

Hans-Josef Vogel
Bürgermeister der Stadt Arnsberg

**„Macher, Macht und Medien:
Demokratie braucht leistungsfähigen Lokaljournalismus“**

- Keynote auf dem BLITZ-Forum Lokaljournalismus am 16. Mai 2013 in Hamburg -

I. Das Lokale wird in den nächsten Jahren deutlich an Bedeutung gewinnen

Die Bedeutung des Lokalen wird in den nächsten Jahren deutlich zunehmen. Dafür sprechen im Wesentlichen vier zentrale Gründe.

1. Die grundlegenden Veränderungen und Umbrüche unserer Zeit werden lokal gestaltet

Wir erleben gegenwärtig grundlegende Veränderungen, die zudem – was oft übersehen wird – miteinander verwoben sind:

- die demografische Entwicklung (weniger, älter, bunter). (Das Ergebnis der „Volkszählung 2011“ wird Ende Mai den demografischen Wandel deutlich bestätigen.)
- die technisch-ökonomischen Entwicklungen (Digitalisierung aller Lebensbereiche, Globalisierung, Wissens- und Innovationsgesellschaft, Energietransformation) und
- die gesellschaftlichen Entwicklungen (Individualisierung, Sensibilisierung für Nachhaltigkeit, Wertewandel und Vielfalt der Lebensentwürfe, -stile und -milieus, Feminisierung der Gesellschaft).

All diese Veränderungen, oder besser: all diese Umbrüche und ihre Auswirkungen haben einen realen Ort. Sie finden statt in unseren Familien, Schulen, Vereinen, Nachbarschaften, Kirchengemeinden, Stadtquartieren, in Feuerwehr und im Einzelhandel, auch in den Zeitungsredaktionen vor Ort, d.h. in den lokalen Lebenswelten, in den „kleinen Lebenskreisen“, wie Kurt Biedenkopf dies nennt.

Hier nehmen die Veränderungen und Umbrüche Gestalt an und werden dadurch gestaltbar. Und genau hier werden sie auch gestaltet: in Familien, Kindergärten und Schulen, an den Arbeitsplätzen, in den Krankenhäusern, im Pflegebereich, in den Einfamilienhaussiedlungen am Rande der Kernstädte, bei gebührenfinanzierter Wasserver- und Abwasserentsorgung, und noch einmal auch in den Lokalredaktionen der Tageszeitungen, in den lokalen Lebenswelten.

Die kleinen Lebenskreise werden die Veränderungen gestalten und zwar mit Unterstützung der Kommunen, die eine neue Rolle als Agenturen des Wandels und der lokalen Bürgergesellschaft ausüben werden – soweit sie diese Rolle nicht schon heute wahrnehmen, wie zum Beispiel beim Thema „Leben mit Demenz“ in der Stadt des langen Lebens.

Die Lösungen der neuen Aufgaben werden vielfältig sein wie die Akteure, um nicht von vorneherein Chancen und Potentiale der Bürgerinnen und Bürger auszuschließen. Um nicht von vorneherein lokales und regionales Lernen zu erschweren oder gar unmöglich zu machen.

2. Der Zentralstaat wird überfordert

Kein Staat wird die Folgen der Umbrüche zentral bewältigen. Der Zentralstaat wird überfordert sein, der großen Vielfalt der Akteure zu entsprechen, mit der unterschiedlichen Verwobenheit der Veränderungen umzugehen sowie die brachliegenden lokalen Potentiale zur konkreten Gestaltung der Umbrüche zu aktivieren. Ein Zentralstaat kann immer nur bürokratisch denken und handeln und muss es auch tun, wie Max Weber gezeigt hat.

- Drei bis fünf Pflegestufen maximal und Schluss. Oder:
- 40 Seiten für einen einzelnen Hartz IV-Bescheid – und das jeden zweiten Monat. Oder:
- komplizierte Bildungs- und Teilhabe-Pakete für Kinder, die neue Bürokratie zur Folge haben.
- 21 Minuten für die Pflege eines alten Menschen – keine Begleitung, kein Gespräch – dies passt nicht ins Format der Förderung.

3. Die „Kommunale Intelligenz“ wird wichtiger

Dem Zentralstaat fehlt eben „Kommunale Intelligenz“. Das heißt: Die vielfältigen Möglichkeiten und Erfahrungen der Kommunen, die vorhandenen Potentiale der Bürgerschaft und damit die Kräfte der Selbstgestaltung der oder des Einzelnen, ihrer und seiner „kleinen Lebenskreise“ zur Entfaltung zu bringen.

„Kommunale Intelligenz“ zu nutzen war Grund für die Einführung der Kommunalen Selbstverwaltung, nachdem Freiherr von Vincke ein Gutachten über die Prinzipien der englischen kommunalen Selbstverwaltung dem damaligen preußischen Reformerkreis um Freiherr vom und zum Stein vorgelegt hatte.

Der Begriff der „Kommunalen Intelligenz“ selbst ist neu. Er geht zurück auf den Gehirn- und Lernforscher Gerald Hüther. Hüther hat den Begriff mit Bezug auf die kommunalen und örtlichen Möglichkeiten zur Potentialentfaltung von Kindern und Jugendlichen in diesem Jahr eingeführt. (Gerald Hüther: Kommunale Intelligenz. Potenzialentfaltung in Städten und Gemeinden, 2013).

4. Die Kommunen sind innovationsfähig

Für die wachsende Bedeutung der Kommunen wird in diesem Zusammenhang auch sprechen, dass der Zentralstaat in seiner Innovationsfähigkeit deutlich begrenzt ist. Er bedarf mehr oder weniger für alle wesentlichen Veränderungen der Zustimmung einer Mehrheit der Bevölkerung.

Fortschritte mittels neuer Produkte, die privat auf dem Markt angeboten werden, bedürfen dieser nicht. Es muss nur eine Minderheit von Konsumenten überzeugt werden, die dann zur Imitation einladen.

