

Quo vadis, Lokaljournalismus?

Wiebke Möhring über Stand, Probleme und Perspektiven eines relevanten Ressorts. Von Jonas Schützeneder

*Dr. Wiebke Möhring
ist Professorin
für Online-/
Printjournalismus
am Institut für
Journalistik der
TU Dortmund und
leitet seit 2018
ein DFG-Projekt
zum Thema „Freie
Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter
im Lokalen –*

*Merkmale, berufliches
Selbstverständnis
und Organisations-
strukturen in
Zeitungsredaktionen“.*

*Dr. Jonas
Schützeneder ist
Wissenschaftlicher
Mitarbeiter am
Lehrstuhl Journalistik
I der Katholischen
Universität Eichstätt-
Ingolstadt und
Redakteur von
Communicatio
Socialis.*

Geht es nach der personellen Verteilung ist der Lokaljournalismus das Herzstück des deutschen Journalismus. In keinem anderen Ressort sind mehr Journalist_innen beschäftigt. Dennoch bleibt der Lokaljournalismus in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung häufig nur eine Randnotiz. Dabei existieren zahlreiche Probleme, Entwicklungen und Perspektiven, die dieses Forschungsfeld interessant machen. Im vorliegenden Beitrag sprechen Wiebke Möhring (TU Dortmund) und Jonas Schützeneder (KU Eichstätt-Ingolstadt) über ein Ressort, dem häufig „zu wenig Sexappeal“ zugeschrieben wird, das aber trotz vieler schlechter Nachrichten auch spannende Hoffnungsschimmer für die Zukunft bereithält.

Frau Möhring, die Warnung im Einstieg zu dem von Ihnen mitherausgegebenen Band „Lokaljournalismus“ vor zehn Jahren lautete: „Dem klassischen Zeitungslokalteil steht aber ein tief greifender Umbruch bevor: Sinkende Leserzahlen und Konkurrenz durch andere, neue lokale Medien.“ Wie fällt die Bilanz dieses Wandels im Rückblick aus?

MÖHRING: Die Bilanz dieses Wandels fällt heute eher nüchtern aus. Im Prinzip kann diese Warnung auch heute noch so stehen bleiben, man müsste nur aus dem „steht bevor“ ein „mittendrin“ machen. Wir sind sehr weit weg davon, als dass ein Ende des Wandels in Sicht wäre; vielleicht lässt sich für den ein oder anderen Verlag ein Silberstreif am Horizont erkennen. Gleichzeitig gilt: Journalismus muss sich immer und permanent wandeln. Veränderung als einzige Konstante gilt für den ganzen Medienmarkt und damit auch für den Lokaljournalismus.

Dieser angesprochene Wandel ist ja maßgeblich getrieben von der Digitalisierung. Auch hier stehen wir im „mittendrin“. Kritiker betonen,

dass der Lokaljournalismus häufig noch zu sehr wie ein Printprodukt gedacht wird und die digitale Transformation sich als eine reine Copy-Übertragung vollzieht. Welcher Diskussions- und Handlungsbedarf besteht hier?

Mit Sicherheit ist das eines der ganz grundlegenden Probleme. Noch ist der Erlös aus dem gedruckten Geschäft die Haupteinnahmequelle. Deshalb orientiert sich die gesamte Produktentwicklung der Verlage häufig noch sehr stark auf Print und printähnliche Geschäftsmodelle. Im nächsten Schritt folgt dann digital häufig der Versuch, die Leser_innen auf das eigene Printprodukt aufmerksam zu machen. An dieser Stelle fehlt meiner Ansicht nach der Mut, von diesen Prioritäten abzuweichen, weil es in gewisser Weise ein Sprung ins Ungewisse ist. Nach wie vor fehlen digitale Geschäftsmodelle, vor allem solche, die auf mobile Geräte ausgelegt sind. Das ist nicht nur ein Problem in Deutschland. Und insbesondere das junge Publikum kommt über mobile Zugänge, hier sind aktuell aber noch keine Erträge in Sicht und umso mehr steigt dann häufig die Sorge, auch noch das Printsegment zu verlieren. Dieser Zustand kann unter dem Begriff der organisationalen Ambidextrie beschrieben werden – auf der einen Seite stehen hier sogenannte alte Produkte, mit denen aber noch Geld erwirtschaftet wird, und auf der anderen zukunftsfähige neue, denen noch das Finanzierungsmodell fehlt bzw. die Erlöse daraus noch nicht ausreichen.

