

Die Zeitung besser machen – aber wie?

Der Leser – das unbekannte Wesen? Fast jeder Journalist vergewissert sich seiner Arbeit, indem er Freunde, Bekannte oder auch den sprichwörtlichen Taxifahrer befragt. Doch die neuen Anforderungen an publizistische Produkte erfordern eine systematische Erkundung der Leserwünsche, TNS Emnid führte dazu eine Studie durch.

Claudia Knoblauch, TNS Emnid

Eine Zeitung für alle zu produzieren, für Frauen und für Männer, für Junge und für Alte - das ist die Aufgabe, vor der Zeitungsredaktionen tagtäglich stehen. Und gerade in Zeiten des medial sehr ausdifferenzierten Angebotes überlebenswichtig für die Verlage. TNS Emnid Medienforschung untersuchte daher in einer bevölkerungsrepräsentativen Studie, was sich Leser von ihrer regionalen Tageszeitung wünschen. 889 Zeitungsleser wurden gefragt, welche Wünsche sie an ihre Tageszeitung haben, darunter 728 Personen mit täglicher Nutzung einer regionalen Tageszeitung bzw. Abonnenten.

Erwartungen

Zwei Themenkomplexe wurden untersucht: Zum einen wurden Anforderungen an formale Kriterien zur Blattgestaltung ermittelt, zum anderen inhaltliche bzw. thematische Erwartungen abgefragt. Wichtig für das Verständnis der Studie: Es wurde gefragt, was man sich häufiger bzw. wovon sie sich mehr in der eigenen regionalen Tageszeitung wünschen, nicht was überhaupt erwartet wird.

Ein Fokus der folgenden Darstellung liegt auf der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen, wird doch die Klage nach der Leseunwilligkeit der „Jugend“ und jungen Erwachsenen im Zuge der digitalisierten Medienwelt immer lauter.

Visualisierung

Der erste Teil der Untersuchung galt formalen Kriterien der Blattgestaltung - hier konnten die Zeitungsleser aus zehn Vorgaben wählen, was in ihrer Tageszeitung häufiger eingesetzt werden sollte. Im Gesamtergebnis stehen Fotos zu einzelnen Beiträgen, aussagenstarke Überschriften zum Artikelinhalt sowie eine Themenübersicht auf der ersten Seite ganz vorn. Ebenso wer-

den generell mehr farbige Abbildungen gewünscht (alle genannten Punkte wünschen sich jeweils rund ein Drittel der Befragten). Zeitungsleser wollen zudem mit den Meldungen nicht alleingelassen werden: Ein Viertel wünscht sich Kommentare der Redaktion zu aktuellen Themen, ebenso viele möchten ergänzend Interviews und persönliche Meinungen der Beteiligten.

Orientierung

Die Werte zeigen, dass es von zentraler Bedeutung ist, wie Inhalte und Informationen dargestellt werden: Die Forderungen nach Strukturgebung und graphischer Gestaltung spiegeln das Bedürfnis wider, sich im tagesaktuellen Informationsangebot orientieren zu können. Auch eine Visualisierung durch einen häufigeren Einsatz von Fotos, Bildern und Graphiken kann dazu beitragen, auch komplexe Inhalte auf einen Blick verständlich zu transportieren und Emotionen zu vermitteln, für die Worte häufig erst gefunden werden müssen. Insbesondere die 14- bis 29-jährigen Zeitungsleser wünschen sich eine stärkere Visualisierung durch Fotos und Abbildungen; sie sind es auch, die überdurchschnittlich häufig „kurze, knackige Artikel mit Zusatzinformationen im Internet“ finden möchten (Vgl. Grafik 1).

Für die Darstellung spezifischer Wünsche der jüngeren Zielgruppe wurde die Form der Indexierung gewählt. Das bedeutet: Je höher ein Index, umso größer die Abweichung von 100 (= der Wert aller Leser, die Gesamtmeinung) und umso typischer die Themenwünsche für diese Zielgruppe.

Themenpräferenzen

Neben formalen Kriterien wurden den Befragten 25 verschiedene Themenbereiche vorgelegt, aus denen

sie bis zu zehn Themen auswählen durften, zu denen sie mehr Inhalte in ihrer Zeitung wünschen. Dieses „Kontingent“ wurde nahezu ausgeschöpft, denn die Befragten nannten durchschnittlich neun Punkte, die verbessert werden können. Das heißt: Leser sehen Optimierungspotenzial bei ihrer Zeitung - und sie können dieses auch benennen.