Das Marktsystem hebt eine anfängliche Mehrheitsentscheidung gegen das Neue aus. Es bietet dem Neuen auf diese Weise ganz andere Chancen als die Chancen, die die staatliche Politik bieten kann. Aber das Neue kann nicht nur Ware sein, und wird es auch nicht sein.

Die Vielfalt des Dezentralen – also die Vielfalt der Städte und Gemeinden in unserem Land – wird hier und dort und anderswo, nebenbei und unbemerkt oder offen und direkt, Chancen auf Neues und Chancen auf neue Lösungsmöglichkeiten bieten und Neues leisten. Kommunen benötigen nicht die Mehrheit der ganzen Gesellschaft des Landes, sondern die Mehrheit in ihrer Stadt oder in ihrem Stadtquartier oder in einer bürgerschaftlichen Vereinigung.

Was allerdings notwendig ist, ist die Freiheit, anfangen zu können und Neues zu beginnen, wie Hannah Arendt Politik definiert hat.

Beispiel dafür ist der grundlegende Beschluss für die Energiewende, für die Energietransformation. Noch nie hat es so viele Energieproduzenten in den Städten und Gemeinden gegeben wie heute und ihre Zahl nimmt ständig zu.

Einige Städte werden also immer anfangen. Und diese Städte werden dann von anderen imitiert.

Nicht umsonst werden Städte als „Laboratorien der Zukunft“ oder „Laboratorien der Moderne“ bezeichnet, was ihre Bedeutung in und für Umbruchzeiten wie diesen noch steigert.

5. Zusammenfassung

Fassen wir zusammen:

Die grundlegenden Veränderungen oder Umbrüche in fast allen Bereichen unseres Lebens führen dazu, dass das Lokale zukünftig deutlich an Bedeutung gewinnen wird. Dieser Bedeutungszuwachs des Lokalen wird sich unter den Bedingungen gleichbleibenden oder sinkenden materiellen Wohlstandes noch beschleunigen. (Einzelheiten dazu im Memorandum des Denkwerks Zukunft: „Lebenswerte Städte unter Bedingungen sinkenden materiellen Wohlstands – Herausforderungen und Maßnahmen“, 2012).

Es gibt also in Umbruchzeiten und gerade in unsicheren Zeiten viel zu tun für Lokaljournalisten und für den Lokaljournalismus, nicht zuletzt, weil es die Bürgerinnen und Bürger und ihre kleinen Lebenskreise selbst sind, die den Wandel gestalten und von ihren Kommunen dabei unterstützt werden.

Zukünftig wird es in der Kommune nicht einen oder zwei oder 30 Macher geben, sondern ein neues Engagement der Bürgerinnen und Bürger, die ihr Lebensumfeld selbst mitgestalten und Verantwortung übernehmen wollen und werden. Und ihre Zahl wird groß sein, wie wir aus Umfragen zum bürgerschaftlichen Engagement wissen.

II. Mit der Bedeutung des Lokalen werden die Bedeutung lokaler Medien und die Bedeutung und der Wert des Lokaljournalismus beträchtlich wachsen

Mit der Bedeutung des Lokalen wird automatisch die Bedeutung lokaler Kommunikation, die Bedeutung und der Wert des Lokaljournalismus und lokaler Medien, insbesondere der Lokalzeitung wachsen – egal, ob sie gedruckt oder digital erscheint.

Dem Lokaljournalismus wird also nicht die Arbeit ausgehen und auch nicht die Leser. Vielmehr wird es mehr zu schreiben, mehr darzustellen, mehr zu erklären und mehr zu bewerten geben als heute.

Ja, eine Stadt gibt grundsätzlich immer Anlass journalistisch zu schreiben, schon weil Komplexität und Unvollständigkeit zum Wesen der Stadt gehören.

Es wird zukünftig weniger um die Kommune als Verteilungsagentur des Staates gehen. Es wird zukünftig viel mehr gehen um die Kommune als Agentur der Bürgerschaft, der lokalen Bürgergesellschaft und des neuen Bürgerengagements.

Das ist neu und das wird Lokaljournalismus wahrnehmen und aufnehmen. Da bin ich sicher. Ein oder ein Paar oder auch ein Dutzend „Macher“ alten Typs – das ist einfach für Lokaljournalismus. Aktive Bürger in Umbruchzeiten journalistisch und kritisch zu begleiten – das ist neu und schon deshalb nicht einfach.

Das ist anspruchsvoll, da Lokaljournalismus sich gleichzeitig auch – was Sprache, „Kanäle“ und „Formen“ (Print-Zeitung, digitale Zeitung, facebook & Co., Smartphones, Tablet-PC's) angeht – verändern wird. Ich werde später darauf eingehen.

Ich möchte kurz fünf Punkte zum Thema „Bedeutung des Lokaljournalismus und der Lokalzeitungen“ ansprechen.

1. Stadtbürgerschaftliches Engagement wird ohne Lokalzeitung schwinden

Wir wissen aus Studien der USA, dass **in Regionen ohne Lokalzeitung** das bürgerschaftliche Engagement und das Engagement in städtischen Organen abnehmen.

Die „taz“ berichtet am 26.01.2013:

„Immer mehr amerikanisches Leben geschieht im Schatten“, hat Tom Rosenstiel, Medienforscher im Pew Research Center bereits 2009 vor einem Komitee im US-Kongress erklärt. Untersuchungen in Städten, die schon länger keine Tageszeitung mehr haben, zeigen, dass dort die Wahlbeteiligung sinkt, dass weniger Menschen bereit sind, öffentliche Ämter zu übernehmen und dass auch andere Formen von öffentlicher Aktion nachlassen. In den neuen Nachrichtenwüsten der USA schauen keine ReporterInnen mehr Ratsleuten und Bauunternehmen auf die Finger. Die vielerorts entstehenden und meist von den LeserInnen finanzierten Onlineportale haben selten genügend Personal, um die Lücken zu füllen.“

Entsprechende Beobachtungen machen wir zurzeit auch in Mecklenburg-Vorpommern, wo es „lokale Nachrichten“ nicht mehr oder nur eingeschränkt gibt.

