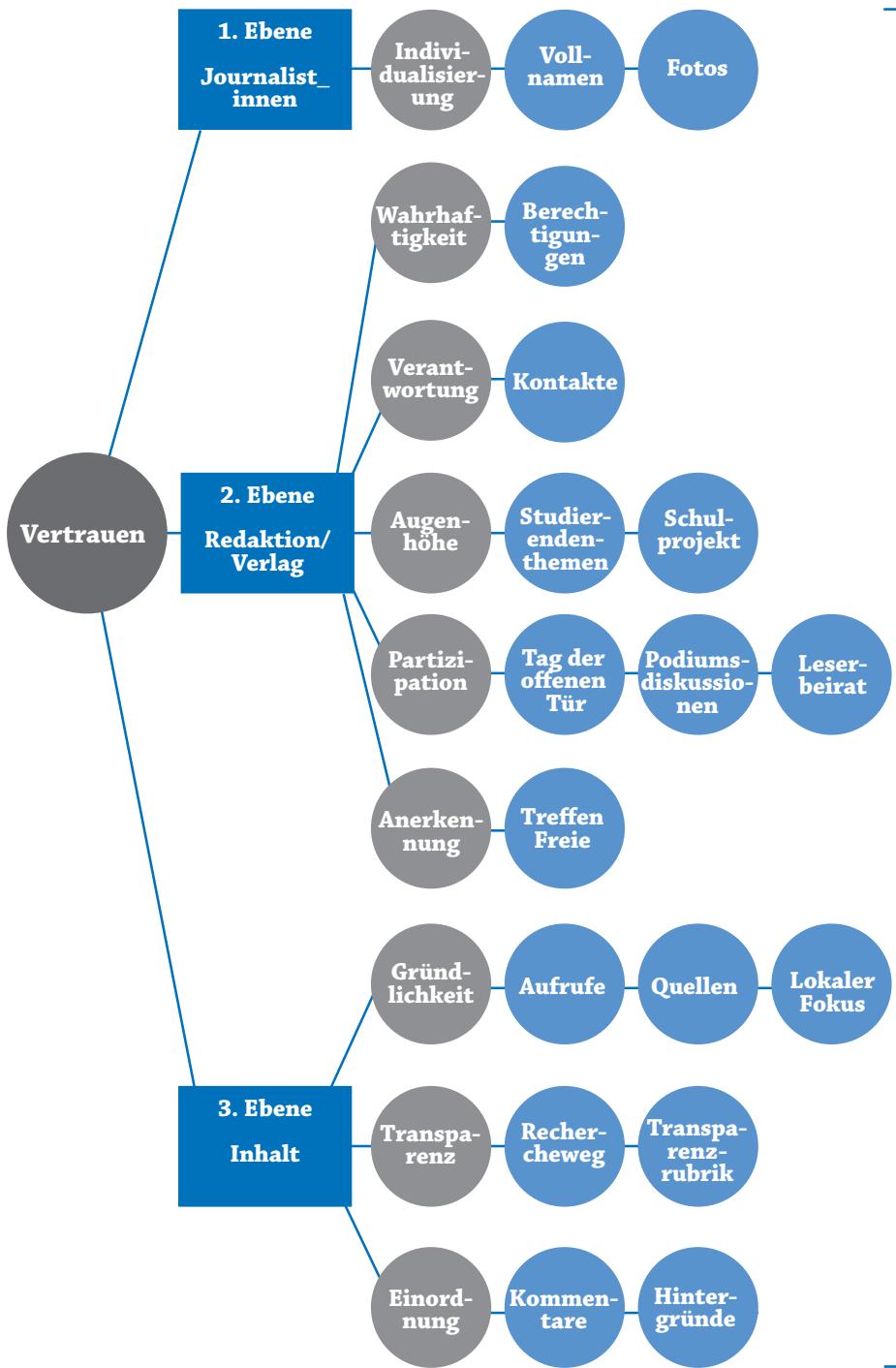


Abbildung 3: Drei-Ebenen-Modell Vertrauen. Eigene Darstellung in Anlehnung an Matthes/Kohring (2004).

Ebene Journalist_innen

Individualisierung: Leser_innen schätzen es, wenn Zeitungsmitarbeiter_innen ansprechbar und bekannt sind. Dies kann beispielsweise durch die Nennung des Vollnamens bei Artikeln erreicht werden. Zudem entsteht Vertrauen bei Leser_innen, wenn Fotos von Redakteur_innen und die Kontaktmöglichkeit zu diesen abgedruckt werden.

