



Schader Stiftung

UNIVERSITÄT HOHENHEIM



Nachrichten und Qualität. Was Mediennutzer vom Journalismus erwarten und wie sie dessen Leistung beurteilen (können)

Tagungsbericht

Februar 2014, Darmstadt

Von:

Juliane Urban, Universität Stuttgart-Hohenheim

Prof. Dr. Wolfgang Schweiger, Universität Stuttgart-Hohenheim

Bericht zur Tagung

„Nachrichten und Qualität. Was Mediennutzer vom Journalismus erwarten und wie sie dessen Leistung beurteilen (können)“

7. Februar 2014

Unter dem Titel „Nachrichten und Qualität. Was Mediennutzer vom Journalismus erwarten und wie sie dessen Leistung beurteilen (können)“ hatten Professor Wolfgang Schweiger von der Universität Stuttgart-Hohenheim und die Schader-Stiftung Wissenschaftler und Medienpraktiker zu einer Fachtagung eingeladen. Gut 70 Teilnehmer nutzten das Angebot und diskutierten am 07.02.2014 im Schader-Forum Darmstadt über Qualitätspotentiale im Journalismus aus Sicht des Medienpublikums.

Ausgangspunkt der Veranstaltung war die Beobachtung, dass viele Medienunternehmen im Kampf um Erlöse verstärkt auf Einsparungen im Journalismus, Boulevardisierungs- und Emotionalisierungsstrategien setzen, die ab einem gewissen Punkt unweigerlich zum Verlust journalistischer Qualität führen. Es stellt sich die Frage, ob Mediennutzer diese Qualitätseinbußen bemerken und wenn ja, ob diese sie stören. Denn möglicherweise hat das Publikum andere Vorstellungen von journalistischer Qualität als die Anforderungen, die eine demokratische Gesellschaft an eine leistungsfähige Medienberichterstattung stellt: Relevanz, Ausgewogenheit, Vielfalt, Richtigkeit und Verständlichkeit.

Alexander Gemeinhardt, Vorstand der Schader-Stiftung, betonte in seiner Begrüßungsansprache die Unterschiedlichkeit der Erwartungen an den Journalismus in Zeiten, in denen Nachrichten immer und überall abrufbar sind.

Professor Christoph Neuberger, Ludwig-Maximilians-Universität München, stellte in seiner Keynote die Frage, ob die Gesellschaft vom Journalismus etwas anderes als das Publikum will. Er zeigte, dass der persönliche Nutzen, den Einzelne aus Medienangeboten ziehen, nicht den gesellschaftlichen Erwartungen entsprechen muss, die an Medien gestellt werden. Obwohl Bürger in Umfragen die Wichtigkeit von Bildungs- und Informationsangeboten bestätigen, bevorzugen sie im konkreten Fall häufig Unterhaltung. Trotzdem sind sie unter bestimmten Umständen bereit, gemeinwohldienliche Medienangebote zu unterstützen oder auch mitzufinanzieren. Dafür ist es unter anderem wichtig, dass der Journalismus selbst Mediennutzern vermittelt, welche Rolle er in einer demokratischen Gesellschaft spielt und welche Ressourcen er dafür benötigt.

Professor Klaus Arnold, Universität Trier, beschäftigte sich in seinem Vortrag speziell mit normativen Anforderungen und Publikumserwartungen an Tageszeitungen. Die von ihm repräsentativ befragten Mediennutzer stufen normative Qualitätskriterien für die Berichterstattung durchgehend als sehr bedeutsam ein. Gleichzeitig kritisieren sie in der Berichterstattung fehlende Unabhängigkeit und Meinungsvielfalt sowie eine unzureichende Trennung von Nachricht und Meinung und fehlende persönliche Bezüge. Darüber hinaus zeigen sich deutliche Alterseffekte. Jüngere Mediennutzer stellen geringere Anforderungen an Tageszeitungen und sind weniger kritische Leser. Sie legen in der Berichterstattung vor allem Wert auf Unterhaltung, Layout und Bezüge zu ihrer eigenen Lebenswelt. Hier ist es Aufgabe der Medienpädagogik Medienkompetenz und Qualitätsbewusstsein in dieser Altersgruppe zu fördern.