2. Ordnen, Erklären und Bewerten werden wichtiger

In Umbruch-Zeiten, in Zeiten verwobener grundlegender Veränderungen und vielfältigster Lebensentwürfe und Gestaltungsmöglichkeiten bedarf es, was auch in einem Laboratorium wichtig ist:

- Ordnung im inhaltlichen Sinne (neue Ressourcen, neue Sprache mit Blick auf globale Stadtgesellschaften und Medienformen vom Laptop bis zum Smartphone),
- Erklärung und
- Bewertung der Geschehnisse.

Damit sind wir nach Sascha Lobo (<http://gutjahr.biz/2013/03/zukunft-zeitung>) bei der „DNA“ einer Zeitung – egal ob sie gedruckt ist oder digital erscheint, egal ob die Zeitung von Verlagen herausgegeben oder – und das ist neu und spannend zugleich – von Bürgerinnen und Bürgern im Internet produziert wird.

Sascha Lobo macht in der „Zeitungs-DNA“ die Zeitung als eine, nein als **die** „Kontext-Maschine“ aus.

Ja, Lokalzeitung oder Tageszeitung sind „Zusammenhang-Maschinen“, „Orientierungs-Maschinen“. Sie produzieren das, **nach** dem wir uns **richten** können: **Nachrichten**.

„Nach-Richten“ für unseren Alltag, für unsere Straße, für unsere VHS, für unseren Sportverein, für meinen Arbeitsplatz in unserem Betrieb, für unsere Gemeinde, für unsere Stadtwerke, für Geschichte(n) unserer Stadt, für neues Bürgerengagement, für Gestaltung von Veränderungen dort, wo sie gestaltbar und ihre Aufgabenstellungen lösbar sind.

Vergessen wir nicht: Die „DNA“ der Zeitung haben wir quasi verinnerlicht. Zeitung ist in uns drin. Es ist kaum möglich, Nachrichten zu denken und nicht auch Zeitung zu meinen – selbst für die meisten Internet-Fans, die das oft gar nicht mehr bemerken (Sascha Lobo). Ein Rundfunkjournalist ruft wie selbstverständlich die Pressestelle einer Verwaltung oder eines Unternehmens an, auch wenn sie sich „Medienstelle“ nennt. Und die Einteilung in „Ressorts“ – eine Erfindung des Mediums „Zeitung“ – hat ganz offenkundig auch im Internet Zukunft.

3. Die Lokalzeitung hat größte Reichweite und wird Chancen größerer Multiperspektiven nutzen

Gestatten Sie mir eine dritte Überlegung. Es ist auch heute immer noch die leistungsfähige Lokalzeitung, die Stadtgespräche initiiert, organisiert und moderiert. Es ist immer noch die gedruckte Zeitung, die durch ihre Berichterstattung für Stadtgespräche sorgt. Es ist immer noch die gedruckte Zeitung, deren Beiträge zur „Dokumentation“ oder zur Imitation „ausgeschnitten“ oder „ausgerissen“ werden.

Beim (verordneten) Sterben oder besser – beim Reden über das Zeitungssterben – wird meist auch vergessen:

Die Lokalzeitung hat die größte Reichweite eines Mediums in der Stadt.

Und sie kann auch neue höhere Reichweiten erreichen. Denn: Die Lokalzeitung kann durchaus mehr an Nach-Richten für die ausländischen Bürgerinnen und Bürger leisten. Zumindest die digitale Zeitung hat hier alle und dann auch noch kostenarme Möglichkeiten.

Ein Beispiel: Thema „Bürgerinnen und Bürger mit ausländischen Wurzeln“ – und der Anteil liegt in Deutschland bei rund 20 Prozent. Tageszeitungen und elektronische Medien zeigen hier enorme Defizite auf. Ist es wirklich so schwer, diese Defizite abzustellen, eine größere Multiperspektive auf den Zeitungs- oder Internetseiten zu schaffen und neue Leserinnen und Leser für das immer spannender werdende Lokale zu gewinnen, auch wenn sie ausländische Wurzeln haben? Den 20 Prozent Menschen mit Migrationsbezug in der Bevölkerung stehen nur zwei bis drei Prozent in den Medien gegenüber.

Was ist mit einer Kinder-Lokalzeitung? „Dein SPIEGEL“ wird von meiner Tochter und mir gelesen.

Und wenn tatsächlich 20 Prozent der 15-Jährigen nicht einmal mehr lesen können, um einen Beruf zu erlernen? Was sollen sie dann allein mit Texten machen? Mit Zeitungen anfangen? Auch hier lohnt das Nachdenken und Ausprobieren.

4. Transparenz und Kritik, Kreativität und Kooperation

Selbstverständlich braucht die überkommene, aber oft noch praktizierte „Hinterzimmer-Kommune“ auch zukünftig Transparenz und Kritik. Selbstverständlich brauchen Stadtpolitik und Stadtverwaltung das öffentliche Mitdenken vieler und damit einen kritischen, d.h. hinterfragenden Lokaljournalismus. Selbstverständlich werden Kommunen zukünftig die Bürgerinnen und Bürger, die tatsächlichen „Macher“ einbeziehen und damit Teilhabe neu verstehen. Lokalzeitung kann eine Menge tun, um Teilhabe einzufordern. Sie kann Teilhabe aber auch in ihren vielfältigen Äußerungen darstellen und sie selbst nutzen.

Und – hier komme ich zum Anfang zurück:

Kommunale oder weiter gefasst lokale Kreativität, Kommunikation und Kooperation bedürfen gerade in Umbruchzeiten:

- einer öffentlichen Plattform,
- Transparenz und
- Repräsentation der unterschiedlichen gesellschaftlichen Schichten und vor allem der Machtlosen, die am Rande stehen.