In Ergänzung dazu ist auch die gestiegene Mobilität der Gesellschaft zu sehen. Strukturschwache Regionen verlieren seit Jahren Einwohner, Verlage damit potentielle Kund_innen für lokaljournalistische Inhalte. Gleichzeitig schreitet die Digitalisierung der Räume voran. Wir könnten permanent multimedial mit Geburtsort, Heimat, Berufsort verbunden sein. Spricht diese komplexe Integration nicht für eine verstärkte Zusammenarbeit aller Anbieter lokaler Inhalte?

Das ist auf jeden Fall ein wichtiger Punkt. Was wir seit Jahren an Universitäten und teilweise auch auf dem „Forum Lokaljournalismus“ mit Praktikern immer stärker diskutieren ist die Relevanz von Räumen. Einige sagen ja, dass Lokaljournalismus als Begriff veraltet ist. Der Ort, egal ob geografisch oder sozial definiert, gewinnt durch die Digitalisierung wieder an Bedeutung. Dieser Ort, der eng mit dem Lokaljournalismus zusammenhängt, ist aus der Produktsicht aber noch nicht völlig erfasst worden. Gerade in geobasierter Form kann mir ein digitales Produkt enorm weiterhelfen. Angenommen, ich reise morgen nach Mannheim und frage mich, was dort aktuell so passiert.

Hier liegt enormes Potential für lokale Inhalte, die mit Blick auf die Monetarisierung auch mit lokal verorteter Werbung gekoppelt werden können. Das wäre eine wunderbare Möglichkeit, auch wenn das Geschäftsmodell an dieser Stelle natürlich noch nicht ausgereift ist. Häufig drehen sich die Verlage hier auch im Kreis: Mal gibt es spannende Produktideen, dann fehlen wiederum die Finanzierungsoptionen, manchmal hat man tolle Monetarisierungsoptionen, dann aber keine passenden Inhalte oder Ausspieloptionen.



Wiebke Möhring

Das deckt sich auch mit mehreren Studien, die zeigen, dass vor allem die jüngere Zielgruppe flexiblere Abo-Modelle möchte. Also z. B. aus den Lokalzeitungen nur den Lokalteil. Die Verlage sperren sich bislang gegen diese Option, weil sie das eigene Produkt weiterhin als Einheit verkaufen und nicht zerstückeln möchten. Wird sich diese Haltung der Verlage auf Dauer lohnen?

Ich kann die Bedenken der Verlage verstehen, wenn man auf die gewachsene Ressortstruktur und die Organisation innerhalb eines Verlags generell schaut.

Wenn man sich allerdings die Veränderung der Nutzerschaft genauer ansieht, kann ich die Bedenken nicht mehr verstehen. Wir haben das sogenannte Bundling, also die Neu-Zusammenstellung von Inhalten, ja schon länger als Diskussionspunkt in der Branche. Anfangs wurde das als utopisch abgewehrt. Es gibt aber auf der Seite der Nutzer_innen definitiv Interesse, sie möchten durchaus individuell ihre Angebote designen können. Wir haben Pendler, die an zwei oder mehreren Orten viel Zeit verbringen oder Eltern, die wissen möchten, was im Studienort der Kinder los ist. Für sie würde eine übergeordnete Zusammenarbeit verschiedener Verlage definitiv Sinn machen. Die aktuelle Studie von Christopher Buschow und Christian Wellbrock über die Zahlungsbereitschaft hat auch gezeigt, dass sich die Leserschaft eine Art „Netflix für Nachrichten“ wünscht, wo man Inhalte nach eigenen Interessen zusammenstellt. Das scheitert wahrscheinlich zwar in der Umsetzung wohl auch am monatlichen Betrag, weil dieser im Bereich der Ausgaben für ein Netflix-Abo natürlich keine Fixkosten aus einem printdominierten Verlag sichern kann. Das niederländische Unternehmen „Blendle“ versucht ja auch genau das, tut sich aber ebenfalls schwer, größere Umsätze zu erzielen.

