



Felix Keldenich

# Lokaler Journalismus und Wirtschafts-PR

Wahrnehmung und Wirkung der Pressearbeit  
lokaler Wirtschaftsakteure



Nomos

Der Journalismus ist Chronist des Tagesgeschehens und Seismograf der Gesellschaft. Er fokussiert die Aufmerksamkeit und moderiert den öffentlichen Diskurs. Lange Zeit hatte der Journalismus eine unangefochtene Position. Dies hat sich in den letzten Jahren geändert: Digitale Medien, der Wandel der Publikumsbedürfnisse und ein wachsender ökonomischer Druck haben zu einem Umbruch geführt. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung der Medien für die Gesellschaft zu. Der Journalismus ist treibende Kraft dieser Medialisierung.

In der Reihe AKTUELL erscheinen Arbeiten, in denen die Neuorientierung des Journalismus wissenschaftlich begleitet wird. Die Reihe ist ein Forum der akademischen Debatte. Sie versammelt Untersuchungen, in denen der Journalismus in all seinen Facetten theoretisch und empirisch analysiert wird. Die Studien liefern außerdem der Praxis Denkanstöße und tragen zur öffentlichen Debatte über seine Rolle in der Mediengesellschaft bei.

Schriftenreihe „Aktuell. Studien zum Journalismus“

herausgegeben von

Prof. Dr. Andrea Czepek  
Prof. Dr. Ralf Hohlfeld  
Prof. Dr. Frank Lobigs  
PD Dr. Wiebke Loosen  
Prof. Dr. Klaus Meier  
Prof. Dr. Christoph Neuberger

Band 18

Felix Keldenich

# **Lokaler Journalismus und Wirtschafts-PR**

Wahrnehmung und Wirkung der Pressearbeit  
lokaler Wirtschaftsakteure



**Nomos**

© Titelbild: Marco2811 – stock.adobe.com

**Die Deutsche Nationalbibliothek** verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zagl.: Hannover, Hochsch. für Musik, Theater und Medien, Diss., 2019

ISBN 978-3-8487-5993-4 (Print)

ISBN 978-3-7489-0107-5 (ePDF)

1. Auflage 2019

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

## Abstract - Deutsch

Die Arbeit setzt sich damit auseinander, wie Lokaljournalistinnen und -journalisten Berichterstattung unter dem Einfluss örtlicher Wirtschafts-PR betreiben. Ausgangspunkt ist die oftmals geäußerte Kritik bezüglich mangelnder Distanz, Sachlichkeit und Unabhängigkeit.

Ziel ist es zum einen, eine umfassende Sammlung von Einflüssen zu erstellen, denen sich Lokalredakteurinnen und -redakteure in ihrer Arbeit mit PR-Akteuren ausgesetzt fühlen. Zum anderen soll ein Modell entwickelt werden, das die Wirkungsweise dieser Einflüsse darstellt und deren Bewertung durch die Akteure berücksichtigt. Theoretisch wird der Lokaljournalismus als Mehrebenen-Konstrukt verstanden, auf den Einflüsse aus vier Faktorenbündeln wirken: die handelnden Akteure, die übergeordnete Profession, die publizistische Organisation und die umgebende Umwelt. Die Wirkungsweise der Einflüsse wird rekonstruiert, indem diese basierend auf der Einschätzung der Journalistinnen und Journalisten verschiedenen Wirkungsdimensionen zugewiesen werden: ihrem Wollen, Sollen und Können. Journalistisches Handeln konstituiert sich in Anbetracht der verschiedenen Einflüsse in Abhängigkeit vom individuellen Handlungsantrieb, der sich je nach Typ an Identitätsbehauptung, sozialen Normen, persönlichem Nutzen oder emotionalen Reaktionen orientiert.

