

Zukunft des Lokaljournalismus

**Ideen, Perspektiven und
ein Blick in die Praxis**

Was braucht Lokaljournalismus,
um zukunftsfähig zu sein?

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

*„Um zukunftsfähig zu sein, braucht Lokaljournalismus einen **kontinuierlichen Dialog** mit den Nutzerinnen und Nutzern. Wenn die Zielgruppe sich schon im Entstehungsprozess einbringen kann, profitieren beide Seiten: Wir gewinnen neue Erkenntnisse für unsere Arbeit und können unserer Leserschaft so ein für sie relevantes Produkt bieten.“*

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

*„Lokaljournalismus hat nur dann eine Zukunft, wenn Journalisten dicht bei den Menschen sind und herausfinden, was sie bewegt. Das erfordert **Netzwerke, Vertrauen und Wissen** darüber, wie die Leute in einer Region ticken.“*

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

*„Lokaler Journalismus muss immer bei den Menschen, verlässlicher Ansprechpartner sein, also: **rausgehen, vor Ort sein**. Und das Gesehene, Gehörte auf all den Kanälen mit all den Darstellungsformen verbreiten, die sinnvoll sind, **ohne Trends hinterherzuhecheln**.*

Ach ja, es schadet nicht, wenn in einer Frühstückszeitung, ob Print oder Netz, die schnell und selektiv gelesen wird, Sprache schlank bleibt, ohne zu verflachen.“

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

„Der bloße Glaube und das abgenutzte Mantra, dass hervorragend gemachte Online-Produkte den wirtschaftlichen Niedergang der Lokalpresse und die Verblödung der Massen verhindern könnten, erzeugt bei mir Lust auf ungehemmte körperliche Gewalt.

*Lokalmedien tun das bereits in vielen Fällen, können damit aber nicht verhindern, dass die entstehende **Klickhuren-Mentalität komplexe Themen unterbuttert** und immer wieder mit Erstaunen festgestellt wird, dass der bestgeklickte Artikel des Jahres doch wieder mit exorbitantem Abstand der Artikel über die geöffneten Bäckereien zu Weihnachten ist.*

*Auswege sind mittelfristig das **radikale Einsparen von Kosten** durch das Einstampfen der Print-Ausgaben oder das Fördern von lokalen Qualitätsmedien durch öffentliche Mittel, um der Verantwortung für Informationsbeschaffung und Demokratiesicherung zu entsprechen.“*

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

„Lokaljournalismus braucht weiter Reporter und Reporterinnen, die Lust haben, aus ihrer Heimat/Umgebung zu berichten. Die Lust haben, Geschichten über Menschen von vor Ort zu erzählen.

*Außerdem müssen diese Reporter und Reporterinnen dies **mit Handys oder Kameras** umsetzen, weil das geschriebene Wort junge Menschen nicht mehr erreicht. Oder sie müssen ihre Texte damit wenigstens anzuckern.“*

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

„Was braucht der Lokaljournalismus?“

- 1. Den Mut, auch **neue Formate** (crossmedialer Art) anzugehen.*
- 2. Endlich ein **schlüssiges Onlinekonzept***
- 3. Die nötige **Beinfreiheit** für den Lokaljournalisten, Themen auch wirklich tiefgehend anzugehen.“*

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

*„Mein Gedanke dazu ist immer, dass Lokaljournalismus **diverser werden** müsste. Im Schnitt besteht unsere (potenzielle) Leserschaft zu 20% aus Menschen, die Wurzeln außerhalb Deutschlands haben. Jeder Fünfte also. In den meisten Redaktionen spiegeln die Redakteurinnen und Redakteure das aber nicht wider.*

Ohne entsprechenden Hintergrund schreibt man auch automatisch seltener oder gar nicht über gewissen Themen. Und wenn "meine Themen" nicht auftauchen, warum sollte ich dann die Zeitung kaufen?“

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

*„Auch wenn sich die Verbreitungswege stark verändert haben und sich weiterhin stark verändern werden, sind die großen Herausforderungen im Journalismus **Glaubwürdigkeit und Qualität.**“*

*Verleger*innen und ihre Medienhäuser müssen mutig sein, **Raum für gründliche Recherche und Experimente lassen** und so dafür sorgen, dass die Menschen den Medien vertrauen – erst dann hat der Journalismus eine Chance auf Refinanzierung.“*

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

*„Ein zukunftsfähiger Lokaljournalismus braucht **Bewährtes und Neues**: hochwertiges journalistisches Handwerk, gepaart mit einem offenen Blick für **digitales, crossmediales Arbeiten**. Bei aller Modernität darf der Journalismus aber eines nie aus dem Blick verlieren: die Leser.“*

RedakteurInnen machen sich Gedanken...