Nicht viel mehr Hoffnung macht die Berechnung von Klaus Meier zur letzten gedruckten Lokalzeitung, die demnach im Jahr 2033 erscheinen soll. Darüber wurde zwar branchenintern diskutiert, die Vorlage aber eher als Abgesang genutzt, denn als Basis für die Frage: Was bringt dann Geld ein? Ist vielleicht auch der Zeitraum nicht drängend genug, weil immerhin noch einige solide Jahre bevorstehen?

Letztlich ergeben sich aus der Berechnung zwei Handlungskonsequenzen. Eine wäre es zu sagen, wir warten ab bis die letzte Zeitung verkauft worden ist und schließen dann unser Verlagshaus. Das ist die pessimistische Konsequenz. Diese beinhaltet auch, dass man sich wichtigen Wandlungsprozessen letztlich verweigert. Meiner Ansicht nach wäre es aber dennoch auch in diesem Fall eine große Fehlinterpretation, dass mit dem Ende der gedruckten Zeitung auch der Qualitätsjournalismus aufhört zu existieren. Diese Gleichung geht für mich nicht auf. Die andere Konsequenz ist: Wenn ich sehe, dass das Printgeschäft vor dem Ende steht, muss ich doch alles Erdenkliche versuchen, eine Lösung im Digitalen oder anderen Geschäftsfeldern zu finden. Tatsächlich machen viele Verlage unterschiedliche Versuche und riskieren auch etwas. Aber diese Denkweise ist meiner Beobachtung nach leider noch nicht flächendeckend.

Wenn die Anzahl der Angebote und die Reichweite kontinuierlich sinken, bedeutet das auch, dass der Lokaljournalismus den ihm gegebenen Funktionen der Information vor Ort und darin eingeschlossen der Kritik und Kontrolle nicht mehr ausreichend nachkommen kann. Ist dieser permanente kritische Blick nicht aber maßgeblich für eine gesunde Balance von Machtverhältnissen in Räumen und für die darin zusammenlebenden Menschen?

Tatsächlich spielen diese Argumente eine zu geringe Rolle in der Debatte. Es ist wirklich überaus wünschenswert, dass sich die Verlage, aber auch die Medienpolitik daran erinnern und sich dem auch stellen. Aus demokratietheoretischer Perspektive ist es unabdingbar, dass sich auch im Digitalen ein zuverlässiges Angebot an professionellen lokaljournalistischen Inhalten weiterentwickelt.

Genau deshalb ist zuletzt auch die Debatte um staatliche Subventionen für Zeitungsverlage intensiver geworden. Facebook bietet eine Art „Stipendium“ für Lokaljournalismus. Österreich und andere Länder leisten staatliche Unterstützung. Muss man sich aus Verlegersicht bald entscheiden, ob man von Facebook oder der Politik gerettet werden will?

*In der Realität wachsen durch
digitale Angebote tagtäglich
Konkurrenz-Seiten für den klassischen
Lokaljournalismus weiter an.*

