

Der Zeitungsmarkt verändert sich, mehr und mehr Informationen gehen online. Auch im Lokalen müssen sich die alteingesessenen Verlage mit neuen Mitspielern aus dem Internet auseinandersetzen.

Wo die Reise hingehet und ob sie überhaupt ein Ziel hat, vermag im Augenblick niemand zu sagen. Eine Momentaufnahme aus Baden-Württemberg.

## Der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit

von Susann Mathis

Die Fliegerbombe wird am 23. November 2011, etwa halb neun Uhr morgens entdeckt. Baggerarbeiten legen das annähernd 250 kg schwere Relikt aus dem Zweiten Weltkrieg frei. Während die herbeigerufene Polizei den Kampfmittelbe-

Boulevard Baden war ursprünglich ein Gratis-Wochenblatt. Seit etwa anderthalb Jahren pflegt man zusätzlich eine Online-Redaktion. Das Arbeitsprinzip dieser Redaktion wirbt durch den neuen Claim: "Jetzt lesen, was jetzt passiert". Der alte Sinnspruch „Heute schon lesen, was morgen in der Zeitung steht“ dürfte damit obsolet geworden sein. Und ja, tatsächlich, in den Badischen Neuesten Nachrichten des folgenden Tages erhält der Bericht über den Sprengkörper einen Kasten im Karlsruhe-Teil. Wer am Tag zuvor online war, hält das korrekterweise für eine Nachricht von gestern.

Liegt also die Zukunft auch des Lokaljournalismus im Internet? Für Stef-

fen Lüderwald, Geschäftsführer von Boulevard Baden, ist das so zu einfach formuliert. Nach seiner Ansicht sind die Printmedien in einer Phase der Neudefinition. Was dabei in fünf bis zehn Jahren rauskommt, könne jetzt noch niemand sagen. Doch eines ist seiner Ansicht nach sicher: "Man kann dem Leser das Medium heute nicht mehr vorschreiben, wir publizieren daher in allen vier Säulen: gedruckt, online, mobil und bei den Social Media". Sein Geschäftsmodell funktioniert. Nicht Anzeigen, sondern Reichweiten werden beim früheren Gratisblatt verkauft. Davon werden vier festangestellte Redakteure und ein Volontär finanziert.

Viele Journalisten in Lokalredaktionen beklagen, dass die Zusatzarbeit für die Online-Berichterstattung zumeist vom gleichen Redakteur erledigt werden muss. Nicht nur muss er den Artikel für die Printausgabe fertig machen, gleichzeitig soll er auch noch so zeitnah wie möglich online publizieren. Das ist nicht nur sehr viel mehr Arbeit. Außerdem verlangt die Konzeption eines Artikels eine andere Herangehensweise als ein Geschehen im Lifestream zu protokollieren. Für Steffen Lüderwald ist das Training für diese Arbeit eine Form der Zukunftssicherung: „Ich kann niemandem versprechen, dass er noch in 20 Jahren sein Geld in einer Printredaktion verdienen kann, aber ich kann ihn fit machen für die Anforderungen der crossmedialen Redaktionen von Morgen. Wir denken heute noch viel zu sehr aus der Sicht der gedruckten

 Areal #Technologiepark #Karlsruhe wird angeblich bald großflächig geräumt, dann wird die #Fliegerbombe untersucht. Kann bis zu 3h dauern

30 @FabPla 7 days ago

Tweet von FabPla um 9:35 Uhr

seitigungsdienst benachrichtigt, twittet „FabPla“ um 9:35 Uhr „Angeblich Fliegerbombe im Technologiepark Karlsruhe gefunden. Polizei ist da, bald wird geräumt“. 9:45 Uhr stellen Mitarbeiter eines der evakuierten Unternehmen die ersten Fotos auf Facebook online.