5. Chronisten-Aufgabe

Und von der alten Chronisten-Aufgabe der Lokalzeitung will ich hier erst gar nicht sprechen. Es ist eine immens kulturelle Aufgabe, deren Bedeutung wir erst erkennen, wenn sie nicht mehr geleistet wird.

Wer kommt der Chronisten-Aufgabe im Internet nach? Wer kommt ihr nach, wenn es keine Tageszeitungen – lokal oder digital – mehr gibt? Wer dokumentiert oder archiviert digitale Bürgerzeitungen?

Wird sich das Internet tatsächlich immer erinnern können? Oder wird es eine „digitale Demenz“ geben? Und wie steht es um die Auffindbarkeit in globalen Netzen?

III. Wie sehen Bürgerinnen und Bürger heute die Lokalzeitung? Ein kurzer Einblick in eine unveröffentlichte Umfrage von 2012

Ein kurzer Blick in eine bislang unveröffentlichte Repräsentativbefragung von TNS Emnid im Auftrag der „Kommunalen Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsmanagement“ (KGSt) im Jahre 2012 zeigt für viele Überraschendes, von dem hier nur einiges und dann auch nur kurz vorgestellt werden kann.

1. Interesse an Politik und Kommunalpolitik

Sieben von 10 Bürgern bekunden Interesse – sowohl generell an Politik als auch an Kommunalpolitik. Sehr interessiert sind rund 25 Prozent und mittelmäßig interessiert 46 Prozent.

2. Informationsverhalten zu kommunalen Themen

Wie steht es um die tatsächliche Mediennutzung der Bürgerinnen und Bürger in Bezug auf kommunale Themen?

Lokalzeitungen (inklusive Anzeigenblätter) sind in punkto Reichweite und Nutzungsfrequenz ungeschlagen.

90 Prozent der Befragten geben an, sich aus Lokalzeitungen bzw. aus lokalen Anzeigenblättern informiert zu haben. 46 Prozent tun dies sogar fast täglich!

Neben den Online-Auftritten deutscher Kommunen, die von 41 Prozent der Befragten bereits zu Rate gezogen werden, sind alle übrigen abgefragten Online-Kommunikationswege am ehesten den sogenannten „Partikularmedien“ zuzuordnen.

Soziale Netzwerke (z.B. facebook) sowie Internet-Foren zu kommunalpolitischen Themen erreichen lediglich maximal 28 Prozent der Bevölkerung. Bei Mikro-Blogging-Diensten wie Twitter sind es nur 6 Prozent.

Allerdings nutzen Jüngere (unter 30 Jahre) zu kommunalen Themen zunehmend mehr Online-Medien (58 Prozent). Doch 87 Prozent nutzen Lokalzeitungen oder lokale Anzeigenblätter.

Online-Medien werden bislang ganz offenkundig nur ergänzend zur Lokalzeitung gelesen. Wird sich dies umdrehen?

Auffällig sind die Unterschiede in der Intensität der Nutzung: Bei der Frage, wie häufig man sich normalerweise auf verschiedenen benannten Wegen über seine Kommune informiert, geben von den unter 30-Jährigen 43 Prozent an, mehrmals in der Woche die Lokalzeitung bzw. Anzeigenblätter zu nutzen und 29 Prozent soziale Online-Netzwerke. Bei den über 60-Jährigen nutzen 88 Prozent die Lokalzeitung bzw. Anzeigenblätter mehrmals in der Woche und 3 Prozent die sozialen Netzwerke.

Jugendliche und junge Erwachsene nutzen heute zur Information über Lokales vor allem soziale Netzwerke.

3. Wunsch nach Informationen über regionale Tageszeitungen und besserer bzw. offenerer Kommunikation

Übrigens: 25 Prozent fordern den Ausbau der Informationsbestrebungen der Kommunen und zwar über die bestehenden regionalen Tageszeitungen. Dies ist ein sinnvoller Vorschlag, wenn bedacht wird, dass die Printmedien über die größte Reichweite und Nutzungsfrequenz bei den Bürgerinnen und Bürgern der Städte und Gemeinden verfügen. 19 Prozent wünschen sich eine bessere/zeitnahe Information und mehr Offenheit, Ehrlichkeit und Transparenz.

Erlauben Sie mir an dieser Stelle die Bemerkung, dass ich immer noch nicht verstehe, warum bei diesen positiven Zahlen auf der Nachfrageseite der WAZ-Konzern seine Lokalredaktionen pro Titel stillgelegt hat und sein Anzeigenblatt weiter betreibt.

Es kann eigentlich nur drei schlüssige Antworten darauf geben:

- (1) Die Tageszeitung oder Lokalzeitung ist nur noch „Ware“ und unterliegt rücksichtsloser Ökonomisierung, die die Bedeutung der Lokalzeitung für die lokale Demokratie und für eine lebendige Stadt außer Acht lässt oder die Anstrengungen dafür scheut.
- (2) Es waren schlecht gemachte Lokalzeitungen sowohl gedruckt als auch digital, nicht rund-erneuert und ohne Ordnung, ohne Erklärung und ohne Bewertung des Lokalen. Kann es sein, dass das auch Grund ist für immer neue Bürger-Zeitungen im Internet?
- (3) Oder es war die Verknüpfung von beidem?

4. Bevorzugte Art der Regelung von Behörden-Anliegen

Bei der Regelung von Behörden-Anliegen ist für die Älteren ab 60 Jahren der persönliche Kontakt wichtig (69 Prozent) und nicht der E-Mail-Kontakt. Jüngeren unter 30 Jahren ist der E-Mail-Kontakt zu 22 Prozent und der persönliche Kontakt mit immerhin 32 Prozent wichtig.