Ganz ehrlich: Das eine ist für mich genauso erschreckend wie das andere. Wobei man selbstverständlich differenzieren muss. Ich würde die Unterstützung durch staatliche Beihilfe als zumindest überlegenswert erachten. Wir haben in Deutschland aus historischen Gründen ein gespaltenes Verhältnis zur direkten Finanzierung der Presse durch den Staat. Es ist dann insbesondere die Frage relevant, wie die finanzielle Hilfe tatsächlich aussehen soll. Aktuell haben wir ja zum Beispiel den Beschluss, dass die Subvention von Presseauslieferung in strukturschwachen Regionen ermöglicht wird. Das ist für mich so noch hinnehmbar, weil Staatsferne und Unabhängigkeit der Presse nicht mittelbar tangiert sind. Zugleich ist es aber nur schwer einsehbar, warum eine Branche, die mit Sicherheit auch Management-Fehler gemacht hat, mit einer Unterstützung im „Weiter so“ noch unterstützt wird. Ich finde das wirklich eine sehr schwere Entscheidung. Eine Subvention nach dem Gießkannen-Prinzip ist für mich ausgeschlossen, eine Anschubfinanzierung für bestimmte Projekte, z. B. besondere Recherchen, könnte man aber zumindest durchdenken.

Vielleicht braucht es gerade den wirtschaftlichen Druck, damit die Verlage sich Gedanken um Innovationen machen. Immerhin sind sie rechtlich nun etwas gestärkt worden. Es gab zum Beispiel das Urteil zur Website „dortmund.de“, einem Web-Auftritt der Stadt Dortmund, der als zu presseähnlich eingeschätzt wurde. Die Bedeutung und die klare Trennung von professionellen journalistischen Inhalten ist somit zumindest aus juristischer Sicht betont worden.

Ich sehe das zunächst auch einmal als kleinen Erfolg für verlagsgebundenen und professionellen Lokaljournalismus; auch wenn in der Debatte über das Urteil die Verweise auf Mängel in der thematischen Bandbreite lokaljournalistischer Berichterstattung als Mahnung gelten kann, sich der öffentlichen Aufgabe umfassend anzunehmen. Allerdings bleibt unabhängig von dieser Entscheidung die Frage offen, wie sich eine Konkurrenz-Situation im Lokalen weiterentwickelt. Das Urteil hat ja zunächst nur ein kleines Angebot aus Dortmund in seine Schranken gewiesen. In der Realität wachsen durch digitale Angebote tagtäglich Konkurrenz-Seiten für den klassischen Lokaljournalismus weiter an. Wir haben Blogs, wir haben Facebook-Gruppen, Parteien, Unternehmen und Kirchen. Sie alle suchen den direkten Weg zu Menschen und sind somit auch Konkur-

renz im Markt der Informationsangebote. Aus Nutzer_innen-Perspektive ist es bei vielen Informationen zunächst egal, woher sie kommt. Für Öffnungszeiten und Notdienste von Ärzten oder Apotheken wurde früher in der Zeitung geblättert, heute liefern das Google und die entsprechenden Websites. Diese lokalen Serviceleistungen waren Alleinstellungsmerkmal der Lokalzeitung. Hier muss innerhalb der Redaktionen künftig noch stärker und entschlossener sortiert und entschieden werden, wo eigener Mehrwert entstehen kann.

Damit wären wir auch beim Personal und redaktioneller Organisation. Befristete, unter Tariflohn bezahlte Stellen schaden dem Ansehen und Berufsbild, schrecken den Nachwuchs ab. Selbst angesehene Journalistenschulen erhalten immer weniger Bewerbungen. Macht sich die Branche selbst zu schlecht oder kann man Studierenden nicht mehr guten Gewissens zu einem Volontariat bei der Lokalzeitung raten?