Unterdessen benachrichtigt der Polizeipressesprecher seinen Journalistenverteiler, etwa 15 Pressevertreter erscheinen vor Ort. Das Onlinemagazin ka-news aktualisiert seine Meldungen stündlich bis zur endgültigen Entschärfung und Freigabe des Gebiets um 14:30 Uhr. SWR berichtet im Radio und im Netz.

Doch das Rennen um die schnellste und gleichzeitig ausführlichste Berichterstattung macht das Online-Portal „Boulevard Baden“. Um 10:28 Uhr veröffentlicht es seinen ersten detaillierten Bericht, dieser beinhaltet: eine Galerie mit über 50 Fotos, die den Verlauf minutiös dokumentieren, dazu ein Video, in dem der Bombenexperte am geborgenen Objekt den Zündmechanismus erklärt.



Hyperlokaler Bürgerjournalismus: Das erste Foto der Fliegerbombe wird von evakuierten Mitarbeitern der CAS Software AG via Fotohandy bei Facebook online gestellt. Foto: CAS Software AG



Boulevard Baden veröffentlicht die Erläuterungen des Bombenexperten zum Zünder  
Foto: Boulevard Baden

Zeitung. Notwendig ist daher der regelmäßige Seitenwechsel in den Medien, um die jeweiligen Gesetzmäßigkeiten zu verstehen.“ Die Redakteurinnen und Redakteure des Boulevard Baden arbeiten daher grundsätzlich trimedial und erstellen sowohl Videos, Fotos, Meldungen und dazu den Artikel für die gedruckte Wochenzeitung. Lüderwald kennt sowohl die Geschäftsprozesse im Verlagswesen aus dem Effeff, wie auch das Zeitungmachen. Dazu bringt er eine großes Interesse und Know-how mit, was die neuen Medien anbelangt.

Dieses Know-how ist auch die Voraussetzung für lokale Blogs, wenn sie Geld verdienen wollen. Aus Hamburg kommt daher das Angebot von Christoph Zeuch von Altona.info: Freie Journalisten sollen miteinander kooperieren, um gemeinsam langfristig Lokalzeitung in Online zu machen. Zeuch sucht freie Journalisten, die eine eigene Onlineseite im Regionalen hochziehen wollen. Nicht als Arbeitnehmer oder freie Mitarbeiter, sondern als eigenständige Kooperationspartner. Wie auf dem Freienblog des DJV nachzulesen ist, kündigte Zeuch sein Vorhaben auf dem Netzwerktag für freie Journalisten in Hamburg an. In Kürze soll mehr zu lesen sein auf der Seite stadtpunkt.cc.

Ein ebenso prominentes wie umstrittenes und singuläres Beispiel für Online-Lokaljournalismus in Baden-Württemberg ist das Heddenheim-Blog von Hardy Prothmann. Prothmann hatte sein Blog ursprünglich als Bürger aus einer ganz persönlichen Betroffenheit gegründet. Eine Privatangelegenheit sozusagen. Doch allmählich wurde mehr daraus und er investierte auch seine journalistische Erfahrung und immer mehr Zeit in den Anspruch eine publizistische Alternative zum Mannheimer Morgen bieten zu

können. Inzwischen kann er davon leben und versucht seine Erfahrungen weiterzugeben. Prothmann hat gemeinsam mit Peter Posztos von der Tegemseer Stimme die istlokal Medienservice UG (istlokal.de). Die Idee dahinter: weiteren Interessierten das journalistische, vermarktungstechnische, technische und rechtliche Know-how zu vermitteln, um ein eigenes Blog beziehungsweise eine eigene online Zeitung zu betreiben.