Ebene Redaktion/Verlag

Wahrhaftigkeit: Vertrauen kann seitens der DZ-Leser_innen gewonnen werden, wenn die Redaktion eigene Fehler transparent korrigiert. In einer Rubrik „Berichtigungen“ können die Fehlerkorrekturen vorgenommen werden.

Verantwortung: Die Projektteilnehmer_innen sehen die Redaktion in der Pflicht, Informant_innen zu schützen und ihre Namen nicht zu nennen. Zudem sollte eine Redaktion Verantwortung gegenüber Schwächeren übernehmen und bei heiklen Themen (z. B. Suchtprobleme) Kontakte zu Selbsthilfegruppen veröffentlichen.

Augenhöhe: Das Ansprechen von unterschiedlichen Gruppen kann vor allem durch entsprechende Rubriken und Serien aus Sicht der DZ-Leser_innen erfolgen. Sie plädieren für eine gesonderte Studierende-Serie, um diese Gruppe, die einen großen Teil der Deggendorfer Bevölkerung ausmacht, ansprechen zu können. Um schon Kinder und Jugendliche an die Zeitung heranzuführen, sprechen sich die Rezipient_innen für ein Schulprojekt der DZ aus, in dem Redakteur_innen Schulklassen besuchen und gemeinsam mit ihnen Themen diskutieren und umsetzen.

Partizipation: Leser_innen wünschen sich mehr Partizipation bei der Themenfindung ihrer Lokalzeitung. Mit Bürger_innenforen und Podiumsdiskussionen wollen sie auf Themen aufmerksam machen. Zudem fordern die DZ-Leser_innen einen Leser_innenbeirat, der Kritik und Anregungen für die Redaktion sammelt und auch durch den Austausch mit der Redaktion versteht, wie die Lokalredaktion über Geschichten entscheidet. Neben einem Leser_innenbeirat könnte ein/e Ombudsmann/-frau Ansprechpartner_in für Leser_innen sein, die Kritik und Anregungen äußern wollen – der/die Ombudsmann/-frau kann Rezipient_innen erklären, wie redaktionelle Prozesse ablaufen oder Entscheidungen getroffen werden.

Anerkennung: Die Teilnehmer_innen setzen sich für ein jährliches Treffen von Redaktionsleitung und freien Mitarbeiter_innen ein. Einerseits fördern derartige Treffen das Vertrauen der Leser_innen in die Redaktion, die fair und anerkennend mit ihren Mitarbeiter_innen umgeht. Andererseits können diese Treffen auch als Fortbildungen genutzt werden – dies steigert das Vertrauen der Leserschaft in ausreichend ausgebildete Journalist_innen.

Ebene Inhalt

Gründlichkeit: Leser_innen haben Vertrauen in Artikel, in denen Betroffene zu Wort kommen, verschiedene Sichtweisen/Aspekte gesammelt und gründlich recherchiert werden. Weiter werden Artikel als vertrauensvoll eingeschätzt, bei denen ein regionaler/lokaler Fokus gegeben ist und Quellen genannt werden.

Transparenz: Inhaltlich wünschen sich die Teilnehmer_innen die Veröffentlichung des Rechercheweges eines Artikels, um nachvollziehen zu können, wie die Journalist_innen auf das Thema gestoßen sind. Zudem könnten derartige Informationen aus Sicht der Rezipient_innen das Medienwissen steigern und die Vorgehensweise von Journalist_innen näherbringen.

Einordnung: Rezipient_innen wünschen sich nicht nur reine Sachberichte, sondern auch Kommentare. Diese sollten auch von Frauen geschrieben werden, um die Gesamtheit der Leserschaft abzudecken. Daneben fordern Leser_innen mehr Hintergrundberichte und einordnende Artikel in ihrer Lokalzeitung – besonders bei Stadtratssitzungen.