Ich würde mir auf jeden Fall wünschen, dass Lokalzeitungen mutiger nach vorne schauen. Studierende und junge Menschen in der Studienberatung erzählen uns nach Praktika, wie schlecht die Stimmung in manchen Redaktionen war. Die Problematik betrifft ja den Berufsstand insgesamt und deshalb muss man regelmäßig die Bedeutung und Aufgaben von Journalismus in der und für die Gesellschaft betonen. Es geht um deutlich mehr als Content hübsch zu machen, da sollte man ansetzen. Im Lokaljournalismus haben wir zudem die Besonderheit, dass die Beziehung zwischen Journalist_innen und Publikum so eng wie sonst nirgendwo ist. Studien zeigen uns ja auch deutlich, dass Lokalmedien auch deshalb mehr Vertrauen beim Publikum genießen. So gesehen genießt Lokaljournalismus ein gutes Image. In den Redaktionen selbst gilt er dann aber plötzlich als Sprungbrett und Ausbildungsstätte. Das Imageproblem ist also auch ein Stück weit Mediensystem-immanent. Die Arbeit wird vom Publikum geschätzt, in den Verlagen und der Branche dann aber auch wieder etwas belächelt. Nach eigener Erfahrung erlebe ich in den letzten Jahren aber auch gesteigertes Selbstbewusstsein der Lokalredakteur_innen, weil eben so viele Befragungen zeigen, dass die Zeitungen wegen der lokalen Inhalte gekauft werden. Das könnte durchaus helfen, das Berufsfeld attraktiver zu machen.

Was beim Thema Image meiner Meinung nach noch dazu kommt: Häufig werden dem Lokalteil die eigenen Lorbeeren

Es ist ein gesteigertes Selbstbewusstsein der Lokalredakteur_innen zu beobachten, weil Befragungen die Wertschätzung der Leser_innen zeigen.

genommen. Hervorragende Recherchen und Hintergrund-Geschichten aus dem Lokalen werden beispielsweise nach vorne in den Mantel gezogen. Das ist aus ökonomischer Sicht durchaus verständlich, weil immer mehr Anbieter ihren Mantelteil auch an weitere Titel abgeben und darin natürlich Akzente setzen möchten. Gleichzeitig löst das allerdings auch die Verankerung der Geschichte im zugehörigen Lokalressort. Das beklagen Lokaljournalist_innen durchaus häufiger, manchmal wird dann sogar ohne korrekten Verweis von der Konkurrenz übernommen. So wiederum bleibt das Image von banalen Geschichten, von Kaninchenzüchtern und Scheckübergaben, weil manche wirklich tollen Stücke aus der Lokalredaktion eben nicht dort publiziert werden.

Immer häufiger kommen solche Stücke ja auch aus der Feder von freien Mitarbeiter_innen. Deren Anzahl ist im Lokaljournalismus je nach Studie und Umfang schwankend, in der Tendenz aber eindeutig steigend. Passend dazu ist ja das Dortmunder DFG-Projekt zu diesem Thema. Gibt es hier schon erste Tendenzen?

Zunächst sind wir unglaublich froh, dass wir dieses Projekt umsetzen dürfen. Denn aus wissenschaftlicher Perspektive wissen wir erschreckend wenig über die Freien im Lokaljournalismus. Wir sind aktuell mittendrin in unserer zweistufig angelegten Methodik und wollen wissen, wie Zeitungen mit Freien zusammenarbeiten, sowohl strategisch als auch operativ. Im zweiten Schritt befragen wir dann die lokalen Freien selbst, die letzte Studie dazu ist mittlerweile über 20 Jahre alt. Besonders spannend ist, dass wir vor allem im Lokalteil viele verschiedene Typen von Freien haben. Da reicht das Spektrum vom pensionierten Kunstlehrer, der die kulturellen Veranstaltungen der Stadt besucht und darüber berichtet, bis hin zu einer Gruppe von Journalist_innen, die ihre Festanstellung verloren haben und jetzt auf diese Weise versuchen, ihr Leben zu finanzieren. Zwischen diesen Typen bestehen natürlich enorme Unterschiede bei Umfang, Bezahlung und Qualität ihrer Arbeit. Recht viel mehr als Anekdoten wissen wir allerdings nicht und genau deshalb haben wir das Projekt angestoßen. Mit Sicherheit können wir aber aufgrund der Entwicklungen sagen, dass die Freien in Zukunft noch wichtiger für die Lokalzeitungen werden, auch weil sich die Verbreitungsgebiete durch Zusammenschlüsse weiter vergrößern werden. Stand heute gehen wir davon aus, dass wir spätestens im Herbst 2020 erste Ergebnisse zu unserem Projekt liefern können.