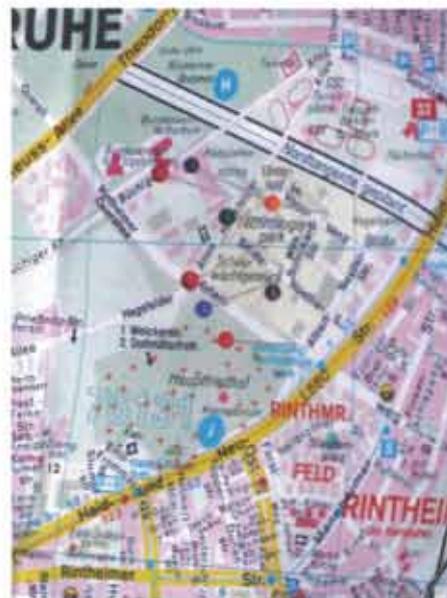
Tatsächlich ist das Beispiel Prothmann eine Ausnahme im Südweststaat. Der Titel „Blog“ trifft für seine Arbeit immer weniger zu. In Wirklichkeit macht er eine Online-Zeitung. Dazu Prothmann: „Die alten Formate funktionieren nicht mehr.“ Und er fügt durchaus selbstbewusst hinzu: „Vor allem wenn sie schlecht gemacht sind“. Mit dem Mannheimer Morgen streitet sich Prothmann nach wie vor am liebsten herum. Die Auseinandersetzungen sind in den letzten Monaten teilweise hoch gekocht, bei der Zeitung ist man auf Prothmann und dessen oft als unfair und polemisch empfundenen Angriffe nicht sehr gut zu sprechen. Die Chefredaktion des Mannheimer Morgen mochte auf Anfrage des Blickpunkt zum Thema Lokalblog leider keine Stellung beziehen. Der online-erfahrene Journalist Peter Welchering sagt: „Natürlich gibt es von verschiedenen Seiten Kritik an Lokal- und Regionalzeitungen, sie würden zu affirmativ schreiben. Die Debatte darüber aber findet wiederum aus

lokalpolitischen Gründen vor Ort nicht statt. Die Lokalzeitung hat ein gutes Geschäftsmodell, aber sie fürchtet oft, ihr „Telefonbuchgeschäft“ zu riskieren.“

Dazu kommt: Zeitungen wollen ihren teuer erarbeiteten Content nicht umsonst online stellen, müssen sich aber dem Wettbewerb um Aufmerksamkeit im Web stellen. Alles einfach online zu stellen, ein Modell wie es etwa die Kornwestheimer Zeitung oder auch die Badische Zeitung betreiben, ist nach Ansicht von Peter Welchering nur eine Kannibalisierung der eigenen Zeitung und von daher keine Perspektive. Sinnvoller seien Lösungen, wie etwa die Nachricht zeitnah online zu stellen, die gesamte Geschichte jedoch nur im Blatt aufzuarbeiten. „Ob dieses dann online oder als gedruckte Version abonniert wird, ist gleichgültig“.

## Eßlinger Zeitung

Ein neues Modell, das auch nicht darauf setzt, mit einem Tag Verzögerung das alte (kostenlose) Internet in der Zeitung abzu drucken, hat die Eßlinger Zeitung mit ihrem Paywall gestartet. Paywall, eine Art „Bezahlschranke“ im Netz, unterscheidet Beiträge danach, ob sie vor der Schranke, also gratis oder hinter der Schranke, damit kostenpflichtig, publiziert werden. Dieses Modell denkt nicht vom klassischen Abonnement her, sondern ist konsequent an die Gewohnheiten der online-Nutzung angelehnt. Wer auf der Internetseite der Eßlinger Zeitung recherchiert, liest jeweils die ersten Zeilen eines Artikels. Wer den ganzen Artikel lesen will, also die verbleibenden etwa 80 Prozent, muss sich registrieren. Für die Registrierung erhält der Erstnutzer ein kostenloses Startguthaben von zehn Artikeln. Gelegenheits-Nutzer können über ein Pre-paid-Guthaben Einzelartikel bezahlen, dazu gibt es Rabatte und exklusive Funktionen. Treue Nutzer können verschiedene Flatrates buchen. Die für den online-Auftritt verantwortliche Projektleiterin der Eßlinger Zeitung, Nicole Rabus, ist mit den ersten sechs Monaten sehr zufrieden: „Wir haben wesentlich weniger Einbrüche als erwartet zu verzeichnen und können so die wertvollen Inhalte unserer Zeitung schützen.“



Bürger- und andere Journalisten vor Ort beim Bombenfund  
Foto: Susann Mathis

Die Fliegerbombe wird schließlich aus dem Karlsruher Technologiepark abtransportiert. Über 15 Journalisten und noch viel mehr Bürgerjournalisten haben ihre Bergung dokumentiert.  
Foto: Boulevard Baden



Oberstes Ziel der Paywall ist der Schutz des Printproduktes. Es soll so mittelfristig verhindert werden, dass Leser im Netz gratis lesen, was Zeitungsabonnenten bezahlen. „Trotzdem gibt es online auch weiterhin einige offene Ressorts und Gratisinhalte wie Bildergalerien, Videos oder Umfragen. Außerdem entscheidet die Redaktion täglich, welcher der großen Artikel gratis online gestellt wird. Dieser wird dann auch auf Facebook publiziert“, erläutert Nicole Rabus. Bisher sind die Esslinger noch alleine mit diesem Modell, das sie gemeinsam mit der Karlsruher zelect GmbH entwickelt haben, doch das Interesse anderer Verlage ist groß. „Wir hoffen, dass bald viele andere Verlage nachziehen, denn nur gemeinsam können wir dagegen vorgehen, dass es als normal gilt, wertvolle Inhalte online gratis bereitzustellen“, hofft Nicole Rabus.

Für viele ein ungelöstes Problem ist die Option, Artikel online zu kommentieren. Die Lokalreporterin Karin Stier (Name von der Redaktion geändert), kritisiert: „Die Redaktionen müssen oft feststellen, dass die anonym eingestellten Kommentare noch nicht einmal Stammtischqualität haben. Sie sind oft diffamierend und wir müssen an vielen Stellen eingreifen, um sie überhaupt veröffentlichen zu können. Jeder klassische Leserbrief dagegen wird mit Namen

und sogar mit Adresse unterschrieben, doch im Internet kann man anonym Dampf ablassen. Das trifft häufig auch die schreibenden Kolleginnen und Kollegen persönlich“, so Karin Stier: „Wir reagieren nicht darauf, wenn gegen die Zeitung oder sogar gegen einzelne Redakteure in wüster Weise geschimpft wird. Aber für den Einzelnen ist es natürlich manchmal schwer zu ertragen, wenn er sich online schlimmen Vorwürfen ausgesetzt sieht.“

Die verschiedenen Modelle der Lokalzeitungen treffen an manchen Orten auch auf engagierte private Blogger. So etwa die zu den Badischen Neuesten Nachrichten gehörende Bruchsaler Rundschau. Die Auseinandersetzung zwischen der Zeitung und dem Blog bruchsal.org hat es kürzlich sogar bis ins Zeitmagazin geschafft. Dort wird die These untersucht, ob die (vor der Oberbürgermeisterwahl noch unabhängig voneinander) bloggenden Bruchsaler den Wahlausgang beeinflussen konnten und damit Bruchsal zum ersten Mal einen OB außerhalb der CDU bescherten. Das verneint Daniel Streib, Chefredakteur der Bruchsaler Rundschau: „Dass die den Grünen nahe stehende Parteilose 200 Stimmen mehr bekommen und damit die Wahl für sich entschieden hat, ist vor allem darauf zurückzuführen, dass der zweite Kandidat der CDU seine Kandi-

