

Dr. Heiko Heinrich Stutzke
stutzke@das-strategiebuero.de

Juli 2017

Download:

Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

Start frei für die „Tageszeitung 2.0“!

Die Brötchen vom Bäcker noch einmal kurz aufzuwärmen, ist immer eine gute Idee; der unwiderstehliche Duft macht gleich gute Laune. Dazu noch ein frisch gebrühter Kaffee oder Tee – und wie immer auch die Tageszeitung. So kann der Tag beginnen!

Vielfach ist das jedoch nur noch ein Gedanke, der mit den Worten „*man müsste mal wieder ...*“ beginnt. Heute wartet in der Woche der Boss, und am Wochenende stehen Kinder, Einkaufen, Freunde, Sport und all unsere anderen Aktivitäten im Vordergrund. Zeit für die gemütliche Lektüre mit Genuss bleibt kaum noch.

Aber zum Glück haben wir ja unser Smartphone. Es ist für ganz viele von uns inzwischen das wichtigste Instrument für das tägliche Überleben (außer Kaffee). Immer in Reichweite, versorgt es uns zwar nicht mit Brötchen und Getränken, aber in Echtzeit mit den neuesten Nachrichten aus der Welt um uns herum. Wir sind Teil einer „virtuellen“ Gemeinschaft, die genauso auch unsere Beiträge erwartet. Einer Gemeinschaft, an die wir uns ganz schnell gewöhnt haben und die wir auf keinen Fall mehr missen wollen. Die Zeit für die Teilnahme passt schon irgendwie noch in den Tag. Meistens jedenfalls.



Kein Platz mehr für bedrucktes Papier?

Klar, dass in diesem Lifestyle für Zeitungen kaum noch Platz ist. Bedrucktes Papier mit den Neuigkeiten von gestern eben. Wer braucht das schon? Es ist sowieso schwer zu bedienen, ohne Touchscreen und bewegte Bilder. Und es strengt auch richtig an, ganze Sätze lesen zu müssen.

Dabei wird leicht übersehen, welche wichtige Funktion auch heute von Zeitungen und den Menschen dahinter wahrgenommen wird. Nachrichtenagentur, Redakteurin und Redakteur machen aus der willkürlichen, ungeordneten Menge verfügbarer Informationen wohlgeordnete und geprüfte Nachrichten, stellen sie in einen Zusammenhang und bereiten die wesentlichen Fakten lesefreundlich auf. Das ist keine leichte Aufgabe. Sie ist aber unverzichtbar, damit „Fake News“

und „alternative Fakten“ nicht denselben Stellenwert erhalten wie „echte“ Nachrichten und – zum Beispiel bei Wahlen – unsere Demokratie gefährden.

In den Sozialen Medien und den Suchmaschinen fehlt nahezu jede Faktenprüfung und -aufbereitung. Jeder kann alles „posten“, ungefiltert und manchmal auch ohne Zusammenhang. Und wenn wir etwas bei Google suchen, stellt diese Suchmaschine keineswegs einfach nur die Ergebnisse dar: Google kennt unser Verhalten, unseren Wohnort und unsere soziale Einordnung und wahrscheinlich noch viel mehr. Und es filtert die gefundenen Ergebnisse, um uns nur die „passendsten“ darzustellen - nach Kriterien, die nur Google kennt. Mit anderen Worten: Wir bekommen nicht die *besten* Ergebnisse, sondern nur diejenigen, die Google uns zugesteht. Und so glauben wir zwar, gut und richtig informiert zu werden, befinden uns aber in einer „Informationsblase“, in die nur bestimmte Nachrichten gelangen. Häufig wird dabei lediglich unsere eigene Meinung durch zusätzliche Beiträge bestätigt. Informationsvielfalt sieht anders aus.

Damit werden auch wesentliche Unterschiede zu Tageszeitungen und redaktioneller Aufbereitung sichtbar: Zeitungen enthalten ein Informationsangebot, das sich nicht nur an eine Person richtet, sondern an eine Vielzahl von Empfängern. Es werden Themen behandelt, die einen allgemeinen Überblick über das Weltgeschehen ermöglichen. Und auch kontroverse Positionen werden dargestellt. Die Ausrichtung ist also ganz anders und viel breiter als bei den Sozialen Medien.

Herausforderungen für die mediale Zukunft ...

Der Nutzen von Tageszeitungen ist also unbestritten noch immer vorhanden. Nur haben sich die Mittel und die Wege der Informationsaufnahme verändert. Schneller, als wir es uns je hätten vorstellen können. Was also ist zu tun, damit wir alle weiterhin von der Presse allgemein und der Tageszeitung im Besonderen profitieren? Und zwar durchaus auch im Sinne einer „vierten Kraft im Staate“, die uns in die Lage versetzt, eine demokratische Kontrollfunktion von Gesetzgebung, Ausführung und Rechtsprechung wahrzunehmen.