Die angesprochene Vergrößerung der Verbreitungsgebiete wird dem Lokaljournalismus auf personeller Ebene noch eine weitere große Herausforderung liefern. Wenn sich der Trend zur Urbanisierung fortsetzt, gleichzeitig immer weniger junge Talente zur Lokalzeitung wollen, wird es dort bald schwer werden, Lokalredaktionen in strukturschwachen Gegenden überhaupt zu besetzen. Werden in der Zukunft in solchen Regionen Freie/Feste Freie als eine Art „Blogger vor Ort“ installiert, die täglich liefern?

Einerseits ist das sicherlich eine Art Notnagel. Eine Lokalzeitung muss in der Region präsent sein, als Name und Marke, aber auch um weiter unabhängig zu bleiben. Jemand der täglich als Freier zwei oder drei Geschichten liefern muss, um finanziell über die Runden zu kommen, kann und wird sich aber keine größeren investigativen Recherchen leisten, die am Ende vielleicht im Sand verlaufen und kein Geld einbringen. Dazu kommt das fehlende Sicherheits-Backup aus der Redaktion. Service-Stücke und Terminjournalismus funktionieren auch so, für Kritik und Kontrolle vor Ort braucht man aber auch eine Absicherung durch den Justiziar oder generell durch das Redaktionsteam, das Hilfe, Kontakte und zusätzliche Tipps anbietet. Denn ohne das ist das Standing der Freien deutlich schlechter, gerade wenn sie den lokalen Größen auf die Finger schauen sollen. Positiver würde ich es beurteilen, wenn diese zusätzlichen Freien als Ergänzung mitwirken und damit eine Art innerredaktionelle Konkurrenz darstellen, weil man eben nicht jede Top-Geschichte an den „Blogger“ abgeben, sondern auch eigene Akzente setzen möchte.

Viele lokale Redaktionen treten über Formate wie z.B. Podiumsdiskussionen mit Leser_innen und Nicht-Leser_innen in einen offenen Dialog.

Eine anstehende Aufgabe für Lokalzeitungen besteht darin, eine neue Rolle in Relation zum Publikum zu finden. Für die Lokalzeitung ist der Auftrag zur verstärkten Moderation doch eine zentrale Aufgabe, die Leser_innen bei einer moderierten Podiumsdiskussion zusammenbringen, also Plattform für Austausch sein. Diese Anforderungen strapazieren die personelle Ausstattung der Redaktionen. Haben solche Ideen Chancen auf Erfolg?

Tatsächlich nehmen viele Redaktionen solche Formate an und setzen sie auch um, deshalb glaube ich auch nicht, dass man mit dieser Zusatzrolle zu viel verlangt. Die „Freie Presse“ in Chemnitz hat genau dafür den Konrad-Adenauer-Preis erhalten. Sie hat ein Forum „Chemnitz diskutiert“ entwickelt und umgesetzt, das auch Nicht-Leser_innen

zu einem offenen Dialog eingeladen hat. Die Zeitung hat hier eine Moderationsfunktion übernommen. Mit dem Preis wurde auch ein gutes Zeichen gesetzt, dass so etwas honoriert wird. Dazu haben viele Zeitungen auch Abende, wo die Bindung zur Community gesucht und gestärkt wird. Wenn das gelingt, kann das eine starke Signalwirkung haben um darüber auch die Stimmungen einer Stadt noch stärker einzufangen. Lokalzeitungen sollten sich einfach noch stärker als Kommunikatoren sehen, die für die Menschen Berichterstattung machen und weniger über sie. Das ist eine graduell feine Unterscheidung. Gleichzeitig muss auch mit Übernahme der Moderationsrolle diese Aufgabe sehr ernst genommen werden, denn Leser_innen wollen dann auch wirklich Ausgewogenheit und keine zu starke Positionierung, ohne dass eine solche transparent begründet wird. Zeitung darf Haltung zeigen, dann muss sie aber auch deutlich machen, dass es persönliche Meinung ist und die Trennung zur Information klar werden.