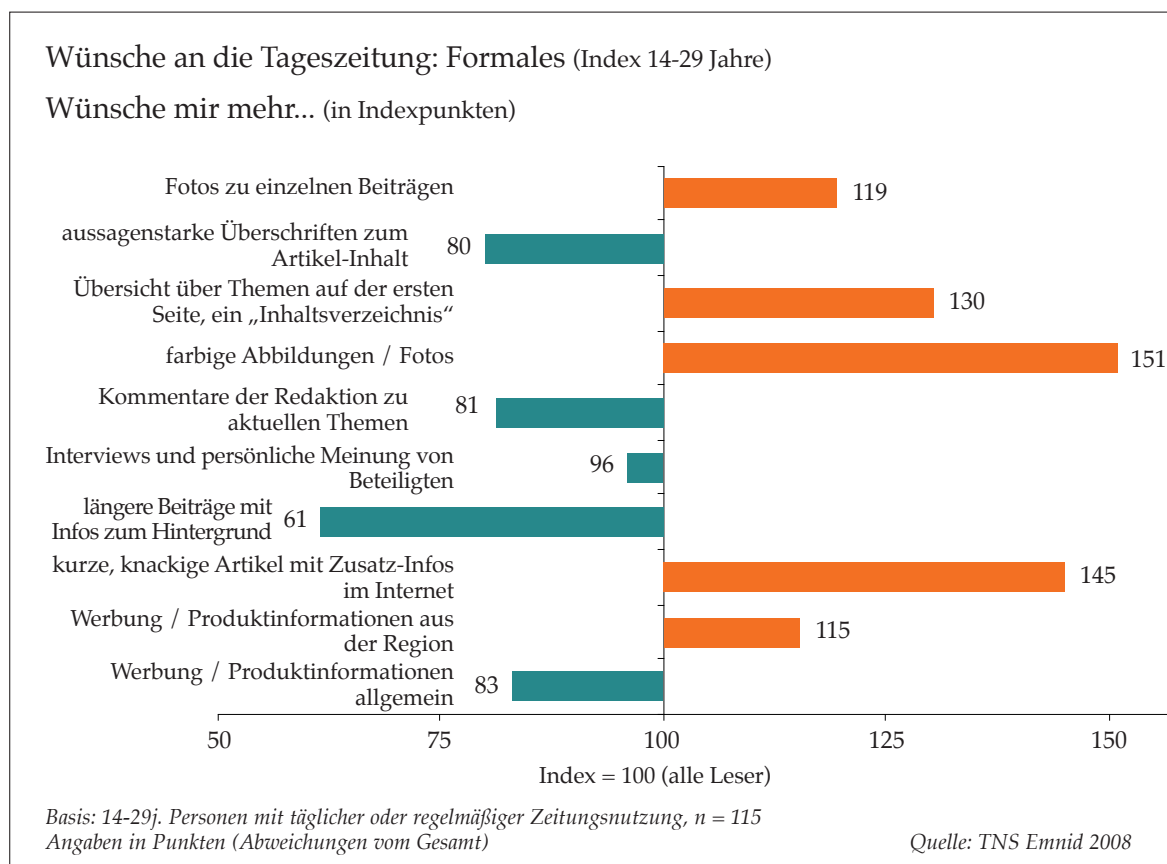
Das Gesamtranking zeigt deutlich den lokalen und regionalen Schwerpunkt der Präferenzen: So finden sich unter den Top Five des „Wunschzettels“ regionale bzw. lokale Themen: Knapp zwei Drittel der Befragten möchten häufiger über „Themen aus der Region“ informiert werden, fast ebenso viele wünschen sich mehr Politiknachrichten aus ihrer Umgebung, noch 40 Prozent interessieren sich für mehr Wirtschaftsfakten aus der Region und über

sowie Servicemeldungen komplettieren die Top Ten des Ranking.

Am unteren Ende der 25-Themen-Skala stehen die Wünsche nach mehr Beiträgen zu Auto, Mode, Lifestyle, Kinder- und Jugendthemen, Finanzen, IT und Kommunikationstechnologie sowie „People News“. Themen also, die nicht in der Gesamtheit häufiger gefordert werden, mit denen sich aber einzelne Zielgruppen gezielt ansprechen lassen - im folgenden gezeigt am Beispiel der 14- 29jährigen Zeitungsleser und -leserinnen.

Und junge Leser?