*„Corona und Ukraine-Krieg haben einmal mehr gezeigt, dass sich die Welt vor der Haustür abspielt und so braucht es exzellent ausgebildete Lokalreporter, weswegen sich die Verlage auf **einheitliche, gute Standards bei der Ausbildung von Redakteuren** einigen sollten. Das betrifft den Ausbildungsplan (Stationen), die Bezahlung sowie auch eine langfristige Perspektive mit Aufstiegschancen.*

*Im Zeitalter, in denen Verwaltungen, Firmen und Behörden versuchen, durch eigene Online-Auftritte und Social-Media-Kanäle rosarote Wolken fliegen zu lassen, und auch versuchen, die Deutungshoheit zu erlangen, sollten Verlage und Redaktionen so aufgestellt sein, dass sie bei kniffligen Themen auf eine **schnelle Einsatzgruppe von Investigativ-Journalisten** zugreifen können, die bei der Recherche helfen.“*

Zusammengefasst

- hochwertiges journalistisches Handwerk, Glaubwürdigkeit und Qualität
- dicht bei den Menschen, vor Ort sein – kontinuierlicher Dialog
- einheitliche, gute Standards bei der Ausbildung
- mehr personelle Unterstützung bei Recherchen
- Diversität
- Raum für gründliche Recherche und Experimente (neue Formate)
- schlanke Sprache, ohne zu verflachen
- Kosten einsparen (Print-Produkt einstampfen) oder öffentliche Mittel
- digitales, crossmediales Arbeiten – mit Handys und Kameras
- schlüssiges Onlinekonzept

Das schreibt die ZEIT

„Die Kleinanzeigen wanderten ins Internet, der Werbemarkt wurde von Facebook und Google geschluckt, und eine Generation von Verlegern hatte es verpasst, das Zeitungsgeschäft rechtzeitig in die digitale Welt zu führen.“

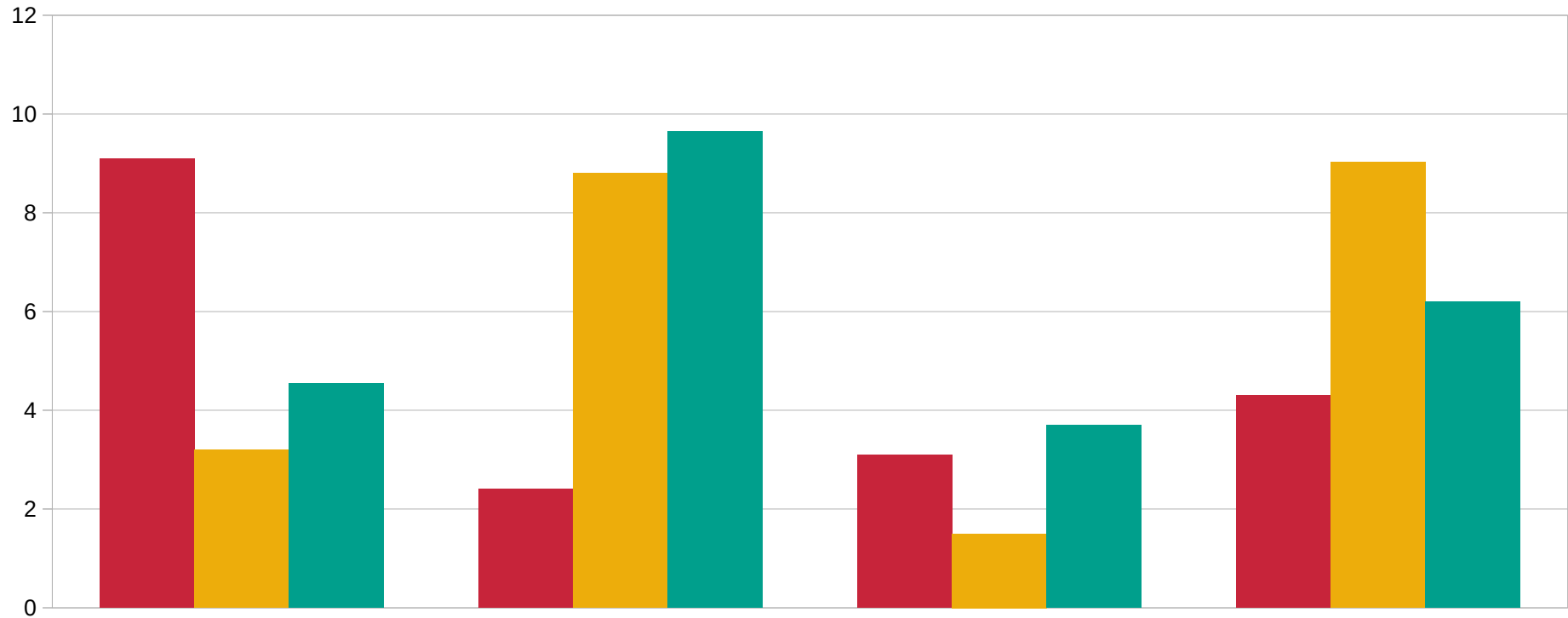
- Schrumpfende Anzeigenumsätze
- Auflagenverluste
- Steigende Kosten für Herstellung und Zulieferung