Eine Antwort auf diese Frage ist nicht leicht zu finden. Versuchen wir daher, sie aus den Herausforderungen zu entwickeln, denen papiergebundene Medien heute gegenüberstehen. Dazu einige Thesen:

- 1) Die Bedeutung von bedrucktem Papier nimmt ab. Seinen Platz nehmen künftig elektronische Medien und Darstellungsformen ein.
- 2) Die Geschwindigkeit und die Menge der Nachrichtenübermittlung bis zum „Endverbraucher“ nimmt immer mehr zu.
- 3) In „Echtzeit“ auf dem Laufenden zu sein, wird für viele Menschen immer wichtiger, aber durch die riesige Informationsmenge auch schwieriger.
- 4) Soziale Medien werden genutzt, um individuelle und nur die gewünschten Informationen einer geringen Bandbreite zu erhalten. Durch fehlende Qualitätssicherung nimmt allerdings die Informationsqualität ab.

- 5) Mit der zunehmenden Nutzung von Informationen geringer Vielfalt und ungesicherter Quellen sind Offenheit und Toleranz gefährdet. Es gibt Bedarf für verlässliche Informationsanbieter. Diese müssen so attraktiv sein, dass sie standardmäßig verwendet werden.

... und mögliche Lösungen für Tageszeitungen

Herausforderungen sind nicht immer etwas Schlechtes. Sie können Risiken darstellen – aber auch Chancen. Und häufig tragen Herausforderungen bereits den Keim einer Lösung in sich. Das gilt genauso auch für unsere Tageszeitungen.

Wie wäre es mit dieser Vision: **Zeitungs-Redaktionen sind Quellen für korrekte, zuverlässige Informationen einer großen Bandbreite. Sie schaffen ansprechende Angebote, die der aktuellen Nutzungsweise entsprechen und einen echten Mehrwert bieten.** Vielleicht ungefähr so:

- Nachrichten werden zu einer Bandbreite von Themen zusammengefasst, optisch und inhaltlich attraktiv aufbereitet und dafür geeignet, auf Medien wie Tablets, Smartphones und selbst dem Monitor in der Kühlschranktür gut auszusehen.
- Neben einem allgemeinen Überblick oder aktuellen Schlagzeilen kann der Nutzer Kategorien festlegen, die ihm den größtmöglichen Nutzen bieten. Durch sorgfältige Recherche sind sie frei von „fake news“ und so aktuell wie möglich.
- Alle Informationen werden in einer übersichtlichen „Nachrichtenzentrale“ gebündelt, in der sie sich automatisch regelmäßig oder bei Bedarf aktualisieren.
- Zeitkritische Informationen – zum Beispiel regionale Berichterstattungen, Verkehrsinformationen oder das Wetter – bringen ihren eigenen „Wecker“ mit und verknüpfen sich mit dem Terminkalender auf dem Smartphone.
- Konfigurationsmöglichkeiten für Teilbereiche der Nachrichtenzentrale erlauben die Wahl individueller Themen – oder sogar die Darstellung von Beiträgen aus Sozialen Netzwerken.
- Gegebenenfalls gibt es auch (durch den Nutzer konfigurierbare und deutlich gekennzeichnete) Werbung, die den persönlichen Vorlieben entspricht und damit ebenfalls einen Mehrwert bietet.
- Mit neuen, papierähnlichen Lesegeräten wird das Leseerlebnis künftig noch komfortabler und bietet zusätzliche Optionen.

Sicher gibt es noch ganz viele weitere Ideen, um uns künftig mit aktuellen und verlässlichen Nachrichten zu versorgen. Aus den meisten Verlagen sind inzwischen ja sowieso bereits Medienkonzerne oder -gruppen geworden, bei denen auch neue Formate und Präsentationsformen zum Alltag gehören. Der Schritt sollte also nicht allzu schwer sein.

Und wenn dann auch nicht immer Zeit ist für warme Frühstücksbrötchen und die ausführliche Lektüre des Tagesgeschehens, sind wir trotzdem gut informiert – mit unserer Nachrichtenzentrale „**Tageszeitung 2.0**“.[^]

Redaktionelle Hinweise

Über den Autor

Dr. Heiko Heinrich Stutzke ist Diplom-Ökonom und Geschäftsführender Gesellschafter des Strategiebüros.

Wir moderieren Planungsprozesse - einschließlich Vorbereitung und Dokumentation. Von einer einzelnen Fragestellung bis zur Strategischen Unternehmensplanung. Unsere Kunden sind Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, Firmen am Anfang ihrer Entwicklung und Gründer.

Hinweis zur verwendeten Sprache

Sprachliche Grundlage für unsere Beiträge ist das amtliche Regelwerk des Rates für deutsche Rechtschreibung. Wir sprechen alle Menschen an.

Lobbyregister

Das Strategiebüro ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Das Strategiebüro GbR.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche (ausschließlich private) Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge, Bilder oder andere Inhalte jedoch außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes ganz oder teilweise für gewerbliche oder hoheitliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.