Letzteres kritisiert die Wissenschaft nicht nur beim Blick auf den Lokaljournalismus. Im Vergleich zu anderen Ausprägungen wird der Lokaljournalismus in der Journalistik und Kommunikationswissenschaft allerdings seltener begutachtet. Wird sich daran mittelfristig etwas ändern?

Ich sehe zunächst ein grundsätzliches Problem: Die Vernetzung zwischen Journalismus und Wissenschaft ist nur schwach ausgeprägt. Lange Zeit galten die Arbeit in Lokalredaktionen und die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema Lokaljournalismus als eher altbacken. Es war einfach nicht besonders sexy. Das hat sich etwas geändert, gerade auch durch gesellschaftliche Entwicklungen. Wir haben neue Formen von Lokaljournalismus und auch Intermediäre entdecken den lokalen Markt verstärkt für sich. Durch den Hype um sogenannte Hyperlocals hat sich das Thema Lokaljournalismus im öffentlichen und wissenschaftlichen Bewusstsein etwas verbessert. Leider finden wir nach wie vor sehr wenige wissenschaftliche Aufsätze und Debatten zu diesem Thema in den Fachzeitschriften, dies gilt insbesondere für deutsche Fachzeitschriften.

Trotzdem gibt es Angebote wie in Dortmund oder Passau, wo Universitäten und Verlage zusammen an der Volontärsausbildung arbeiten. Dazu ist aus wissenschaftlicher Perspektive in den letzten Jahren mehr Offenheit und Interesse von Verlagen zu spüren. Im Transfer und der Kooperation steckt Potential für die Zukunft.

Auch ich fände es wünschenswert, wenn sich solche Tendenzen weiter verstärken. Dazu zählen zum Beispiel auch Abschlussarbeiten, wenn sie relevante Fragen für Redaktionen erarbeiten oder theoretische Probleme anhand eines Fallbeispiels erörtern. Allerdings macht Wissenschaft auch immer Arbeit, nicht alle wollen oder können sich Zeit für Interviews, Fragebögen etc. nehmen. Die Zusammenarbeit auf der Forschungsebene muss eben auch Benefits für die Praxis liefern, gleichzeitig können wir aber auch nicht die Rolle von Berater_innen einnehmen. Diesen Spagat muss man meistern: Das wichtigste ist, im Gespräch zu bleiben, den Transfer zu pflegen und sich gegenseitig zuzuhören.

Um das Image von Lokaljournalismus zu verbessern, müssen die Lokalredaktionen gestärkt werden.

Zusätzlich zu den bereits angesprochenen Herausforderungen digitale Erlösmodelle, Personalentwicklung, und neue Rollen in lokalen Räumen: Was bringt Mut und Zuversicht für die nächsten Jahre?

Einige der angesprochenen Dinge müssen sich auf jeden Fall ändern, um auch das Image von Lokaljournalismus zu verbessern. Dazu gehört aber auch eine Stärkung von Lokalredaktionen. Man kann nicht erwarten, dass Redaktionen schrittweise ausgedünnt werden und immer noch hochwertige Berichterstattung liefern. Ich hoffe, dass man noch mehr Mut aufbringt, die Zeitung als Gesamtkonstrukt anpackt und über neue Ansätze nachdenkt. Wenn die Verlage den Redaktionen den Raum geben, Innovationen anzugehen, wird da auch etwas passieren. Standortbasierte Statistiken können außerdem helfen, das Angebot noch passender auszuspielen. Ob sich das alles ändern wird? Ganz ehrlich: Ich weiß es nicht. In vielen Lokalredaktionen sehe ich auf jeden Fall eine ganze Reihe von hochmotivierten Journalist_innen, die mit persönlichem Engagement unter teils bedauernswerten Umständen guten Lokaljournalismus machen und machen wollen. Diese Einstellung macht auf jeden Fall Hoffnung.