Das schreibt die ZEIT

„Die Lokalzeitungen sterben nicht mit einem Knall. Sie sterben leise, schleichend.“

- Eine Übersicht oder systematische Analyse über das Zeitungssterben in Deutschland gibt es nicht
- Welcher „Einzeitungskreis“ heute am ehesten bedroht ist, weiß niemand genau – dazu gibt es schlicht keine Daten

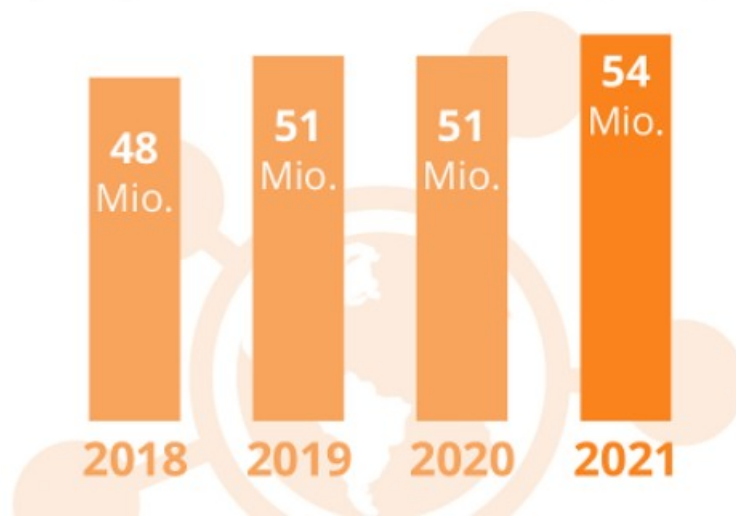
Zahlen und Fakten



ARD/ZDF-Onlinestudie 2021

In Deutschland nutzen 2021 fast 67 Millionen Menschen das Internet – 100 Prozent der unter 50-Jährigen, 95 Prozent der Gruppe zwischen 50 und 69 Jahren und 77 Prozent der ab 70-Jährigen.

ENTWICKLUNG DER TÄGLICHEN INTERNETNUTZUNG



Screenshot: ard-zdf-onlinestudie.de

ARD/ZDF-Onlinestudie 2021

2021 nutzt die Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland Medien im Internet im Mittel 136 Minuten pro Tag (plus 16 Minuten).

Video: 64 Minuten (plus 9 Minuten)

Audio: 56 Minuten (plus 5 Minuten)

Text: 20 Minuten (plus 2 Minuten)

ARD/ZDF-Onlinestudie 2021

Nutzung von Videos

Drei von vier Menschen (74 %) nutzen regelmäßig Videos oder Fernsehinhalte über das Internet.

Die größte Rolle spielen On-Demand-Inhalte von Fernsehsendern sowie Video-Streamingdienste.

- **Videos auf YouTube**, die keine Verbindung zu Fernsehsendern haben, nutzen 34 Prozent regelmäßig
- **Videos auf Social-Media-Plattformen** wie etwa Facebook, Instagram und TikTok nutzen 23 Prozent regelmäßig

ARD/ZDF-Onlinestudie 2021

Nutzung von Audios

Radio, Musik oder Podcasts werden über das Internet von zwei Dritteln der Bevölkerung regelmäßig (mindestens einmal pro Woche) gehört.

Streamingdienste wie Spotify, Amazon Music oder Apple Music sind mit 37 Prozent regelmäßiger Nutzung gut etabliert. Podcasts oder Radiosendungen auf Abruf erzielen neue Bestwerte.

ARD/ZDF-Onlinestudie 2021

Nutzung von Social Media

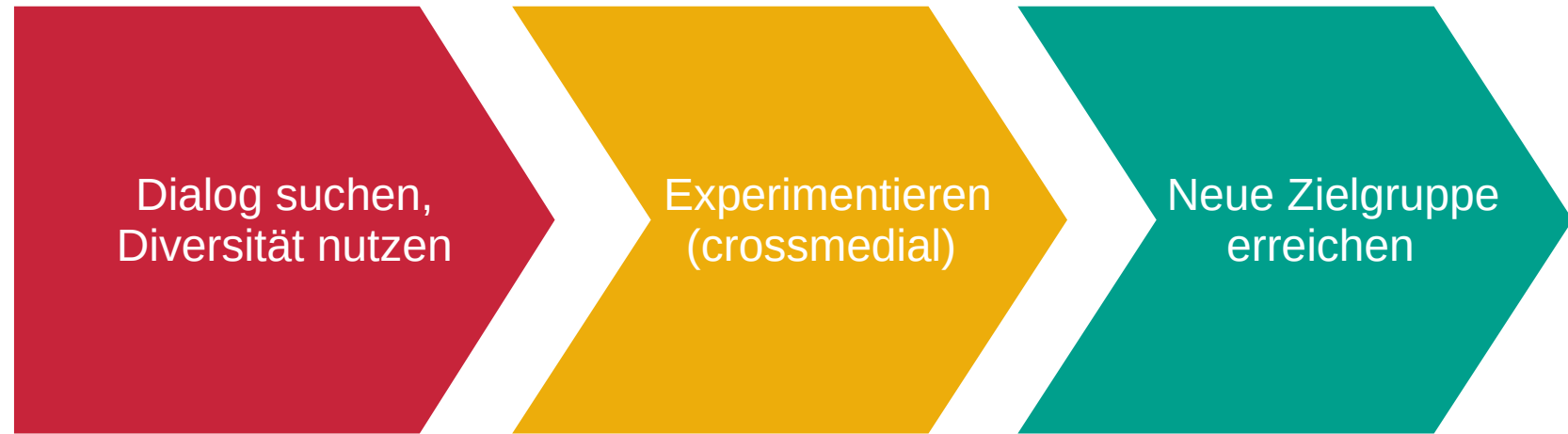
- **Facebook** ist mit 28 Prozent täglicher oder wöchentlicher Nutzung die Social-Media-Plattform Nummer eins.
- **Instagram** wächst zurzeit jedoch schneller und kommt auf 26 Prozent (+ 6 Prozentpunkte).

Aber: Bei den 14- bis 29-Jährigen liegt Instagram mit 73 Prozent deutlich vorne (Facebook 35 %). Pinterest, TikTok, Snapchat und Twitter folgen mit Abstand.



Screenshots:
Youtube.com

Und nun?



Quellen

- **Die ZEIT**, Nr. 16, 13. April 2022, Seite 24-25: „Sie geben nicht auf“ von Hannah Knuth
- **ARD/ZDF-Onlinestudie 2021**, abgerufen am 1. Mai 2022
<https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie/infografik/>
- **Youtube** (Screenshots), Abgerufen am 1. Mai 2022
<https://www.youtube.com/watch?v=jKC9LNw5nQw>
<https://www.youtube.com/watch?v=WNHvTAaISm0&t=43s>
https://www.youtube.com/watch?v=KEggd1S9_9Y&t=3s
<https://www.youtube.com/watch?v=BxSZO419bLY>