

Studie „Die Zeitungsmacher“

Zusammenfassung

21. Februar 2013

Weichert/ Kramp / Welker 2013

Die Zeitungsmacher. Aufbruch in die digitale Moderne (Springer VS Verlag 2014)

Eine Repräsentativbefragung deutscher Zeitungsvollredaktionen

Die Zeitungsbranche steht unter Druck, die Pressevielfalt nimmt ab. Die anhaltenden Verwerfungen in den internationalen Pressemärkten haben zur Wahrnehmung einer lang

Ziel: Eine fundierte Analyse der Auswirkungen des *digitalen Strukturwandels* auf die konkrete journalistische Arbeitssituation und die handwerklichen Per-

„Die Jahre der Larmoyanz scheinen vorbei: Unsere repräsentativen Befunde zeigen, dass in den Redaktionen wieder die Zuversicht steigt. Auch wenn sich viele Redakteure Sorgen um ihren Arbeitsplatz machen, deuten sie die derzeitige Situation überwiegend als Normalzustand oder sogar als Aufbruchsstimmung.“

(Prof. Dr. Stephan Weichert, MHMK Hamburg)

anhaltenden „Zeitungskrise“ geführt. Empirische Daten zur Stimmungslage in dieser Umbruchphase liegen bislang kaum vor. Um nun die tatsächlichen Bedingungen in deutschen Zeitungsredaktionen zu erforschen, wurde die vorliegende Studie umgesetzt: Erhoben wurden Strukturen in den Redaktionen und die Haltungen von Redakteuren.

spektiven der Redaktionsarbeit.

Der Untersuchungsansatz: Den Konflikt zwischen unternehmerischen Herausforderungen und den gestiegenen Ansprüchen an die redaktionelle Handlungsfähigkeit der Akteure auszuloten.

Steckbrief

•••

Datengrundlage: Telefonische Befragung aller 130 publizistischen Einheiten (Zeitungsvollredaktionen) in Deutschland; Vollerhebung: Rücklauf 73 Redaktionen = 56,2 Prozent

Stichprobe: N = 127 Redakteure; Anzahl je geschichtet nach großen, mittleren und kleinen Redaktionen (je 3-1 Redakteure)

Feldzeit: Januar/ Februar 2012 (Telefonbefragung); Juni 2012 (Nachbefragung); Methode: telefongestützte Interviews (Ø 15 Minuten) und schriftliche Befragung (66,1% CATI; 33,9% PAPI)

Felddienstleister: Marktforschungsinstitut YouGov AG, Köln

Förderer: Otto Brenner Stiftung, Stiftung Pressehaus NRZ, Verein für Medien- und Journalismuskritik e.V.

Verantwortliche: Prof. Dr. Stephan Weichert, MHMK Hamburg, Dr. Leif Kramp, ZeMKI, Universität Bremen, PD Dr. habil. Martin Welker, Universität Leipzig.

Veröffentlichung: voraussichtlich August 2013 im VS Verlag, Wiesbaden

Ausgewählte Ergebnisse

Themen: Arbeitszufriedenheit, professionelle Verantwortung, Innovationspotenzial, Partizipationsinteresse

Die Befragten in Tageszeitungsverlagen waren *durchschnittlich 46,3 Jahre* alt, bis auf wenige Ausnahmen lag das Alter zwischen 30 und 60 Jahren. Etwa ein Viertel gab an, bis zu zehn Jahren im Beruf zu stehen, etwa 10 Prozent

Das *berufliche Selbstverständnis* der Befragten in seiner gesellschaftlichen Rollen- und Funktionswahrnehmung ist geprägt von starkem *Pragmatismus* – nämlich vom Willen zur präzisen Berichterstattung und zur Vermittlung komple-

Vor allem die *Recherche* nimmt in Bezug auf die *Leserbeteiligung bei redaktionellen Leistungen* (Mitwirkungs-Parameter) eine wichtige Funktion ein – sie erzielte in der Einschätzung den höchsten Wert. Insgesamt wird die Mitwirkung des Lesers bei den einzelnen redaktionellen Routinen – Textproduktion, Redigat, Redaktionskonferenzen – jedoch als eher gering eingeschätzt.

Auf der betrieblichen Ebene identifizieren sich die befragten Redakteure im Großen und Ganzen mit ihrem Verlag und ihrer eigenen Tätigkeit.

Der *Sorgenstand in punkto Arbeitsplatzsicherheit* und Finanzierung der Zeitung neigt allerdings deutlich der Beunruhigung zu: Machen sich Redakteure große Sorgen über die Finanzierung ihrer Zeitung, glauben diese mehrheitlich auch, dass die Bedeutung des Mediums Tageszeitung binnen der nächsten zehn Jahre abnehmen wird.

