

Aufgabe und Chance des Lokalen

Von Ingeborg Toth

TAGBLATT-TALK Die Regionalzeitungen sind am dichtesten dran an den gesellschaftlichen Naht- und Bruchstellen



In einer lebhaften Diskussion stellten die Besucher kritische Fragen und demonstrierten so abweichende Meinungen.
Fotos: wita/Uwe Stotz

„Im Mikrokosmos der Regionen und des Lokalen finden die wirklichen Probleme statt.“ Dort seien die Auswirkungen einer richtigen oder falschen Schul- oder Ausländerpolitik hautnah spürbar. Dies stellt Wiesbadener Publizist Wilhelm von Sternburg fest, einer der Teilnehmer des Tagblatt-Talks im Pressehaus. Es ging um die Verantwortung der Medienschaffenden für das gesellschaftliche Klima. Sternburg: „In ihrem nächsten Umfeld erleben die Menschen, was im Bundestag debattiert oder in den Leitartikeln der überregionalen Zeitungen erörtert wird.“ Für ihn ergibt sich daraus die Verpflichtung für die Regionalpresse, viel mehr „die gesellschaftlichen Nahtstellen“ im Auge zu behalten, als das heute geschehe.

„Den Anspruch haben wir erkannt“, so Tagblatt-Chefredakteur Friedrich Roeingh. Er nahm das Beispiel Integration auf. „Wie kann sie gelingen und wo gelingt sie nicht? Das an konkreten Fällen aufzuzeigen und zu debattieren, machen wir viel zu wenig. Wir gehen viel zu selten einfach raus und gucken uns um. Ohne bereits vorher zu wissen, welche Geschichte wir als Lokalreporter erzählen wollen.“

Roeingh stellt aber auch fest, dass die Medienlandschaft immer öfter von „inszenierten Themen“ bestimmt wird, die von den Lokalzeitungen aufgenommen werden. Man breche sie „auf die regionale Ebene herunter“. Versehe die aktuellen Aufreger - also das, was allgemein gerade debattiert werde - mit einem regionalen Touch.

Wie die genaue Betrachtung eines Mikrokosmos geht, das hat Spiegel-Reporter Bruno Schrep gezeigt. Der Wiesbadener, der heute in Hamburg lebt, hat nach Jahrzehnten seinen alten Schulweg durch die Wellritzstraße auf Veränderungen abgeklopft. Er nahm sich mehr als eine Woche Zeit. „Ich ging in jedes Haus, in jedes Geschäft, in jede Gaststätte, um zu gucken - was leben da für Leute, wie denken die? Wer hat da das Sagen?“ Der Regionalpresse wirft er vor, die Realität oft zu „schönfärberisch“ zu betrachten und die Konflikte wegzulassen, die etwa zwischen Türken und Kurden bestehen, zwischen Strenggläubigen und Ungläubigen. Außerdem werde den Kollegen für Recherche nicht die Zeit gelassen, die sie eigentlich brauchten.

Das Problem des Lokaljournalismus sei nicht nur eines von Ressourcen, sondern auch „von Offenheit und Mut“, so Roeingh. Die Schwester-Zeitung auf der anderen Rheinseite, die Mainzer

„Allgemeine“ habe dort die Wohnbau-Affäre aufgerollt. „Aber wir können uns auch selbstkritisch fragen: Hätten wir nicht schon früher merken müssen, dass etwas schief läuft?“

Für Sternburg macht dieses Beispiel deutlich, dass Tageszeitungs-Journalisten durch die Kommerzialisierung ihrer Branche eher geneigt sind, aus Sorge um den Job stillzuhalten. Friedrich Roeingh hält dem entgegen: „Die Kommerzialisierung, die beobachte ich beim Fernsehen, beim Radio, bei Magazinen - am wenigsten bei den regionalen Tageszeitungen.“ Die lebten vom Abonnement, von oft in Jahrzehnten gewachsenen Kundenbeziehungen. Sie lebten auch nicht von „hochgetunten Geschichten“ - sondern eher von denen, die „wir haben“, die zugetragen werden.