Abgebildet wird dieser Prozess im Einfluss-Wirkungs-Modell journalistischen Handelns (EWM), das eine empirische Studie anleitet, in der 16 Redakteurinnen und Redakteure verschiedener deutscher Lokalredaktionen zu ihrer Wahrnehmung von Einflüssen in der lokalen Wirtschaftsberichterstattung qualitativ befragt wurden. Die Analyse zeigt, dass sich die Bewertungen diverser Einflüsse aufgrund von Persönlichkeitsmerkmalen und situativen Umständen stark unterscheiden. Allerdings wird insgesamt deutlich, dass lokale Berichterstattung von verschiedenen speziellen Herausforderungen geprägt ist. Von den Journalistinnen und Journalisten werden vor dem Hintergrund persönlicher Verbundenheit zum Verbreitungsgebiet und der dort lebenden Menschen, organisationaler Imperative, professioneller Normen und funktionaler Ansprüche oft anspruchsvolle Abwägungsprozesse verlangt. Ein weiterer Ertrag der Arbeit liegt in ihren Erkenntnissen bezüglich verschiedener Induktionen und Adaptionen zwischen Journalismus und PR, insbesondere in sozial-psychischer Hinsicht.



## Abstract – English

This study examines how local journalists work under the influence of PR activities of local businesses. Local journalism often faces criticism regarding lack of distance, objectivity and independence which sets the frame for the analysis.

Two objectives are to be achieved: first, a comprehensive collection of influences to which local editors feel exposed in the context of their work with PR. Second, to develop a model that illustrates the impact of these influences, taking into account how journalists interpret them. Therefor local journalism is understood as a multi-level construct that is influenced by four factors: the individual journalists, the organization they work for, the superordinate profession, and the surrounding environment. The influences have different modes of action which can be reconstructed by assigning them to different impact dimensions based on the journalists' assessments: intrinsic evaluations, extrinsic expectations and capabilities enabled by others. Hence journalistic behavior is constituted by various influences and furthermore depends on the individual drive for action: asserting identity, adhering to social norms, gaining personal benefits or considering emotional reactions.

The process is depicted in the Influence-Effect-Model of Journalistic Action (Einfluss-Wirkungs-Modell journalistischen Handelns, EWM), which was constitutive for an empirical study in which 16 editors from various local newspapers throughout Germany were questioned about their perception of influences in local business reporting. The analysis shows that the evaluation of various influences differs greatly due to personality traits and situational circumstances. In more detail local reporting is characterized by various special challenges: Personal connections to the distribution area and to the people living there, organizational imperatives, professional norms and functional demands lead to a situation in which journalists often have to deal with challenging assessments. In addition to these findings, the study reveals various inductions and adaptations that describe the relationship between journalism and PR from a social-psychological point of view.



## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	13
Danksagungen	15
Abkürzungsverzeichnis	17
1 Einleitung und Herleitung der Forschungsfrage	19
2 Bestimmung des Untersuchungsgegenstandes	27
2.1 Lokaljournalismus in der Kommunikationswissenschaft	27
2.2 Lokaljournalistinnen und -journalisten in Deutschland	30
2.3 Strukturelle Merkmale des lokalen Zeitungsmarkts	32
2.4 Nutzung von lokalem Journalismus	34
2.5 Wirtschaft als Inhalt lokaler Medien	35
2.6 Kontexte lokaler (Wirtschafts-)Berichterstattung	38
2.7 Zur Verwendung des PR-Begriffs	42
2.8 Zwischenfazit zur Eingrenzung des Forschungsgegenstandes	45
3 Theoretische Verortung	49
3.1 Determination und Intereffikation – Theoretische Betrachtung des Verhältnisses von Journalismus und PR	49
3.2 Lokaler Journalismus als Mehrebenen-Konstrukt	55
3.2.1 Überblick verschiedener Mehrebenen-Modelle	56
3.2.2 Kritische Würdigung der Mehrebenen-Modelle	64
3.3 Journalistisches Handeln im Zusammenspiel sozialer Strukturen	70
3.4 Zwischenfazit zur theoretischen Verortung	79