datur im zweiten Wahlgang nicht zurückgezogen hat.“

**bruchsal.org**  
NETZZEITUNG FÜR BRUCHSAL

Rolf Schmitt, ehemaliger Verwaltungsleiter an einer privaten Hochschule in Bruchsal und einer der drei Initiatoren des Blogs sagt: „Wir haben das Blog bruchsal.org nach dem Oberbürgermeister-Wahlkampf 2009 in Bruchsal zu dritt begonnen. Anlass war unsere große Unzufriedenheit mit den Informationen der Bewerber während des Wahlkampfes in der Bruchsaler Rundschau. Wir wollten eine Alternative zu der nach unserer Ansicht einseitigen Berichterstattung der Bruchsaler Rundschau schaffen, wobei uns wichtig war, dass die Plattform allen Bruchsalern und Bruchsalerinnen offen steht, um eine möglichst große Meinungsvielfalt zu erreichen.“ Auf ihrer Website steht: „Die Schaffung einer neuen, unabhängigen Informationsplattform für Bruchsal erschien uns als unabdingbar.“ Daniel Streib bloggt inzwischen zurück – bei einzelnen Themen und strikt als Privatperson. Seiner Ansicht nach befruchtet ein Lokalblog die Arbeit. „Dazu kommt, dass es für die Tageszeitung gut ist, wenn sie im Internet im Gespräch ist. Außerdem können Tageszeitungen gar nicht alles, was als hy-

perlokal bezeichnet wird, abdrucken. Angebote, wie zum Beispiel konvertierte Superachtfilme des Bruchsaler Jugendzentrums aus den achtziger Jahren machen sicher vielen Leserinnen und Lesern Freude. Doch in einem Blog wie bruchsal.org fehlt dafür die letzte, kleine Bruchsaler Gemeinderatssitzung.“

Beide Organe sind Welten voneinander entfernt. Die Bruchsaler Rundschau ist im Netz nicht zu finden. Deren Mutter, die Badische Neueste Nachrichten, steht konsequent auf dem Standpunkt, dass sie wertvolle Inhalte nicht umsonst zur Verfügung stellt. Auf ihrer Website werden wenige Artikel angeteasert, wer mehr wissen will, wird aufgefordert, gleich das ganze „ePaper“ zu abonnieren.

bruchsal.org hat weder eine Redaktion noch ein Geschäftsmodell, auch Anzeigen fehlen im Blog. Keiner der

Autoren kann von der publizistischen Arbeit leben. Dazu Rolf Schmitt: „Autoren melden sich bei bruchsal.org an, die Anmeldeinformationen werden von uns gecheckt und bei Plausibilität werden die Autoren frei geschaltet. Außerdem laden wir von einem Autorenkreis ausgewählte Pressemitteilungen auf unsere Startseite. Und eine Gemeinsamkeit zum kritisierten Printprodukt kann Schmitt auch erkennen: „Wir haben im Lokaljournalismus alle das gleiche Problem, ob es sich nun um eine gedruckte Zeitung oder um einen Lokaltag handelt: in einer so kleinen Stadt wie Bruchsal gibt es nur wenig wirklich aufregendes zu berichten.“

Immerhin aber bot der Lokaljournalismus jahrzehntlang eine solide Geschäftsbasis. In Zeiten des Internet schien es zunächst, als würde vor allem der überregionale Nachrichtenmarkt

Federn lassen müssen. Heute ist unternehmerisches Gespür in diesem neuen Markt genauso wichtig wie die redaktionelle Kompetenz. Denn so wie es im Moment aussieht, streiten sich Print- und Online-Journalisten mit den so genannten Bürgerjournalisten um des Kaisers Bart. Als lachende Dritte könnten die Anzeigenblätter mit ihren umfassenden Vermarktungserfahrungen und geringeren Berührungskosten den Markt übernehmen, sollte den großen Zeitungsverlagen nicht bald eine zündende Idee für den Umgang mit Online kommen. ■

Dr. Susann Mathis ist freie Journalistin und im Redaktionsteam des Blickpunkt.



## Für Ihre Zukunftsplanung

Presse Renten  
Was sonst!

# 2012



Ausgezeichnete Vorsorge  
für die Medienbranche



Presse-Versorgung

presse-versorgung.de/bw