

Buch, Presse und andere Druckmedien

Klaus Arnold: Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum.

Konstanz: UVK 2009. Reihe Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 28, 599 S. ISBN 978-3-86764-141-8, € 59,-

Rechtzeitiger hätte diese Studie über Chancen und Risiken, Leistungen und Anforderungen der Zeitung – eine Habilitationsschrift an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (2008) von dem dort am Lehrstuhl Journalistik II tätigen wissenschaftlichen Assistenten – nicht erscheinen können: In den USA grassiert seit der Wirtschafts- und Finanzkrise bereits das große Zeitungssterben und auch hierzulande werden die Diskussionen und Prognosen über die Zukunft der Zeitung immer düsterer. Nur ob sich all die dafür verantwortlichen Faktoren und publizistischen Ausprägungen unter den Generalnenner *Qualitätsjournalismus* fassen lassen, zumal wenn das gesamte Medium, vom Boulevard bis zum wöchentlichen Edelfeder-Räsonnement, avisiert ist, scheint fraglich – nicht zuletzt nach dieser stofflich umfangreichen und analytisch differenzierten Studie.

Konzipiert wurde sie natürlich früher, ungefähr nach dem jähen Niedergang der *New Economy* zu Beginn dieses Jahrzehnts, als es dann den Zeitungen kurzzeitig besser ging, obwohl die langfristigen negativen Trends – die Schrumpfung von Reichweiten und Auflagen, der Einbruch bei der jungen Generation, die Konkurrenz durch die Online-Blätter und damit die Volatilität des lebenswichtigen Anzeigenmarktes – anhielten. Durchgeführt wurden namentlich die empirischen Erhebungen, eine standardisierte, telefonische Repräsentativbefragung unter der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren und eine begleitende, vertiefende qualitative Leitfaden-Befragung von 40 gezielt nach soziodemografischen Indikatoren ausgewählten Personen in den Jahren 2004 und 2005. Dennoch muten die wichtigen Befunde auch heute noch aktuell an – und auch die daraus gezogenen Empfehlungen dürften für Verlage und Marketing von Interesse sein.

Zuvor allerdings sichtet, referiert und restrukturiert der Autor, wie es sich für einen Habilitanden gehört, in seinem knapp 600seitigen Werk umfänglich und gründlich die einschlägige Forschung in drei Kapiteln, jeweils eingeleitet mit einem Überblick schaffenden, Fragen formulierenden ‚Aufmacher‘ und abgeschlossen mit einer kompakten Zusammenfassung: Im ersten Kapitel präsentiert er Traditionen und aktuelle Ansätze der publizistikwissenschaftlichen Qualitätsforschung, deren Ursprünge sich bereits in den ersten Zeitungskritiken und -schelten im 17. Jahrhundert finden lassen, aber vor allem während der geisteswissenschaftlich-normativen Phase der Zeitungswissenschaft bis in die 1960er Jahre hinein *en vogue* waren. Doch auch die Studien zur Pressekonzentration und lokalen Publizistik in den 1970er Jahren, die Diskurse über Vielfalt, die Journa-

lismusetik sowie die Forschungen zu Verständlichkeit und Lesbarkeit enthielten und enthalten einschlägige Aspekte. Die Qualitätsdebatte im engeren Sinne begann nach Arnolds Einschätzung erst in den späten 1980er Jahren, als mit der Einführung und Verbreitung des privatkommerziellen Fernsehens die bis dahin als selbstverständlich erachteten Maßstäbe verrutschten und man sich mit einem bis dahin unbekanntem Sensations- und Trashjournalismus auseinandersetzen musste. Seither grundieren im wesentlichen drei Ansätze die Qualitätsdebatte: nämlich normativ-demokratiethoretische, journalistisch-analytische Ansätze und solche, die Qualität aus Publikumssicht fassen wollen.

Deren Kategorien nimmt Arnold im zweiten Kapitel als Grundlagen, um sein „integratives Qualitätskonzept“ zu entwickeln. (S.134f) In ihm finden sich nahezu alle einschlägigen Kriterien wieder, von der Vielfalt über die Glaubwürdigkeit, die Gründlichkeit der Recherche und die Kritik bis hin zu Hintergründen und lokal-regionalem Bezug aus systemorientierter Sicht, von der Neutralität, der Trennung von Nachricht und Meinung sowie der Achtung der Persönlichkeit aus normativ-demokratiethoretischer Perspektive bis zur Anwendbarkeit und Unterhaltsamkeit aus der Perspektive des Publikums, allerdings ohne erkennbare Gewichtung und Taxonomie. Und wenn am Ende Arnold freimütig einräumt, dass Qualität zwar in allen Sonntagsreden von Verlegern und Journalistenverbänden beschworen wird, aber ihre Umsetzung „zumindest teilweise mit ökonomischen Überlegungen konfligiert“ (S.237), wie er sich sehr zurückhaltend ausdrückt, dann wird die Crux solch theoretischer – um nicht zu sagen: idealistischer – Modelle deutlich, zumal angesichts der ruinösen Rationalisierungen in den Redaktionen und der Verdichtung bzw. Entspezifizierung der redaktionellen Arbeit in den letzten Monaten.