*Inhaltsverzeichnis*

4	Forschungsstand zu Einflussfaktoren auf den Lokaljournalismus	81
4.1	Mikroebene – Akteure im Lokaljournalismus	82
4.1.1	Journalistisches Selbstbild	82
4.1.2	Einstellung gegenüber PR	84
4.1.3	Akteurstyp	86
4.2	Mesoebene – Lokaljournalismus als Profession und Beruf	87
4.2.1	Journalistische Normen	87
4.2.2	Professionalisierung von Journalismus und PR	88
4.2.3	Organisationale Voraussetzungen	91
4.3	Makroebene – Die lokale Umwelt	93
4.3.1	Unternehmen und Werbekunden	93
4.3.2	Publikum	96
4.3.3	Kommunalpolitik	96
4.3.4	Soziale Nähe	97
4.3.5	Wettbewerbssituation	99
4.4	Zwischenfazit zum Forschungsstand	100
5	Entwicklung eines forschungsleitenden Modells	103
6	Forschungsstrategie und Konkretisierung der Forschungsfrage	111
7	Methode	117
7.1	Das Experteninterview – Feldzugang und Auswahl der Interviewpartner	119
7.2	Der Leitfaden – Entwicklung des Erhebungsinstruments	124
7.3	Die Feldphase – Anwendung des Instruments	129
7.4	Die Qualitative Inhaltsanalyse – Vorgehen bei der Auswertung	131
8	Ergebnisse	137
8.1	Einflüsse durch das Individuum	137
8.1.1	Einstellung gegenüber PR im Lokalen	138
8.1.2	Journalistisches Selbstbild	142
8.1.3	Karriere	145
8.1.4	Private Biografie, Lebensumstände und persönliche Kontakte	147

8.1.5	Zusammenfassung Ebene Individuum	150
8.2	Einflüsse durch die Profession	151
8.2.1	Journalistische Qualitätskriterien	152
8.2.2	Normative Standards	155
8.2.3	Professionelle Abhängigkeiten	158
8.2.4	Zusammenfassung Ebene Profession	161
8.3	Einflüsse durch die Organisation	162
8.3.1	Redaktionelle Routinen	163
8.3.2	Kollegen und Vorgesetzte	165
8.3.3	Ressourcen	167
8.3.4	Anzeigenabteilung	168
8.3.5	Alternative Verwendung von PR-Material	171
8.3.6	Zusammenfassung Ebene Organisation	172
8.4	Einflüsse aus der Umwelt	174
8.4.1	Formelle Kommunikationswege	175
8.4.2	Informelle Kommunikation und persönliche Nähe	178
8.4.3	Weitere Akteure des lokalen Umfelds	181
8.4.4	Strukturmerkmale der Zeitungen und ihrer Verbreitungsgebiete	182
8.4.5	Zusammenfassung Ebene Umwelt	184
8.5	Das Zusammenspiel von Wollen, Sollen und Können	186
8.5.1	Verortung der Einflüsse nach Wollen, Sollen und Können	187
8.5.2	Interaktionen zwischen Wollen, Sollen und Können	188
8.5.3	Zusammenfassung zum Verhältnis von Wollen, Sollen und Können	198
9	Diskussion	201
9.1	Diskussion des inhaltlichen Ertrags	201
9.2	Diskussion des theoretischen Ertrags	209
10	Fazit	219
10.1	Kommunikationswissenschaftliche Einordnung	219
10.2	Theoretischer Rahmen	220
10.3	Methodenreflektion	222
10.4	Ergebnisse	224

*Inhaltsverzeichnis*

10.5 Ausblick	227
11 Literatur	231

Der Anhang der Studie, in dem das methodische Vorgehen explizit erläutert wird, ist online einsehbar unter:

<https://www.nomos-shop.de/productview.aspx?product=42024>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Intereffikationsmodell	51
Abbildung 2:	Kontexte des Journalismus – Gegenstände der Journalistik	57
Abbildung 3:	Einflussfaktoren im Journalismus – Integratives Mehrebenen-Modell	59
Abbildung 4:	The Hierarchy of Influences Model	62
Abbildung 5:	Analyse-Ebenen der Forschung über Nachrichtenauswahl	63
Abbildung 6:	Akteur-Struktur-Dynamiken	71
Abbildung 7:	Einfluss-Wirkungs-Modell journalistischen Handelns	104
Abbildung 8:	Beispiel zur Kommunikation mit der Anzeigenabteilung	170
Abbildung 9:	Erweitertes Einfluss-Wirkungs-Modell journalistischen Handelns bezogen auf die lokale Wirtschaftsberichterstattung	213



## Danksagungen

Eine solche Arbeit zu schreiben ist ohne die Unterstützung von wohlgesonnenen Menschen nicht möglich. Darum möchte ich an dieser Stelle allen danken, die mich bei der Erstellung dieser Dissertation mit guten Ratschläge, Hilfsbereitschaft, Geduld sowie motivierenden Worte und Taten begleitet haben.

An erster Stelle sind hierbei Beate Schneider und Wiebke Möhring zu nennen. Eine bessere Betreuung meiner Promotion hätte ich mir nicht wünschen können. Ihr Fachwissen, ihre Erfahrung und das angemessene Maß aus Anleitung, Freiheit und Pragmatismus über alle Phasen der Arbeit haben es mir stets ermöglicht, den Blick auf die relevanten Dinge zu richten und die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Danken möchte ich auch Berthold Flöper und seinem Team, die es mir durch die Einladung zu einem Modellseminar des Lokaljournalistenprogramms der Bundeszentrale für politische Bildung ermöglicht haben, neben der theoretischen Betrachtung auch die praktische Perspektive auf die Thematik nicht aus den Augen zu verlieren. Daran schließt sich unmittelbar der Dank an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer der empirischen Studie an. Nicht nur aufgrund der Erhebung ist mir bewusst, wie engmaschig der Zeitplan im Journalismus ist. Darum weiß ich die Bereitschaft für die zeitintensiven Gespräche für diese Studie umso mehr zu schätzen. Bei der empirischen Erhebung haben mich im Rahmen eines Methoden-Seminars Studierende des Studiengangs Kommunikationsmanagement der Hochschule Hannover unterstützt und stark zu deren Gelingen beigetragen. Meine Kollegen an der Hochschule Hannover und auch die Quasi-Kollegen am IJK der Hochschule für Musik, Theater und Medien haben für eine angenehme Arbeitsatmosphäre gesorgt, in der Hilfestellung bei wissenschaftlichen Fragestellungen genauso selbstverständlich war, wie die notwendige Ablenkung von eben jenen. Ein großer Dank gebührt darüber hinaus Alexa, Chris und Lena, die die Arbeit Korrektur gelesen haben. Meinen Eltern danke ich dafür, dass sie mir diesen Weg ermöglicht und mir die nötige Motivation gegeben haben, ihn auch tatsächlich zu gehen. Zu guter Letzt gilt meiner Frau Maxi und meinen Kindern Fritz und Mona der größte Dank. Alle Strapazen und langen Arbeitstage waren nur möglich, weil ich wusste, dass sie zu Hause auf mich warten, was gleichzeitig der größte Antrieb war, die Arbeit zu Ende zu bringen.



## Abkürzungsverzeichnis

BDZV	Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
BVDA	Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter
bzw.	beziehungsweise
e.V.	eingetragener Verein
ebd.	ebenda
EWM	Einfluss-Wirkungs-Modell journalistischen Handelns
F.K.	Felix Keldenich
I-01 bis I-16	Interview Nummer 01 bis Interview Nummer 16
IfD	Institut für Demoskopie
Kap.	Kapitel
o.D.	ohne Datum
PR	Public Relations
u.a.	unter anderem
unv.	unverständlich
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche