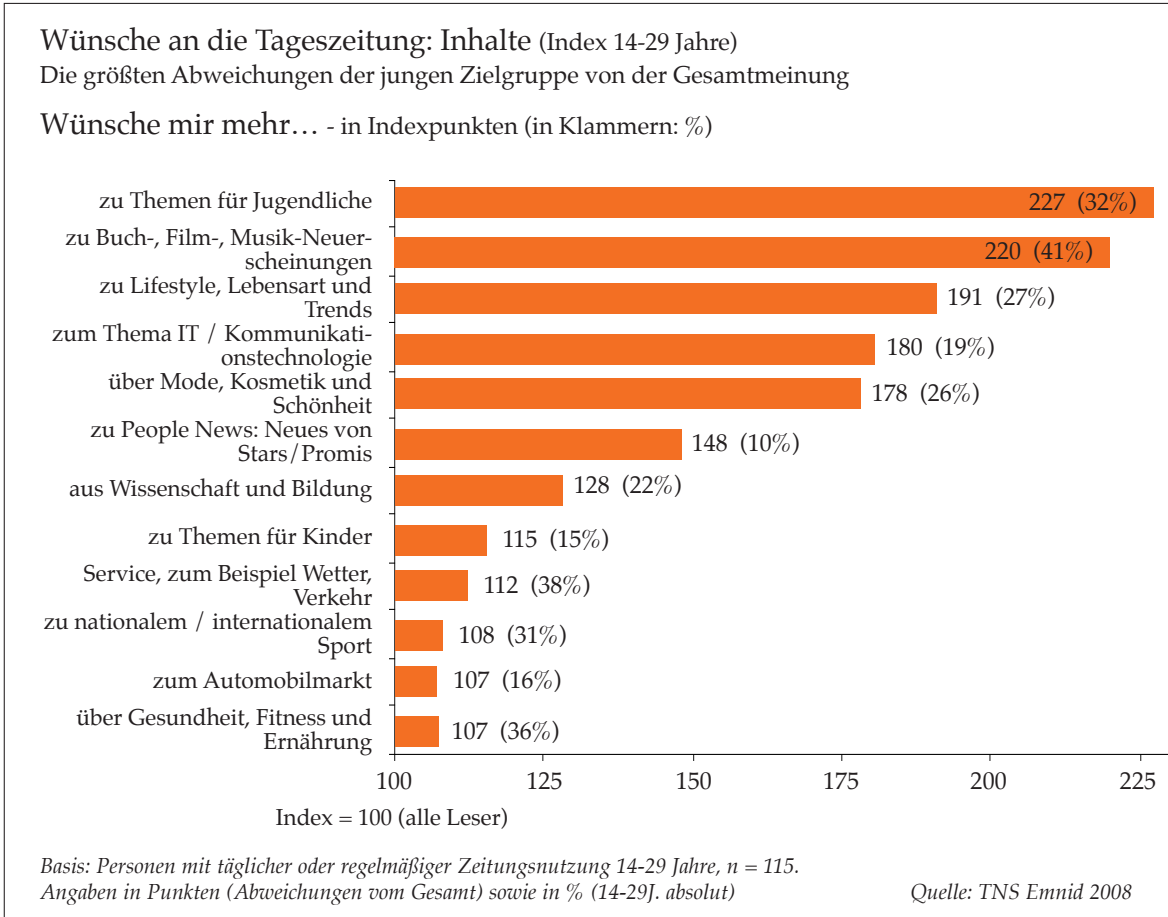
Das Themenranking der jüngeren Zeitungsleser (14-29 Jahre) unterscheidet sich auf den vorderen Plätzen (Top Ten) nur wenig von der Gesamtmeinung: Auch



Grafik 1

ein Drittel hätte gern mehr zum Sport auf regionaler bzw. lokaler Ebene. Doch von einer regionalen Tageszeitung erwartet die Hälfte der Leser auch, noch umfassender über das Tagesgeschehen allgemein unterrichtet zu werden. Unter den Top Ten befinden sich darüber hinaus nationale bzw. internationale Nachrichten zu den Themen Politik, Sport und Wirtschaft, sie folgen auf den Plätzen sechs, neun und zehn und werden etwa von je einem Drittel der Zeitungsleser genannt. Gesundheit, Fitness, Ernährung

hier sind mehr regionale und lokale Informationen aus Politik, Wirtschaft und Sport unter den Top Ten zu finden. Allerdings sind die Prioritäten etwas anders gesetzt: Auf Platz eins steht der Wunsch nach mehr Information zum aktuellen Tagesgeschehen, gefolgt von dem Interesse an allgemeinen Themen aus der Region sowie - und hier ein deutlicher Unterschied zur Gesamtmeinung - dem Wunsch nach mehr Informationen zu Buch-, Film- und Musik-Neuerscheinungen.



Grafik 2

Die (positiven) Abweichungen von der Gesamtmeinung - also die gerade von jüngeren Zielgruppen eher vermissten Themen - fasst Grafik 2 zusammen.

die nachwachsende Generation - stärker an sich binden kann. Auskunft dazu geben Zeitungsleser gern - wenn man sie nur fragt.

Fazit

Die Studienergebnisse geben einen Einblick in die Optimierungsmöglichkeiten und Chancen regionaler Tageszeitungen. Sie zeigen, dass der regionale Bezug sowie die tagesaktuelle Berichterstattung das ist, was sich die Leser von ihrer Zeitung noch häufiger, noch umfassender wünschen. Damit weisen sie den USP und die Kernkompetenz der regionalen Tageszeitung als lokalen Informationsdienstleister nach. Eine zielgruppenspezifische Analyse der Daten kann darüber hinaus dazu beitragen, diejenigen Optionen und Potenziale zu ermitteln, mit denen die Regionalzeitung auch abwanderungsgefährdete Zielgruppen - wie

Claudia Knoblauch



ist zuständig für die Publikums- und Programmpresse sowie für die Werbewirkungsforschung bei der TNS Emnid Medien- und Sozialforschung, Bielefeld.

✉ claudia.knoblauch@tns-emnid.com