Umsetzungen Redaktion

Die Redaktion konnte und wollte nicht jeden Vorschlag der Leser_innen umsetzen, wie im Workshop klar wurde. Einige der Vorschläge wurden für die Praxis abgewandelt und implementiert. Einer der wichtigsten Punkte der Leser_innen stellte die Partizipation an ihrer Lokalzeitung dar. Bei diesem Thema wurde deutlich, dass die Deggendorfer Redaktionsleitung der Partizipation kritisch gegenübersteht. Partizipation wird von der Redaktionsleitung nicht als Chance, sondern eher als Gefahr angesehen – Gefahr besonders hinsichtlich des Rollenselbstverständnisses von Journalist_innen, die weiterhin für eine strikte Trennung in Kommunikator_in und Rezipient_in plädieren (vgl. Jakobs 2014). Dennoch wurde im Workshop ein Kompro-

miss gefunden: So wolle man einen „Tag der offenen Tür“ anbieten, an dem Leser_innen mit ihren Anliegen kommen und diese artikulieren können. Zudem sei man als Redaktion offen für einen selbstorganisierten Leser_innenbeirat, dem man sich stellen wolle – aber nicht aktiv hierzu aufruft. Dagegen lud die Redaktionsleitung die Projektteilnehmer_innen zu einer Podiumsdiskussion ein.

Überzeugen konnte die Redaktion die Leser_innen mit der Umsetzung der Autor_innenzeilen mit Vollnamen. Den Teilnehmer_innen fielen zudem nach der Umsetzung der Vorschläge Autor_innenfotos bei Kommentaren, die Rubrik „Berichtigungen“ mit Fehlereingeständnissen und die Kontakte zu Ansprechpartnern unter Artikeln auf. Die Redaktion setzte auch den Vorschlag um, Studierende in Artikeln sichtbarer zu machen. Darüber hinaus wurden Leser_innenbriefe einer Schulkasse zum Thema Umwelt abgedruckt. Die Rubrik „Übrigens“ setzte die Redaktion vermehrt als Transparenzinstrument ein, um redaktionelle Vorgehen zu erklären, warum beispielsweise ein Leser_innenbrief/ein Thema gedruckt wurde. Mit der „In-Serie“ wurden Leser_innen aufgerufen, sich an die Redaktion zu wenden – teilweise konnte in dieser Serie auch der Rechercheweg offengelegt werden. Fest vorgenommen hat sich die Redaktion zudem, ein jährliches Treffen mit ihren freien Mitarbeiter_innen zu planen, was dem Leser_innenwunsch entspricht.

Fazit und Handlungsanweisungen

Mithilfe des Ansatzes der interaktiven Innovationsforschung ist es gelungen, die Kluft zwischen Theorie und Praxis zu überwinden, da die wissenschaftlichen Impulse dem Kooperationspartner dabei geholfen haben, innovative Ideen und Verbesserungsvorschläge von Leser_innenseite zu eruieren.

Im gemeinsamen Workshop mit Redaktion und Leser_innen wurde deutlich, dass mit den Anstößen der Projektteilnehmer_innen viele der Leser_innenvorschläge umgesetzt wurden. Die Redaktion erhielt auf ihr Öffnen nach außen positives Feedback, was als motivierend für die Zukunft angesehen werden kann. Durch die Workshops konnte nicht nur die DZ verbessert werden, sondern auch das Medienwissen und das Verständnis auf der Leser_innenseite für den journalistischen Alltag mit all seinen Zwängen und Herausforderungen.

Wie sich gezeigt hat, ist die Mehrheit der Leser_innenvorschläge nicht von finanziellen Faktoren abhängig, sondern vom journalistischen Handwerk und dem Rollenselbstverständnis

der Journalist_innen. Um Vertrauen stabil zu halten oder sogar zu steigern, müssen Redaktionen die Faktoren Nähe, Transparenz und Partizipation beachten.

Um der Deggendorfer Redaktion, aber auch anderen Redaktionen dabei eine Hilfestellung zu geben, wurde ein „10-Punkte-Plan“ auf Basis der Leser_innenvorschläge erstellt, der in der Redaktion aufgehängt werden und als Selbstmotivation dienen kann:

Vertrauen auf Ebene der Journalist_innen

1. Autorenzeilen und Fotos drucken (vor allem freier Mitarbeiter_innen)

Vertrauen auf Ebene der Redaktion/des Verlags

2. Fehler eingestehen (Berichtigungen)
3. Kontaktdaten Ansprechpartner_in/Internetlinks unter Artikel (weiterführende Infos)
4. Studierende- und Schülerthemen aufgreifen (Projekt „Zeitung macht Schule“)
5. „Tag der offenen Tür/Redaktion“ und/oder Leser_innenbeirat
6. Leser_innenaufrufe/Leser_innenbriefe drucken
7. Podiumsdiskussionen mit Rezipient_innen/Bürger_innen veranstalten
8. Treffen mit freien Mitarbeiter_innen als Anerkennung und Fortbildung

Vertrauen auf inhaltlicher Ebene

9. Transparenzrubrik einführen (Medienwissen vermitteln)
10. Kommentare, Hintergründe und Einordnungen statt Sachberichte – Themen

Für künftige Forschungen zum Thema Vertrauen kann die Teilnehmer_innenkonstellation bedacht werden. Zwar wurde in dieser Arbeit auf eine heterogene Gruppe mit verschiedenen politischen Einstellungen gesetzt – doch für diese Arbeit ergab sich kein Zusammenhang zwischen Medienvertrauen und Nutzungsverhalten. Zudem konnte nicht bestätigt werden, dass sich Menschen, die sich an den rechten politischen Rändern positionieren, den Medien stärker misstrauen. Dies kann aber auch der Tatsache geschuldet sein, dass nur ein AfD-Wähler unter den Teilnehmer_innen war und sich der Meinung der anderen untergeordnet haben könnte.

Wie Redaktionsleiter Stefan Gabriel anbrachte, „[sind] das Problem für mich [...] diejenigen, die sich an so etwas nicht beteiligen“. Damit greift Gabriel den aktuellen Trend in der gesamten deutschen Medienlandschaft auf, wie unter anderem die Mainzer Langzeitstudie gezeigt hat: Das Publikum positioniert

sich in Zeiten von „Fake News“ klarer in Vertrauende und Misstrauende (vgl. Jackob et al. 2019a). Zwar wird dem Lokaljournalismus mitunter am meisten vertraut, doch der stetig wachsenden Gruppe der Misstrauenden muss in Zukunft besondere Beachtung geschenkt werden. Sie gilt es wieder für einen seriösen Journalismus zu gewinnen, dem vertraut werden kann. Das verlangt nicht nur die Funktion „Öffentlichkeit herstellen“, sondern auch die Demokratie in Deutschland. Die Kluft darf nicht weiterwachsen, Journalist_innen und Redaktionen dürfen sich nicht nur mit sich selbst beschäftigen und mit anderen Journalist_innen über diesen Zustand sprechen:

„Die Diskussion muss deshalb raus aus den Redaktionen und auf die Straße, genauso wie die JournalistInnen auch. Sie muss offen sein und alle Mitglieder der Gesellschaft miteinbeziehen. Die Debatte transparent zu führen, bringt Glaubwürdigkeit zurück“ (Spelsberg 2018).

Literatur

- Arnold, Klaus/Wagner, Anna-Lena (2018): *Die Leistungen des Lokaljournalismus*. In: *Publizistik*, 63. Jg., H. 2, S. 177-206, DOI: 10.1007/s11616-018-0422-4.
- Beham, Sarah (2019): *Vertrauen in Lokaljournalismus – Redaktionelle Wege zur Stärkung des Vertrauens*. Unveröffentlichte Masterarbeit. Eichstätt.
- Bentele, Günter/Seidenglanz, René (2015): *Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Begriffe, Ansätze, Forschungsübersicht und praktische Relevanz*. In: Fröhlich, Romy/Szyszka, Peter/Bentele, Günter (Hg.): *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln*. Mit Lexikon. Wiesbaden, S. 411-430.
- Bettels, Tina et al. (2011): *Mogelpackung im WWW?* In: *European Journalism Observatory* vom 11.5. <https://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/mogelpackung-im-wwwhttps://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/mogelpackung-im-www>.
- Blöbaum, Bernd (2004): *Organisationen, Programme und Rollen. Die Struktur des Journalismus in systemtheoretischer Perspektive*. In: Löffelholz, Martin (Hg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden, S. 201-215.
- Blöbaum, Bernd (2016): *Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft*. In: Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden, S. 151-163.
- Daher, Johanna (2018): *Journarrator: So kannst du mitmachen.* <https://johannadaher.com/2018/08/03/journarrator-so-kannst-du-mitmachen/>.
- Die Zeitungen (2019): *Reichweiten*. In: *Die Zeitungen* <https://www.die-zeitungen.de/argumente/reichweiten.html>.

- Edelmann (2019): 2019 Edelmann Trust Barometer – Global Report. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf.
- European Broadcasting Union (2019): Market Insight. Trust in Media 2019. Media Intelligence Service May 2019. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/login_only/market_insights/EBU-MIS-Trust_in_Media_2019.pdf.
- Fawzi, Nayla (2018): Untrustworthy News and the Media as "Enemy of the People?" How a Populist Worldview Shapes Recipients' Attitudes toward the Media. In: *The International Journal of Press/Politics*, 24. Jg., H. 2, S. 146-164, DOI: 10.1177/1940161218811981.
- Fawzi, Nayla/Reinemann, Carsten/Obermaier Magdalena (2019): Vertrauen in Medien. Ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand. Hintergrundinformationen zum Tag der Pressefreiheit am 3. Mai 2019. Ludwig-Maximilians-Universität München. <https://reporterfabrik.org/wp-content/uploads/2019/05/Medienvertrauen-aktueller-Forschungsstand-IfKW-LMU.pdf>.
- Funck, Astrid (Hg.) (2016): *Die transparente Redaktion. Ein Ansatz für die strategische Öffentlichkeitsarbeit von Zeitungsverlagen*. Wiesbaden.
- Golombek, Dieter (2012): Mit Öffentlichkeit dienen. Der Demokratieauftrag der Lokalredaktion. In: *Bundeszentrale für politische Bildung* vom 20.12. <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/lokaljournalismus/151167/mit-oeffentlichkeit-dienen>.
- Hanitzsch, Thomas/van Dalen, Arjen/Steindl, Nina (2018): Caught in the Nexus. A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. In: *The International Journal of Press/Politics*, 23. Jg., H. 1, S. 3-23, DOI: 10.1177/1940161217740695.
- Hintze, Manfred (2002): *Lokalpresse - quo vadis? Defizite und Erfolgspotenziale*. Frankfurt am Main.
- Jackob, Nikolaus et al. (2019a): Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen. Erste Analyse aus der Welle 2018. Johannes Gutenberg-Universität Mainz. https://medienvertrauen.uni-mainz.de/files/2019/03/Schaubilder_Medienvertrauen_2018.pdf.
- Jackob, Nikolaus et al. (2019b): *Medienskepsis und Medienzynismus. Funktionale und dysfunktionale Formen von Medienkritik*. In: *Communicatio Socialis*, 52. Jg., H. 1, S. 19-35, DOI: 10.5771/0010-3497-2019-1-19.
- Jakobs, Ilka (2014): Diskutieren für mehr Demokratie? In: Loosen, Wiebke/Dohle, Marco (Hg.): *Journalismus und (sein) Publikum*. Wiesbaden, S. 191-210.
- Jonscher, Norbert (1995): *Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Ein Lehrbuch*. Wiesbaden, <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-663-12223-4>.
- Luhmann, Niklas (2014): *Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*. Konstanz/Stuttgart.

- Malik, Maja (2004): *Journalismusjournalismus. Funktion, Strukturen und Strategien der journalistischen Selbstthematisierung*. Wiesbaden.
- Matthes, Jörg/Kohring, Matthias (2003): *Operationalisierung von Vertrauen in Journalismus*. In: M&K Medien & Kommunikationswissenschaft, 51. Jg., H. 1, S. 5-23.
- Matthes, Jörg/Kohring, Matthias (2004): *Revision und Validierung einer Skala zur Erfassung von Vertrauen in Journalismus*. In: M&K Medien & Kommunikationswissenschaft, 52. Jg., H. 3, S. 377-385, DOI: 10.5771/1615-634X-2004-3-377.
- Meier, Klaus (2011): *Journalismusforschung als interaktive Innovationsforschung. Eine Methodologie für Wissenstransfer*. In: Jandura, Olaf/Quandt, Thorsten/Vogelgesang, Jens (Hg.): *Methoden der Journalismusforschung*. Wiesbaden, S. 67-82.
- Meier, Klaus (2014): *Die Redaktion als Institution der Medienethik*. Wiesbaden.
- Meier, Klaus (2017): *Transparenz (Teil 8)*. In: *Communicatio Socialis*, 50. Jg., H. 2, S. 223-228, DOI: 10.5771/0010-3497-2017-2-223.
- Meier, Klaus (2018): *Journalistik*. Stuttgart.
- Meier, Klaus/Reimer, Julius (2011): *Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotentiale, Wirkung*. In: *Publizistik*, 56. Jg., H. 2, S. 133-155, DOI: 10.1007/s11616-011-0116-7.
- Meier, Klaus/Schützeneder, Jonas (2019): *Bridging the Gaps. Transfer Between Scholarly Research and Newsrooms in Journalism Education – Toward an Evidence-Based Practice in an Age of Post-Truth and State of Flux*. In: *Journalism & Mass Communication Educator*, DOI: 10.1177/1077695819830021.
- Möhrling, Wiebke (2017): *Vertrauensgut lokale Medien? Strukturen und Charakteristika lokaler medialer Öffentlichkeit in Nordrhein-Westfalen*. In: *regierungsforschung.de*. http://regierungsforschung.de/wp-content/uploads/2017/03/02032017_regierungsforschung.de_Wiebke-M%C3%B6hrling_Lokale-mediale-%C3%96ffentlichkeit-in-Nordrhein-Westfalen-1.pdf.
- Newman, Nic et al. (2018): *Reuters Institute. Digital News Report 2018*. University of Oxford. <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>.
- Nuernbergk, Christian (2018): *Recherche im Internet. Social Media und Suchmaschinen als journalistische Suchhilfen*. In: Nuernbergk, Christian/Neuberger, Christoph (Hg.): *Journalismus im Internet. Profession, Partizipation, Technisierung*. Wiesbaden, S. 101-138.
- Otto, Kim/Köhler, Andreas (2018): *Trust in Media and Journalism*. In: Dies. (Hg.): *Trust in Media and Journalism. Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe*. Wiesbaden, S. 1-18.
- Reimer, Julius (2017): *Vertrauen durch Transparenz? Potenziale und Probleme journalistischer Selbstoffenbarung*. In: Haller, Michael (Hg.): *Öffentliches Vertrauen in der Mediengesellschaft*. Köln, S. 139-157.