Die empirische Wirklichkeit der Zeitung, vor allem von Seiten der Rezeption und des Publikums, stellt Arnold im dritten Kapitel dar, soweit sie sich aus vorliegenden Studien rekonstruieren lässt. Denn im Vergleich zu den unzähligen, nur kurzfristig aktuellen Marketing- und Reichweitendaten mangelt es an seriösen, langfristig und gründlich ausgerichteten Studien, die nicht zuletzt grundlegende Fragen etwa nach dem strukturellen Wandel des Nutzungsverhaltens, der prinzipiellen Bedeutung des Zeitungslesens für Demokratie, Gesellschaft und Individuen und überhaupt nach der subjektiven Motivation gerade auch von Nichtlesern aufarbeiten. Bisweilen begnügt sich da Arnolds Argumentation mit recht schmaler Evidenz oder mit sympathischen Postulaten: so wenn der Zeitungslektüre pauschal die Vermittlung einer höheren Lesekompetenz, der Erwerb strukturellen Wissens und anderer positiver Lernleistungen im Vergleich mit den audiovisuellen Medien attestiert und damit ihr auch eine „wichtige gesellschaftlich-demokratische Funktion“ (S.249) unterstellt wird. Denn die wissenschaftlichen Belege dafür fallen recht dünn, veraltet und undifferenziert aus. Ferner dürften Vergleiche mit anderen demokratisch verfassten Ländern in Europa (und anderswo), die immer schon oder inzwischen eine geringere Zeitungsnutzung als Deutschland aufweisen, solch übliche Funktionsüberhöhungen der Presse schnell relativieren.

Hart ins Gericht hingegen geht Arnold mit den Maßnahmen, die die Verlage seither zur Sicherung des „Krisenmediums“ (S.242ff) und zur Befriedigung von Leserwünschen ergriffen haben. Zwar seien Layouts moderner und übersichtlicher, mehr Service- und lokale Themen aufgenommen, Texte verständlicher und aktueller geworden, doch bei den „klassischen journalistischen Kriterien“ (S.345) hapere es erheblich: Die Zeitungen seien nicht glaubwürdiger und kritischer geworden, gerade auch nicht im viel beachteten Lokalteil; Hintergrundberichterstattung und gezielte Angebote an die schwindende junge Leserschaft fehlen weithin, und für die Leser-Blatt-Bindung habe man sich nicht so engagiert, wie es erforderlich wäre. Fazit: Die Zeitung sei „schön geschminkt worden“, aber nicht grundlegend saniert (S.346).

Doch einfacher und eindeutiger werden die Optionen künftig nicht werden, wie die eigenen empirischen Ergebnisse zeitigen: Primär verlangt das Publikum von seiner Zeitung inhaltlich journalistische Qualitäten wie eine „aktuelle Mischung aus vielen kurzen Artikeln und längeren Hintergrundberichten über wichtige Themen“ (S.428), mehr Orientierungsleistung, Unabhängigkeit und Zivilcourage, Übersichtlichkeit, angenehme Lektüre, und am wenigsten ist es am Format (wie Tabloid) interessiert. Doch die treuesten und intensivsten Zeitungsleser sind inzwischen älteren Jahrgangs, konservativ und gebildet, die wenigen jüngeren hingegen schätzen schon eine attraktivere, lebendigere Gestaltung, mit vielen Bildern und Grafiken. Zudem lassen sich kürzere Texte und modernes Layout problemlos bei der Online-Konkurrenz, zumal kostenlos, ständig aktualisiert verfügbar, bekommen.

Je genauer die Analyse das Zeitungspublikum – etwa mit der Differenzierung nach Zeitungsgattungen, aber auch mittels Typologien der Qualitätsanforderungen in der qualitativen Studie – unter die Lupe nimmt, umso vielfältiger, auch inkonsistenter fallen die Erwartungen und Ansprüche des Publikums aus. Dennoch bleibt Arnold am Ende mit seinen „Handlungsempfehlungen“ (S.479ff) konsequent dabei, dass primär die „klassischen journalistischen Qualitäten“ zumal bei Regionalzeitungen verbessert werden müssten: Diese müssten unabhängiger, mutiger und vielfältiger in der Meinung, aber auch klarer in der Abgrenzung von Nachricht und Kommentar, mehr dem Leser zugewandt und für dessen Alltag praktischer werden. (Vgl. S.478) Dafür seien jetzt und in Zukunft größere Investitionen, sicherlich finanzieller, aber auch intellektueller Art, erforderlich, statt nur „kurzfristige Renditesteigerungen und die Konzentration auf einfache, ohne große Kosten umzusetzende Veränderungen oder den Ausbau von Nebengeschäften“ (S.484) voranzutreiben. Auf die Antworten und Reaktionen der Verleger darf man gespannt sein.

Hans-Dieter Kübler (Werther/Hamburg)