5. E-Partizipation-Verfahren

Ein anderes Ergebnis: Erst einer von 100 Bürgerinnen und Bürger hat bereits im Internet von einer Mitsprachemöglichkeit zu kommunalen Themen Gebrauch gemacht. Jeweils die Hälfte der Befragten kritisierte bei E-Partizipation-Verfahren mangelnde Datensicherheit, Unpersönlichkeit und fehlende Ausgewogenheit (einigen Meinungen wird zu viel Gewicht beigemessen).

IV. Mutmaßungen über die zukünftige Entwicklung von Lokalzeitung, lokalen Nachrichten und Lokaljournalismus mit Blick auf die wachsende Bedeutung des Lokalen in einer digitalen Stadt

Wie werden sich Lokalzeitungen und Lokaljournalismus zukünftig weiter entwickeln? Nutzen sie den bevorstehenden und schon im Gange befindlichen Bedeutungszuwachs des Lokalen in einer Zeit grundlegender Veränderungen? Gibt es neue Ansätze?

Vorab:

Spätestens seit Karl Popper wissen wir: Die Zukunft ist ungewiss, gerade weil sie gestaltet werden kann. Auch die Lösung von neuen Aufgaben ist eingebettet in die prinzipielle Ungewissheit des Zukünftigen.

Was können wir heute beobachten? Welche Ansätze gibt es zur Weiterentwicklung von Lokalzeitung und Lokaljournalismus in digitalen und anderen Umbruch-Zeiten? Die Ansätze sind unterschiedlich, zum Teil auch gegenläufig.

1. Gegenwart: Lokalzeitungen

Die Realität wird weit überwiegend von der Lokalzeitung in gedruckter **und** digitaler Form bestimmt. Die einzelnen digitalen Formate unterscheiden sich dabei.

Meistens bieten die Lokalredaktionen noch den gleichen Inhalt gedruckt und digital. Das wird sich schnell ändern.

2. Eine Lokalredaktion für zwei oder mehr Titel

Ein zweiter Ansatz ist die Abschaffung von Lokalredaktionen eines Zeitungstitels und die Übernahme der Lokalseiten eines anderen Zeitungstitels. Also: Für alle das Gleiche vom Gleichen des vielfältigen Lokalen – gedruckt oder/und digital. Begründung: Unzureichende Wirtschaftlichkeit.

Eine Zwischenfrage aus völlig anderem Zusammenhang: Für rund 5.000 Journalisten, die zur Wahl des neuen Papstes in Rom waren, gab es durch die Reihe nur acht Kandidaten, die acht selben Kandidaten. Nur ein Journalist nannte den argentinischen Kardinal Jorge Mario Bergoglio unter anderem mit dem Hinweis, dass Bergoglio bereits bei der vorherigen Wahl auf den Wahlzetteln der Kardinäle stand und er neben der argentinischen die italienische Staatsbürgerschaft besaß.

3. Die Forcierung des Lokalen

Einen dritten Ansatz – quasi das Gegenteil der Abschaffung von Lokalredaktion pro Titel – bildet die Forcierung des Lokalen oder auch des Lokalen und Regionalen auf Titelseite und im ersten Buch der Tageszeitung. Ein Beispiel sind die Lübecker Nachrichten, ein anderes Beispiel unsere heimische Westfalenpost (WP).

Die WP bringt beides: Lokales und Regionales auf die 1 und ins erste Buch.

Erste Ergebnisse nach kurzer Zeit bei der WP: Die „Haltbarkeit des Abos“ sei größer geworden. Ich bin mir nicht sicher, ob das Regionale in der gegenwärtigen Breite wirklich nachgefragt oder ob das Lokale mehr gewollt wird und das Regionale lediglich im Bezug zum Lokalen gelesen wird.

Ich mutmaße, dass das Lokale (meine Straße, mein Viertel, meine Schule, meine Stadt, mein Verein, mein Schwimmbad, meine Stadtbuslinie, mein Park, Silvester in unserer Stadt) bei den Leserinnen und Lesern Vorrang haben wird.

Nicht nur als Wunsch, sondern auch als Mutmaßung darf ich sagen: Die „Stadt-Zeitung“ wird es sein – tiefer verwurzelt in den Stadtquartieren und Stadtteilen, zu Hause in der Bürgerschaft und doch auch wiederum nicht. Die Frage „gedruckt“ oder „digital“, die Art und Weise des Digitalen, die Sprache usw. werden die Praxis und der geordnete Wettbewerb beantworten.

4. Neue digitale Bürgerzeitungen/lokale Internetzeitungen

Lokale Bürger-Internetzeitungen sind seit 2010 im Kommen. Sie schließen ganz offensichtlich eine Lücke im Lokaljournalismus und das zuerst dort, wo Lokales von den Lokalzeitungen wortwörtlich vernachlässigt wurde und wird. Sie sind, um das vorweg festzustellen, keine „Partikular“-Medien, eher haben sie etwas mit den früheren „Graswurzel“-Medien zu tun.

Die Bürger-Internetzeitungen haben kleine Redaktionen mit vorrangig engagierten Journalisten, aber auch zahlreichen kundigen und text- sowie bildgewandten Bürgerinnen und Bürgern aus der Stadt. Sie sind auch ein Beleg dafür, dass der sogenannte „kleine Mann“ groß geworden ist.

Diese Bürgerzeitungen sind ausschließlich über das Internet abrufbar. Sie bieten neue Interaktionsmöglichkeiten mit den Leserinnen und Lesern aus dem direkten Umfeld.

Die Leser können Artikel kommentieren und Themenschwerpunkte wünschen oder selbst bearbeiten. Schriftlich und sogar bei einigen im lokalen Dialekt. Der Meinungsaustausch leitet sie.

In den Bürger-Internetzeitungen werden ausschließlich lokale bzw. hyperlokale (d.h. nur einzelne Quartiere betreffende) Nachrichten bevorzugt bearbeitet. Eben meine Straße, mein Laden, mein Zuhause, mein Kinderspielplatz, meine Nachbarn, mein ÖPNV, mein Ortsvorsteher, mein Bürgermeister, mein Arbeitsplatz, meine Straße, mein Parkplatz usw.

