

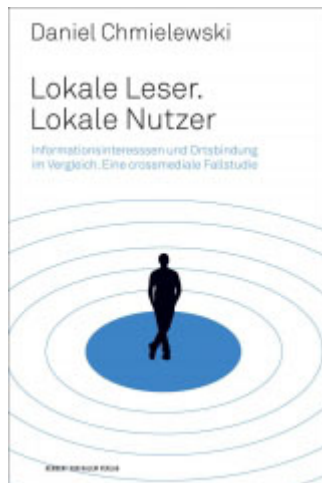
rezensionen:kommunikation:medien

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Daniel Chmielewski: Lokale Leser. Lokale Nutzer

Redaktion · Samstag den 26. November 2011

Rezensiert von Wiebke Möhring



Sie werden immer weniger, die Menschen, die täglich eine Zeitung lesen. Die Abonnentenzahlen nehmen ab, die Verlage stehen unter Kostendruck, die Redaktionen müssen sich vermehrt Fragen stellen: Mit welchen Inhalten können wir Leser an uns binden, welches Medium soll die Inhalte transportieren? Seit Jahrzehnten gilt: Setzt auf das Lokale. Das ist es, was die Leser wollen, das ist es, was die Abonnementzeitung (abgesehen von überregionalen Titeln) ausmacht. Die Stärke und damit das (bisherige) Alleinstellungsmerkmal ist lokale Kompetenz, und das weiß der Leser zu schätzen. Das ist also nicht neu – und gilt trotzdem immer noch, wie auch diese Studie zeigt. Und es lässt sich von der Printausgabe auf die Online-Auftritte von Verlagen übertragen.

Gerade weil das Lokale als Hoffnungsträger einer ganzen Branche gilt, ist es erstaunlich, dass Lokalkommunikation in der Kommunikationswissenschaft nicht mehr Beachtung findet. Umso erfreulicher, dass mit der ursprünglich als Dissertation vorgelegten Arbeit die Diskussion wieder angeregt werden kann.

Die Lektüre der Studie kann denjenigen empfohlen werden, die sich fragen, wie und ob sich die Publika von Print- und Online-Ausgaben in der Nutzung lokaler Inhalte unterscheiden. Denn Daniel Chmielewski nimmt mit seiner Arbeit das vernachlässigte Publikum des Lokalen in den Fokus. Er vergleicht zwei Rezipientengruppen von lokalen Informationen, den Leser der Printausgabe lokaler Zeitungen auf der einen und den Nutzer von redaktionellen lokalen Nachrichtensites auf der anderen Seite. Drei Kernfragen liegen zugrunde: Wie wichtig ist das Lokale für Zeitungsleser und Nutzer von Nachrichtensites, wie ausgeprägt ist die Ortsbindung und

in welchem Zusammenhang stehen lokales Interesse und Ortsbindung? Das Lokale wird verstanden als die alltägliche Lebenswelt im geografischen Nahbereich. Beide Konstrukte, sowohl das lokale Interesse als auch die Ortsbindung, gelten seit langem als zentrale Zuwendungsmotive, die vorliegende Fallstudie setzt sich zum Ziel, zum besseren Verständnis des Verhältnisses von beiden beizutragen.

Die theoretischen Kapitel der Arbeit sind pragmatisch knapp gehalten. Das muss kein Nachteil sein, im Gegenteil, setzt aber eine gewisse Kenntnis des Diskussionsstandes beim Leser voraus – zumindest, wenn man die Ausführungen im wissenschaftlichen Kontext verorten will. Für die Bestimmung der Faktoren und Dimensionen von Ortsbindung bezieht er sich auf die Arbeiten von Reuber (1993), die Frage nach dem Raum an sich wird im Spannungsfeld der Glokalisierung beantwortet, hier hätten Rückbezüge auf raumsoziologische Arbeiten den Horizont bereichern können. Als zugrundeliegendes Rezeptionsmodell wählt er das dynamisch-transaktionale Modell von Schönbach und Früh und begründet diese Auswahl mit dem heuristischen Potenzial des Ansatzes – einem hier unkundigen Leser sind diese Ausführungen wohl etwas knapp.

Empirisch liegt der Untersuchung ein quantitativer Ansatz zugrunde, deskriptiv und hypothesenprüfend. Er untersucht die Leser der [Ruhr-Nachrichten](#) in drei Orten (Dortmund, Schwerte und Nordkirchen) und die Nutzer der dazugehörigen Nachrichtensite [RuhrNachrichten.de](#). Die Anlage der Arbeit ist nachvollziehbar dargestellt, die Ergebnisdarstellung hätte zugunsten analytischer Tiefe an einigen Stellen verdichtet werden können.

Chmielewski kann mit den Ergebnissen zeigen, dass das Lokale an erster Stelle steht, sowohl bei Lesern als auch bei Webnutzern – die sich erstaunlich einig sind in ihren Präferenzen. Lokales Interesse und Ortsbindung sind wichtige Nutzungsfaktoren und zudem weder eine Frage des Alters, des Geschlechts und der Ortsgröße; Ortsbindung steigert das lokale Interesse und erhöht das Themeninteresse. Interessant ist, dass gerade die Jüngeren der Stichprobe eine hohe Ortsbindung aufweisen, er nennt dies einen Jugendeffect. Eingeschränkt wird die Tragweite seiner empirischen Ergebnisse durch den Fakt, dass Abonnementbesitz und regelmäßige Sitenutzung umgekehrt auch von lokalem Interesse und Ortsbindung abhängen, also bereits Ausdruck starken Interesses und Bindung sind.

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Wiebke Möhring an der Hochschule Hannover](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Samstag den 26. November 2011 um 10:40
in der Kategorie: [Einzelrezension](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.

Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.