Professor Frank Überall, Mitglied des Vorstandes des Deutschen Journalisten-Verbandes, erörtert in seinem Vortrag Gründe für die wahrgenommenen Qualitätsmängel in der Berichterstattung aus Perspektive derjenigen, die für sie inhaltlich verantwortlich sind. Journalisten klagen vor allem

über zu wenig Zeit für Recherche und einen starken Einfluss von PR und Werbekunden auf die Berichterstattung. Investigativer Journalismus und inhaltlicher Tiefgang treten zurück, so dass immer mehr „blutleere Zombie-Zeitungen“ – nur bestehend aus Agenturmeldungen und Standardberichten – entstehen, die durch andere Medienprodukte leicht substituiert werden können. Nur wenn Tageszeitungen zu Marken werden, die fundierte Analysen und differenzierte Kommentierungen des Geschehens bieten, versehen mit einer persönlichen Handschrift der Redakteure, können sie langfristig am Markt bestehen.

Wolfgang Schweiger und Juliane Urban, Universität Hohenheim, gehen in ihrem Beitrag der Frage nach, ob Mediennutzer die Qualität einzelner Nachrichtenbeiträge erkennen. In einem mehrjährigen Forschungsprojekt kommen sie zur Erkenntnis, dass Mediennutzer die Qualität von Nachrichten in Bezug auf ihre Vielfalt, Relevanz, Unparteilichkeit, Sachgerechtigkeit und Verständlichkeit nur schwer beurteilen können. Entgegen weitläufiger Annahmen ist die Fähigkeit zur Qualitätsbeurteilung bei allen Mediennutzern in etwa gleich ausgeprägt. Egal ob Männer oder Frauen, alt oder jung, Hauptschul- oder Hochschulabsolvent, Leser der Bild- oder der Süddeutschen Zeitung – alle Gruppen erkannten die Qualität einer Nachricht etwa gleich gut oder schlecht. Letztlich kommt es Mediennutzern bei der Qualitätswahrnehmung vor allem auf das Image von Medienmarken an, das nicht die kurzfristige, sondern die langfristige Qualität von medialen Angeboten wiedergibt.

David Biesinger, Programmchef des Inforadios des Rundfunks Berlin-Brandenburg, ergänzte die Ausführungen von Schweiger und Urban um eigene Erfahrungen mit Publikumsreaktionen im journalistischen Alltag. Auch beim Inforadio beziehen sich Publikumsreaktionen durchaus häufig auf die Qualität von Sendungen. Dabei geht es vor allem um die Themenauswahl bzw. -gewichtung, sachliche Richtigkeit und Verständlichkeit sowie sprachliche Richtigkeit von Nachrichten. Fast noch häufiger erhalten Redaktionen jedoch emotionalisiertes Feedback, welches nur wenig an der Sache selbst orientiert ist. Darüber hinaus betont Biesinger die zielgruppenspezifische Umsetzung journalistischer Qualität sowie die Bedeutung von Nutzwert und Gesprächswert von Nachrichten für den Erfolg eines Medienangebots.

Dennis Reineck, Universität Hamburg, schloss die Veranstaltung mit einem Vortrag über Qualitätserwartungen und -wahrnehmungen junger Erwachsener im Alter von 18 bis 25 Jahren. Er konnte zeigen, dass diese Generation zwar grundsätzlich die gleichen Normen an den Journalismus anlegt wie ältere Mediennutzer. Gleichzeitig gibt es aber zunehmend Anzeichen für eine Entfremdung der Generation vom klassischen Journalismus und journalistischen Qualitätskriterien. Innerhalb der Gruppe der 18- bis 25-Jährigen zeigen sich deutliche Unterschiede in der Mediennutzung und -bewertung in Abhängigkeit vom Ausbildungshintergrund seiner Studienteilnehmer. Deshalb plädiert auch Reineck für eine zielgruppengerechte Aufbereitung von Nachrichten ohne dabei journalistische Qualität zu vernachlässigen.

In einer abschließenden 45-minütigen Diskussion zur Thematik mit allen Vortragenden und Veranstaltungsteilnehmern wurden die verschiedenen Vorträge kritisch gewürdigt und eingeordnet. Dabei betonten die Teilnehmer vor allem die Bedeutung journalistischer Ethik und langfristiger Qualitätssicherung für die Berichterstattung.