Wie die Kommerzialisierung Einfluss nimmt in Berichterstattung und Themensetzung schilderten Schrep und von Sternburg in wunderbaren Beispielen. Als von Sternburg von seinen Kämpfen in den ARD-Gremien um Sendeplätze für politische Magazine erzählte, konstatierte er, für seinen Vorstellung von Fernsehen habe er keine Mehrheit mehr gefunden - und aufgehört: „Ich merkte, als Intellektueller ist man da fehl am Platz.“

Hauzel nahm den oft gehörten Vorwurf auf, die Lokalzeitungen griffen auf ihren Panorama-Seiten im Prinzip nur das auf, was einen Tag zuvor schon in dem marktbeherrschenden Boulevard-Blatt gestanden habe. „Müssen wir die Aufmacher dort zusammenkehren - oder sollten wir den Platz für andere Themen nutzen?“ Die „bunte Seite“ habe es bei Tageszeitungen immer gegeben, früher „vielleicht aus anderen Quellen“ gespeist, sagt Roeingh. Man müsse schon versuchen, Lady Gaga nicht zu übertreiben. „Aber wenn wir Familienzeitung sind, dann ist so eine Ecke nicht falsch.“ Er habe eher ein Problem damit, wenn eine 13-Jährige sage: „In euren Printmedien finde ich nichts, für das ich mich interessiere.“ Es gehöre einfach dazu, das einzufangen, was in der Welt herumgeistere, und das Eingesammelte zu transportieren.

Sternburg schilderte, wie elektrisierend Spiegel-Titelgeschichten einst in den Fernsehredaktionen gewirkt hätten. Einwände, das gleiche Thema in eigenen Beiträgen längst behandelt zu haben, galten nicht. Man „zog nach“, wie das im Fachjargon heißt. Ein Medium beeinflusse das andere, so Sternburg. „Wir hängen schon zusammen.“ Darüber würde auch oft vergessen abzuwägen, ein Thema daraufhin abzuklopfen: „Ist das wichtig, ist das wirklich eine Story?“

Allzu viel Zeit könnten sich die Printmedien mit diesen Abwägungsprozessen indes nicht lassen, davon ist Schrep überzeugt. „Manche Nachricht, etwa über die Online-Seiten eines Magazins verbreitet, verschwindet innerhalb weniger Stunden wieder aus dem Netz, weil die Sache anders ist, als zunächst dargestellt.“ Oder eben schon wieder an Bedeutung verloren hat. Für Roeingh ist das die Chance für die Tageszeitungen, „freier zu entscheiden, was für ein Thema wir am nächsten Morgen auf der Titelseite präsentieren“.

Tagblatt-Redaktionsleiter Heinz-Jürgen Hauzel stellte die Frage, ob es den regionalen Zeitungen in Zeiten von Facebook und Twitter überhaupt noch gelingen kann, Meinungsführer zu sein und auf Dauer beachtet zu werden. „Natürlich. Wer sonst?“, antwortete Roeingh. Man käme aber nicht umhin, als sich anderer Plattformen zu bedienen und Nachrichten auch ins Netz zu stellen. Etwas anderes sei immer noch die Produktion einer Zeitung, die ja auch anders konsumiert werde. „Da überlegen sich Journalisten ganz genau, was stelle ich vorne hin, was stelle ich in welches Ressort.“ Ein bewusst komponiertes Produkt für den Leser, das die Themen auch wertet, werde erhalten bleiben. „Ob das in Papier Bestand hat oder ob wir das elektronisch präsentieren“, sei die Frage. „In jedem Fall wird dieser Prozess ‚weg vom Papier‘ sehr viel länger dauern, als wir annehmen.“ Das Problem für die Regionalzeitung sieht er woanders: „Wir haben ein Bildungsproblem und leider immer weniger Menschen, die sich für ihren Nachbarn, für ihren Stadtteil, für ihre Stadt, für die Gesellschaft interessieren.“