„Ein solides Weiterbildungsangebot und die neuen Partizipationsangebote an die Leser sind die wesentlichen Triebfedern der Innovationskraft von Zeitungsredaktionen: Wer seine Bereitschaft steigert, das Publikum konsequent in den journalistischen Kreativ- und Produktionsprozess einzubeziehen, ist für die digitale Zukunft gewappnet.“

(Dr. Leif Kramp, ZeMKI, Universität Bremen)

waren seit zehn bis maximal 15 Jahren als Redakteure tätig und rund *zwei Drittel gaben an, bereits über 15 Jahre Berufserfahrung* zu besitzen. Bei der eindeutigen Zuordnung der Befragten lag das *Politikressort mit knapp 20 Prozent an der Spitze*, gefolgt vom Regionalen und der Wirtschaft. Durch Mehrfachzugehörigkeiten zu den Ressorts konnte aber vielfach keine eindeutige Zuordnung ermittelt werden (43 %).

xer Inhalte, zu Kritik und Kontrolle, einem Willen zur Abbildung der Realität, aber auch zum Service für die Leser – unter anderem in Form von Lebenshilfe und Trend-Setting. Nur rund Dreiviertel der Befragten sehen sich in der Berufsrolle des schnellen Informationslieferanten, des Sprachrohrs für Benachteiligte oder des Stellvertreters der normalen Bevölkerung.

Je größer jedoch die Sorgen der Redakteure, desto deutlicher glauben sie an einen Bedeutungszuwachs des Journalismus insgesamt. So wird die Stimmung im eigenen Arbeitsumfeld mit fast der Hälfte der Befragten als „normal“ (48%) denn als krisenhaft (18%) empfunden, während ein knappes Drittel der Befragten sogar eine *Aufbruchsstimmung* (32%) in den Redaktionen wahrnimmt.

„Wir haben einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Sorgenstand innerhalb der Redaktion und der Fähigkeit festgestellt, Innovationen umzusetzen. Anders gesagt: Die Krisenangst schlägt den Redakteuren nicht nur aufs Gemüt, sondern ist schlicht innovationsfeindlich.“

(PD Dr. Martin Welker, Universität Leipzig)

Über alle Altersgrenzen hinweg wird dabei in deutlicher Mehrzahl die *Redaktion als wichtigste Innovationsumgebung* wahrgenommen. Für die meisten Redakteure stehen hierbei *Social Media* im Mittelpunkt ihrer Arbeit, wenn es um innovative Recherche- und Darstellungsformen geht. Soziale Netzwerke wie Facebook, Xing oder Google+ sind am beliebtesten, gefolgt von neuen Methoden der Visuali-

sierung komplexer Daten (Datenjournalismus).

Auf eine *partizipative Annäherung an den Leser* setzen vor allem jüngere Redakteure: Über alle Altersgrenzen hinweg wird die Distanz zur Leserschaft als tendenziell ausgewogen bis gering eingestuft. Redakteure unter 39 Jahren empfinden eine relativ große Nähe zur Leserschaft. Dies untermauert den zusehenderen Blick auf die Zu-

kunft des Berufsstandes: Redakteure, die nur eine geringe Distanz zum Leser spüren, glauben auch an einen Bedeutungszuwachs des Journalismus in der Gesellschaft.

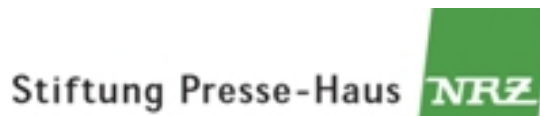
Etwa zwei Drittel der Redakteure nehmen an *Weißbildungmaßnahmen* teil. Diejenigen Befragten, bei denen die letzte Maßnahme nicht länger als drei Jahre zurückliegt, halten vor allem Video, Twitter, Soziale Netzwerke und daten-

journalistische Ansätze für wichtige Instrumente bei der redaktionellen Arbeit für wichtig.

Dabei hat das *Stimmungsbild* innerhalb der Redaktionen einen direkten Einfluss auf die Innovationsbereitschaft der Redakteure: Eine positive Wahrnehmung des eigenen Arbeitsumfelds zeigt bei der Mehrheit eine größere Offenheit etwa in Bezug auf soziale Netzwerke bei der journalistischen Arbeit. Redakteure, die eine *Aufbruchsstimmung* wahrnehmen, haben zudem eine deutlich stärkere Bereitschaft, Leser in die Recherche und die Publikation eines Themas einzubeziehen als solche, die eine krisenhafte Stimmung diagnostizieren.

Angebote an den Leser, an der redaktionellen Arbeit aktiv und unmittelbar teilzuhaben, werden entsprechend hauptsächlich von Zeitungsredakteuren antizipiert, die die aktuellen Wandlungsprozesse optimistisch begleiten. Der Ausbau von *Partizipationsmöglichkeiten* wird daher in den untersuchten Zeitungsredaktionen auch als eines der wesentlichen und vor allem zukunftsweisenden Innovationsinstrumente begriffen.

Förderer



UNIVERSITÄT LEIPZIG

Presse-Anfragen/ Kontakt:

Prof. Dr. Stephan Weichert
Macromedia Hochschule für Medien und
Kommunikation
Gertrudenstraße 3
20095 Hamburg
Tel.: 0170-310 51 38
E-Mail: s.weichert@mhmk.org

Dr. Leif Kramp
Universität Bremen
ZeMKI, Zentrum für Medien-, Kommunikati-
ons- und Informationsforschung
Linzer Straße 4
28359 Bremen
Tel.: 0421-218-67652
E-Mail: kramp@uni-bremen.de

PD Dr. phil. habil. Martin Welker
Lortzingstraße 5
04105 Leipzig
Mobil 0172-62 50 910
E-Mail: welker@uni-leipzig.de