Meist leisten sie die alten „Ordnungsfunktionen“ der Tageszeitung nach Ressort oder Themen der Ressorts.

Beispiele für digitale Bürgerzeitungen oder lokale Internetzeitungen sind:

- „Leipziger Internet Zeitung“ (<http://www.l-iz.de>)
Große übersichtliche und professionelle Internetzeitung für den Großraum Leipzig.
- „Das ist Rostock“ (<http://www.das-ist-rostock.de>)
Mit einer schönen Aufmachung und einem bewusst regionaljournalistischen Bezug durch persönliche Vorstellung des kleinen, teilprofessionellen Teams.
- „Prenzlauer Berg Nachrichten“ (<http://prenzlauerberg-nachrichten.de>)
Nachrichten für den Berliner Bezirk Prenzlauer Berg.
Hier kennen wir die Motive des Gründers: Er nennt zwei Gründe: den Rückzug der Berliner Zeitungen aus der Lokalberichterstattung und fehlendes Wissen, wer Bürgermeister im Bezirk ist und was er macht. Die „Prenzlauer Berg Nachrichten“ sind zum „Grimme Online Award“ 2013 nominiert. Größere Redaktion und regelmäßige Gastautoren. Professionelle „Zeitungs“-Aufmachung. Regionaler Bezug durch „Freundeskreis“ und lokales Branchenbuch.
- „Jenapolis“ (<http://jenapolis.de>)
Nachrichten für Rena und die Region (incl. Erfurt, Weimar, Thüringen) - authentisch, unabhängig). Große Wertschätzung des bürgerschaftlichen Engagements. Regionale Wirkung.
- „Tegernseer Stimme“ (<http://tegernseerstimme.de>)
Eine Seite, die von „istlokal.de“ (Netzwerk lokaler Onlinemedien) betreut wird. Themenwahl und -betreuung durch Bürgerinnen und Bürger.
- „Da Hog'n“ (<http://www.hogn.de>) ... im Waid dahoam
Besonderheit: Menüauswahl im regionalen Dialekt. Powered by wordpress.org (WordPress ist eine freie Software zum Aufbau und zur Pflege einer Website oder Weblogs).

Diese Bürger-Online-Zeitungen liegen quer zu den bestehenden Tageszeitungen bzw. Lokalzeitungen. Sie werden die bestehenden Lokalzeitungen verändern und deren Veränderung beschleunigen und doch als Bürgerzeitung mit eigenen Prioritäten und eigener Sprache bestehen bleiben.

Das Problem, das zu lösen ist: Jenseits des „Prenzlauer Berg's“ bzw. jenseits „vom Waid dahoam“ sind die Nachrichten der Bürgerzeitung kaum relevant. Die Bürger-Internetzeitungen werden zukünftig also eher komplementäre Funktionen ausüben.

5. Die Lokalzeitung ist tot – Informations-Selbstbedienung?

Es wird aber auch der „Die Lokalzeitung ist tot“-Ansatz vertreten. Lokalzeitungen seien als „Gemischtwaren-Pakete“ im 21. Jahrhundert nicht mehr verkaufbar. Wer sich für „A“ interessiere, müsse auch „B“ kaufen. Dies funktioniere nicht mehr, das wolle keiner mehr, meint zum Beispiel der Fernsehjournalist Mario Sixtus (<http://gutjahr.biz/2013/03/zukunft-zeitung.de>).

Sind aber Kommunen nicht auch „Gemischtwaren-Läden“? Bestehen nicht Zusammenhänge und Verbindungen, Tiefenströmungen und Oberflächenbewegungen?

Geht es tatsächlich allein noch um „Informations-Selbstbedienung“ im „all-you-can-eat-internet“? Ist der homo webicus tatsächlich ein Rosinenpicker?

Wir werden sehen. Wir werden es erleben und erleben es schon: Immer mehr Bürgerinnen und Bürger stellen sich ihre eigene persönliche (Lokal)Zeitung, ihren eigenen lokalen Nachrichtendienst zum Beispiel über Twitter selbst zusammen. Sie wählen dabei persönliche Schwerpunkte wie Kultur oder Sport.

Aber im Grunde setzen diese neuen „Herausgeber“ ihrer eigenen persönlichen „Twitter-Zeitung“ oder ihres „Twitter-Nachrichtendienstes“ auf den Lokaljournalismus, den sogenannten „Profijournalismus“, dessen Nachrichten zu bestimmten Themen auf Twitter erscheinen. Und dennoch bekommen die „Twitter-Leser“ „Sachen“ mit, die sie ansonsten in der Lokalzeitung nicht erfahren. Schauen wir näher hin, sind viele „Twitter-Zeitungs-Leser“ „nebenbei“ auch klassische Zeitungsleser.

Bei diesem neuen Ansatz der „Selbstbedienung“ braucht man also Lokaljournalismus, aber ohne Redaktionsschluss und Längenbeschränkung.

6. Die Lokalzeitung als soziale „Kontext-Maschine“

Eine andere Vorstellung zukünftiger Lokalzeitung ist eine Zeitung, die eine erneuerte soziale „Kontext-Maschine“ (Sascha Lobo) darstellt und mehr zu bieten hat als jedes Partikular-Medium.

Ich mutmaße, dass Lobo richtig liegt und tendiere als Leser auch zur Zeitung als „Kontext-Maschine“. Zusammenhänge, Gemeinsamkeiten, Orientierung, Verbindung, ganzheitliches Denken – das vermissen wir doch. Also:

Die Zeitung der Zukunft wird eine „Kontext-Maschine“ sein. Sie wird eine soziale „Kontext-Maschine“ sein. Das geht über Kommentarfunktionen und facebook-Einbindungen weit hinaus.

Wie sieht die neue (alte) „DNA“ der Zeitung zukünftig aus – unabhängig davon, ob die Zeitung eine Stadtzeitung sein wird oder nicht? Meine Einschätzung habe ich schon mit der „Stadtzeitung“ benannt. Wir können nur mutmaßen.

Deshalb brauchen wir Experimente, Versuche, Erprobungen von Neuem, von neuen Medien. Also mutmaßen wir über die neue lokale Zeitung als „Kontext-Maschine“:

- (1) Die Zeitung der Zukunft ist
 - überwiegend oder zu 100 Prozent eine Internet-Zeitung – natürlich ausdrückbar – und zwar
 - eine Mischung aus Community und öffentlicher Plattform für die Stadtgesellschaft.
- (2) Die Ordnungsfunktionen, das inhaltliche „Ordnen“, liegen in den Händen der Leserinnen und Leser. Viele von ihnen tun dies schon heute, wenn sie ihre Follower (ihre Redakteure) für ihre „Twitter-Zeitung“ oder ihren „Twitter-Nachrichtendienst“ auswählen.

- (3) Das „Erklären“ wird von einer neuen Form von Redaktion – eben ohne Redaktionsschluss u.a. – geleistet. An der Stelle der heute üblichen Lokalredaktion wird es eine Art „Nachfolge-Redaktion“ geben – wahrscheinlich mit der Einbindung von unzähligen Bloggern, Gastautoren, „Leserreportern“ und sozialen Netzwerkern.
- (4) Das Bewerten wird zwischen Leserinnen und Lesern und der Nachfolge-Einrichtung der heutigen Lokalredaktion geteilt oder gemeinsam geleistet.
- (5) Diese neue „Kontext-Maschine“ kann in Anlehnung an Lobo zum Beispiel folgendes Aussehen haben:
 - Schnelle kurze tickerhafte Aufbereitung der Schlagzeilen/Themen – vielleicht zum Frühstück. Wie das „HandelsblattMORNINGBRIEFING“.
 - Eine mittellange teils erklärende, teils meinungsbezogene Aufbereitung von Nachrichten bildlastig mit datenjournalistischen sowie interaktiven Elementen und Infografiken. Wenn mir das erlaubt ist zu sagen: Die „Zeit“ nutzt das Mittel der Infografiken in hervorragender Art und Weise zum Vorteil ihrer Leserinnen und Leser.
 - Eine längere/lange Erklärung und Klärung des Hintergrunds in Form von Reportagen oder Geschichten mit Anknüpfungspunkten für textbasierte Inhalte, die in die Tiefe gehen und dort Entschleunigung der Informationsaufnahme durch Informationsvertiefung leisten.

7. Ansätze aus der „Bild“-Kommune im Silicon Valley

Andere neue Ansätze könnten die „Bild“-Leute aus ihrer Silicon Valley-Kommune mitbringen. Wir dürfen gespannt sein und vermuten, dass es eher Richtung „Ware“ geht – die digitalen Endgeräte fest im Auge, mit einer den Tablets und Smartphones angepassten neuen Sprache und Schreiben. Die „Bild“-Lesereporter sind ja schon da. Es werden neue und nicht wenige dazu kommen.

V. „Unternehmerisches Entdecken“

Wie sich an vielen Phänomenen der digitalen Gesellschaft – auch an den hier dargelegten neuen Ansätzen und Beispielen für lokale Kommunikation – ablesen lässt, beginnen umwälzende Transformationsprozesse an der Basis – und meist im Lokalen.

Es gibt keine Königswege, viele Wege führen nach Rom. Gemeinsam ist die Geisteshaltung des Entrepreneurial Discovery (des „unternehmerischen Entdeckens“, wobei der Unternehmerbegriff hier sehr weit gefasst ist).

Zu diesem Entdeckertum gehört mehr als die reine Innovation. Es geht um eine neue Aktivität des Entdeckens, Experimentierens und Lernens dessen, was im Bereich der Medien, der lokalen und regionalen Medien beim Suchen, Entwickeln und Ausprobieren zur Verbesserung der Situation der lokalen Kommunikation getan werden sollte.

Zum unternehmerischen Entdecken gehört das Eingehen von Risiken, Fehlern und auch das Scheitern.

Und vielleicht gehört dazu, dass Bürgerinnen und Bürger, kleine Lebenskreise, lokale Unternehmen und öffentliche Dienste sich einbringen können in diesen Prozess des Medien- und damit verbundenen Sprach-, Schreib- und Fotografieumbruchs (vgl. zum Vorstehenden: EU-Ausschuss der Regionen: die Innovationslücke schließen, Entwurf, 2013).

Mit „kosmetischen Reparaturen“ und einer alten Verwaltungskultur werden sich die tiefgreifenden Veränderungen nicht bewältigen lassen. Kreativität, Innovationen, Neugierde und Mut, sich selbst

zu erneuern und so die Erneuerung einer Bürger-Stadt zu unterstützen – das müssen allerdings die Kommunen leisten. Auch hier gibt es erste Ansätze, auf die ich gerne eingehe.

VI. Neue kommunale Ansätze der Information und Beratung in der digitalen Stadtgesellschaft

1. Anpassung der „Kommunalen Kommunikation“

Auch die Kommunen stellen sich – wenn auch zögerlich und vorsichtig – auf eine digitale Stadt und Stadtgesellschaft ein. In der „Kommunalen Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsmanagement“ (KGSt) arbeitet ein Team aus verschiedenen Pressestellen und Kommunalverwaltungen unter Leitung von Manfred Pook an neuen Aufgaben und neuen Möglichkeiten „Kommunaler Kommunikation“.

Es geht dabei weniger um gesellschaftspolitische Grundsatzfragen, sondern in erster Linie um eine praxisnahe Unterstützung der Kommunen bei der Überprüfung und Veränderung ihrer Informations- und Kommunikationsaktivitäten.

Die Dynamik von Web 2.0 und Social Media soll für die Kommune und ihre vielfältigen Aufgaben sehr differenziert genutzt werden. Dabei muss der Gesamtkontext im Auge behalten werden. Lokalzeitungen und Anzeigenblätter, aber auch andere Medien dürfen nicht an den Rand der kommunalen Aufmerksamkeit rücken, wie die o.a. Befragungsergebnisse von TNS Emnid eindrucksvoll gezeigt haben.

Die Anliegen der Bürger, wichtige und bedeutsame kommunale Themen, die Differenzierung innerhalb der Bürgerschaft – all dies muss bei der praktischen Arbeit einer kommunalen Pressestelle, bei ihrem „Handling“ berücksichtigt werden.

Schließlich wird es und muss es darum gehen, die Verständlichkeit kommunaler Themen deutlich zu verbessern, teils „trockene“ Themen und Inhalte interesseweckend darzustellen. Dies alles ist prinzipiell nicht neu, erfordert aber eine kritische Reflexion der bisherigen Praxis und beinhaltet zahlreiche Möglichkeiten neuer und kreativer Wege, aber auch einer entsprechenden Verwaltungskultur.

Unabhängig davon arbeiten Städte und Gemeinden daran, über eine Digitalisierung von Verwaltungsprozessen zu mehr Bürgerservice, effizienteren und nachhaltigeren Strukturen und Kostensenkungen zu gelangen. In den Kommunen gehen wir davon aus, dass „online“ und „offline“ zusammenwächst.

Das neue E-Government-Gesetz, dem der Bundesrat noch zustimmen muss, ist ein wichtiger Schritt, der die Kommunikation zwischen Stadt und Bürgern sowie Akteuren verbessert.

2. Dänische Informations- und Demokratiezentren

Es gibt aber inzwischen auch kommunale Ansätze, sich mit dem Thema „Zukunft der Lokalzeitungen“ in der digitalen Stadt auseinanderzusetzen. In besonderer Weise wird darüber in Dänemark nachgedacht. Erste völlig neue Ansätze werden dort erprobt. Wir in der Stadt Arnberg werden uns an den dänischen Ansätzen orientieren.

In Dänemark schafft man schrittweise neue Informations- und Nachrichten-Zentren: Die Bibliothek mit gedruckten und digitalen Medien wird bewusst ergänzt um die Bürgerbüros, also um die Informations- und Beratungsstellen mit den schnellen Dienstleistungen einer Stadtverwaltung.

Und beides – Bibliothek und Bürgerbüro – wird weiterentwickelt zu sogenannten „lokalen Demokratie-Zentren“, die notwendige lokale Information und Beratung leisten, aber auch diejenigen aktivieren und unterstützen, die sich digitale Medien nicht leisten können – auch als Antwort auf

die „neue soziale Frage“ in der digitalen Gesellschaft. Ein erstes Beispiel entsteht in Aarhus, andere dänische Städte gehen ähnlich vor oder folgen Aarhus.

Dort wird als Antwort auf die enormen digitalen Möglichkeiten mit ihrer breiten Internetdurchdringung und dem Anspruch auf interaktive Angebote die Stadtbibliothek neu erfunden.

Die Stadtbücherei erhält die Aufgabe, einen freien Zugang zu Wissen und Information zu schaffen, der im Wesentlichen digital erfolgt. Dies ist zur Förderung der lokalen Demokratie notwendig, insbesondere für die vor uns liegende Zeit, in der traditionelle, physische Medien (z.B. die gedruckten Lokalzeitungen) weniger oder gar nicht mehr angeboten werden und diese von digitalen Angeboten abgelöst werden.

In Dänemark geht man davon aus, dass es 2025 keine klassischen Lokalzeitungen mehr gibt. Darauf müssen auch wir uns, die in den Kommunen Verantwortung tragen, vorbereiten. Büchereien werden dann auch „Demokratiezentren“ sein.

Es dürfen eben nicht nur die Starken einen freien Zugang zu Information und Wissen haben, sondern auch die Schwächeren, die ansonsten ohnmächtig sind und bleiben.

Die Frage, die solche neuen kommunalen Ansätze begleitet, liegt auf der Hand: Wer sorgt für die notwendige Transparenz und Unabhängigkeit?

VII. Zum Schluss: Die Erwartung des Grundgesetzes

Das Grundgesetz stellt klar: Ohne freie Presse keine Demokratie. Ohne freie lokale Presse keine lokale Demokratie.

Das heißt: Der lokale Beitrag einer freien Presse zum Prozess örtlicher Willensbildung ist für die moderne lokale Demokratie unverzichtbar.

Und das Grundgesetz erwartet diese Beiträge zum und im Prozess der örtlichen Willensbildung und hat deshalb die Pressefreiheit grundrechtlich im Einzelfall und als Institut geschützt.

Die Zeitung – gedruckt oder digital – ist also mehr als eine käufliche Ware; sie ist konstitutiv für die kleine und die große Demokratie.

„Zwischen Qualität und Rendite“ haben Sie das diesjährige Forum Lokaljournalismus überschrieben. Erlauben Sie mir bitte einen zweiten Titel oder Untertitel hinzuzufügen: „Lebenselement lokaler Demokratie oder nur noch käufliche Ware?“

Wenn also (Verleger) Investoren mit dem im Lokalen erzielbaren Profit nicht (mehr) zufrieden sind, können wir sie daran erinnern, dass die Lokalzeitung von ihrer Idee, von ihrem Wesen her nicht Ware ist, sondern lebendiges und zugleich konstitutives Element lokaler Demokratie. Wir können auch auf das „unternehmerische Entdecken“ hinweisen und daran mitwirken.

Also: Entscheiden wir uns für die lokale Demokratie und im Zweifel gegen die Ökonomisierung aller Lebensbereiche. Die digitale Gesellschaft der Zukunft wird dazu genügend Möglichkeiten bieten.

Hinweis

Bürgermeister Hans-Josef Vogel bei Twitter:

<https://twitter.com/bmArnsberg>