- Reinemann, Carsten/Fawzi, Nayla/Obermaier Magdalena (2017): *Die „Vertrauenskrise“ der Medien - Fakt oder Fiktion? Zu Entwicklung, Stand und Ursachen des Medienvertrauens in Deutschland*. In: Neverla, Irene/Lilenthal, Volker (Hg.): „Lügenpresse“. *Anatomie eines politischen Kampfbegriffs*. Köln, S. 77-94.
- Rombach, Theo (1983): *Lokalzeitung und Partizipation am Gemeindeleben. Eine empirische Untersuchung*. Berlin.
- Schönen, Detlef (2018): *Wider den bösen Verdacht*. In: nrz.de vom 29.10. <http://www.nrz.de/region/wider-den-boesen-verdacht-id215679721.html>.
- Schranz, Mario/Schneider, Jörg/Eisenegger, Mark (2018): *Media Trust and Media Use*. In: Otto, Kim/Köhler, Andreas (Hg.): *Trust in Media and Journalism. Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe*. Wiesbaden, S. 73-92.
- Seidenglanz, René/Klenk, Volker (2018): *Vertrauen in PR durch Transparenz von PR? Zum Zusammenhang von Vertrauen und Transparenz am Beispiel PR*. In: Hoffmann, Olaf/ Seidenglanz, René (Hg.): *Allmächtige PR, ohnmächtige PR*. Wiesbaden, S. 287-302.
- Spelsberg, Sophie (2018): *Journalismus und Glaubwürdigkeit: Gefangen in der Blase*. In: taz. de vom 9.9. <http://www.taz.de/Journalismus-und-Glaubwuerdigkeit/!5534014/>.
- Spiegel Online (2018): *Der Fall Relotius: Wie das SPIEGEL-Sicherungssystem an Grenzen stieß*. In: Spiegel online vom 19.12. <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/der-fall-claas-relotius-wie-das-spiegel-sicherungssystem-an-grenzen-stiess-a-1244593.html>.
- SWR (2019): *Pegida-Demonstranten beim Mitteldeutschen Rundfunk*. In: SWR Fernsehen, Planet Wissen vom 22.2. <https://www.ardmediathek.de/swr/player/Y3JpZDovL3dkci5kZS9CZWlocmFnLWM5YmNkNTM5LWY4MTItNDFmOC04YTAwLTNkNGEoNGJlM2Y5Mw/>.
- The Trust Project (o.J.): *The Trust Project*. Markkula Center for Applied Ethics. <https://thetrustproject.org/>.
- Tsfati, Yariv/Ariely, Gal (2014): *Individual and Contextual Correlates of Trust in Media Across 44 Countries*. In: *Communication Research*, 41. Jg., H. 6, S. 760-782, DOI: 10.1177/0093650213485972.
- Ziegele, Marc et al. (2018): *Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“*. In: *Media Perspektiven*, 48. Jg., H. 4, S. 150-162.
- ZMG (2019): *Zeitungskualitäten 2019*. https://www.zmg.de/fileadmin/Startseite/4_Presse/Bilder_und_PDFs_2019/Zeitungskualitaeten_2019_Infografiken.pdf.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 18.11.2019.