

rezensionen:kommunikation:medie

n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Barbara Brandstetter: Verbraucherjournalismus

Redaktion · Mittwoch den 29. April 2015

Rezensiert von Holger Handstein



Der Titel dieses Buches ist ein Missverständnis. Mit *Verbraucherjournalismus* legt Barbara Brandstetter nahe, dass die Beschäftigung mit einer Spielart des Wirtschaftsjournalismus im Vordergrund steht. Immerhin ist der Begriff Verbraucher innerhalb des europäischen Rechtsrahmens klar definiert. In Deutschland ist § 13 des Bürgerlichen Gesetzbuches maßgeblich. Diesem zufolge ist ein “Verbraucher jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können.”

Brandstetter allerdings nähert sich dem Begriff im Kapitel ‘Verbraucherjournalismus – eine Definition’ aus einer gänzlich anderen, beliebigeren Richtung: “Es gibt bislang wenige Definitionen für die journalistische Lebenshilfe, da die Wissenschaft diesen Bereich trotz seiner steigenden Relevanz stiefmütterlich behandelt. Die Begriffe Ratgeber-, Service-, Verbraucher- und Nutzwertjournalismus werden häufig synonym gebraucht.” Im Laufe des Kapitels findet sie dennoch zu einer Definition, die Verbraucherjournalismus klassifiziert als Form journalistischer Berichterstattung, die auf Leser in ihrer “Funktion als Verbraucher im Wirtschaftsleben” zielt. Nichtsdestotrotz beschließt sie wenige Zeilen später: “In diesem Buch werden Nutzwert- und Verbraucherjournalismus wegen der besseren Lesbarkeit synonym verwendet.” Obwohl also der eine Begriff eine Teilmenge des anderen bezeichnet, werden beide gleichgesetzt. Das kann man – nicht nur aus einer wissenschaftlichen Perspektive – bedauern. Schließlich wird mit der nonchalanten Ausweitung des Themas die Chance vertan, eine spannende und in der öffentlichen Diskussion häufig unterbelichtete journalistische Nische ausgiebig zu erkunden. Man kann es aber auch für pragmatisch und praxisnah halten. Immerhin will Brandstetter mit

Verbraucherjournalismus ausdrücklich einen Praxis-Ratgeber für Journalisten abliefern. Warum also nicht die eigene Definition an die Unschärfen der journalistischen Praxis anpassen?

Wer mit dieser Herangehensweise einverstanden ist, darf sich über einen umfassenden, sorgfältig ausgearbeiteten und professionell präsentierten Ratgeber für Nutzwertjournalisten freuen. Brandstetter behandelt alle wesentlichen Aspekte des Themas:

- die Medienlandschaft von Zeitungen und Zeitschriften bis hin zu Kundenmagazinen,
- die Themenfindung,
- Recherche und Quellen,
- Formate und Textsorten,
- Sprache sowie
- rechtliche Fragen.

Es liegt auf der Hand, dass der Journalismus nicht in jedem einzelnen Kapitel des Buches neu erfunden wird. Schließlich bleiben die Grundlagen journalistischer Darstellungsformen oder verständlicher Sprache die gleichen, unabhängig davon, ob sie auf Sportjournalismus oder Nutzwertjournalismus angewandt werden.

Immerhin aber zeigt Brandstetter nicht nur, dass sie das Einmaleins des Journalismus beherrscht. Es gelingt ihr auch, zu praktisch jedem Aspekt Informationen zu liefern, die eine Menge Nutzwert für Nutzwertjournalisten bieten – und zwar ebenso für angehende Journalisten wie für erfahrene Redakteure. So beschreibt sie nicht einfach nur die Strukturen und Besonderheiten der Medien, die in Deutschland Nutzwertjournalismus betreiben; sie geht auch auf deren Bedeutung für den Journalisten-Arbeitsmarkt ein. Geht es um die Themenfindung, bleibt die Autorin nicht bei klassischen Aktualitätsanforderungen und der Nachrichtenwerttheorie stehen; sie beschreibt auch eingehend die Möglichkeiten, aus wiederkehrenden Themen durch neue Aufhänger oder originelle Darstellung immer wieder Nutzwert herauszukitzeln. Bei der Auseinandersetzung mit Recherchemöglichkeiten und Quellen erläutert sie nicht einfach Best Practices; sie gibt den Lesern auch ebenso konkrete wie hilfreiche Leitlinien für den Umgang mit den speziell im Nutzwertjournalismus relevanten Angeboten der Public Relations an die Hand. Und im Kapitel zu den Formaten des Nutzwertjournalismus breitet sie kompetent das ganze Spektrum von der Beispielrechnung über Fallgruppen bis hin zu Leserfragen aus – zum großen Teil inklusive übersichtlicher Bewertung von Vor- und Nachteilen in Tabellenform.

Dabei berücksichtigt Brandstetter auch audiovisuelle Formen des Journalismus, am ausführlichsten behandelt sie jedoch den textbasierten Print- und Onlinejournalismus. Letzteren rückt sie seiner Bedeutung gemäß teils sehr konsequent in den Vordergrund – etwa wenn es um die Nutzung von Social Media im Recherche- und Produktionsprozess, den Einkauf von Daten oder die Zusammenarbeit mit Verbraucher-Vergleichsportalen geht. Teils mutet die Auseinandersetzung mit der digitalen Sphäre aber auch leicht anachronistisch an. So warnt Brandstetter wiederholt vor der ungeprüften Übernahme von Informationen aus Internet-Quellen, ganz so, als sei ein unkritischer Umgang mit Offline-Quellen weniger problematisch. Blogs gesteht sie nur eine marginale Rolle im Verbraucherjournalismus zu, und eine Plattform wie YouTube kommt als Kanal für Nutzwertjournalismus gar nicht vor, obwohl sie für eine Reihe nutzwertjournalistischer Themen wie Beauty, Fitness oder Gaming eine hohe Bedeutung besitzt. Lücken wie diese mögen jedoch der Weite des selbst gewählten Feldes Nutzwertjournalismus und dessen dynamischer Entwicklung geschuldet sein. Sie fallen im Gesamtkontext des Buches nicht nennenswert ins Gewicht.

Insgesamt funktioniert *Verbraucherjournalismus* an vielen Stellen als Praxisratgeber so gut, dass auch viele Journalisten außerhalb der Ratgeber- und Lebenshilfe-Redaktionen ihn mit Gewinn lesen können. Schließlich kranken gerade klassische Ressorts wie die Politikberichterstattung, das Feuilleton oder der Wirtschaftsteil daran, dass Themen aus der immer gleichen Perspektive, mithilfe althergebrachter Darstellungsformen und unter Ausblendung der Bedürfnisse des Publikums behandelt werden. So gesehen muss man Barbara Brandstetter eigentlich dankbar sein, dass sie ihr Buch zwar *Verbraucherjournalismus* betitelt hat, letztlich aber wohl doch keine Lust hatte, sich auf 250 Seiten mit einem Teilbereich des Wirtschaftsjournalismus zu beschäftigen.

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Barbara Brandstetter an der Hochschule Neu-Ulm](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Mittwoch den 29. April 2015 um 08:00
in der Kategorie: [Einzelrezension](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.
Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.