

Zeitung im Wandel

Wie der Leser auch zum Zuschauer und Hörer wird

VON PATRICK SCHROLL

In den Redaktionen der Nürnberger Nachrichten (NN) und der Nürnberger Zeitung (NZ) ist der Wandel eingezogen. Nicht nur in digitaler, sondern auch personeller Form. Im Nürnberger Presseclub diskutierten die neuen Chefredakteure beider Tageszeitungen über den Journalismus von Morgen.

NÜRNBERG – Stirbt das Produkt, welches Sie gerade in den Händen halten, aus? Eine Frage, die nicht nur in Zeiten des digitalen Wandels virulent ist. Schon vor über hundert Jahren, 1913, formulierte Wolfgang Riepl, ehemaliger Chefredakteur der NZ, mit seinem Riepl'schen Gesetz die These, neue Medienangebote könnten bestehende nicht ersetzen. Bleibt also alles beim Alten? Trotz des Internetzeitalters?

Mitnichten. Während immer mehr Leser in der Region sich digital über die Plattform und Nachrichten-App *nordbayern.de* informieren, bleibt die gedruckte Variante der Zeitung trotz sinkender Auflagen immer noch für rund 800 000 Leser (knapp 250 000 Abonnenten) Dreh- und Angelpunkt der täglichen Nachrichtenlektüre.

Mehr Leser

„Wir erreichen über online und Print mehr Leser denn je“, hebt NN-Chefredakteur Alexander Jungkunz hervor. Stephan Sohr, Foto: Distler



Die NN-Chefs Michael Husarek (l.) und Alexander Jungkunz. Foto: Distler



Die NZ-Chefs André Fischer (l.) und Stephan Sohr. Foto: Distler

sich über die Präsenz der Zeitung in sozialen Netzwerken gut erreichen. Gerade in Zeiten, in denen sich die Medien mit dem populistischen Vorwurf der „Lügenpresse“ konfrontiert sehen, brauche es einen verlässlichen und anspruchsvollen Journalismus als orientierende Konstante in der Gesellschaft. „Wir müssen zeigen, wie wir arbeiten“, sagt Jungkunz, der von einer deutlich verschärfen Tonlage hartgesottener Kritiker spricht.

Dieser Medienkritik stellen sich bei den NN 220, bei der NZ rund 45 Redakteure täglich. Hinzu kommt der Wandel in der Branche: „Wir müssen die Digitalisierung schaffen. Zweifelsohne liegen anstrengende Jahre vor uns“, sagt NN-Chefredakteur Michael Husarek. Dafür halte der Verlag trotz Kostendrucks den Rücken freier. Um online noch stärker präsent zu sein, arbeiten die Journalisten des Hauses künftig an sieben Tagen in der Woche. Auch die Vernetzung zwischen Print und Online soll damit stärker vorangetrieben werden.

Stephan Sohr leitet seit vergangenen Sommer gemeinsam mit André Fischer die *Nürnberger Zeitung*. Der Wandel im digitalen Zeitalter habe für ihn ein neues Erscheinungsbild der gedruckten Zeitung zur Folge. Die NZ wie auch die NN legen den Fokus verstärkt auf die regionale Berichterstattung, die Zusammenhänge detaillierter erklären soll. „Wir wollen mehr Perso-



Nachrichten aus der Welt und der Region finden sich heute nicht nur in der gedruckten Variante der Zeitung, sondern auch im gemeinsamen Onlineportal sowie in einer App der Nürnberger Nachrichten und der Nürnberger Zeitung. Foto: Pfrogner

nen aus der Region zu Wort kommen lassen“, fasst Fischer den neuen Fahrplan zusammen. Für nationale wie internationale Themen steht bei den NN ein Netz aus eigenen Korrespondenten – nah am Geschehen in Washington, Paris, Brüssel, Istanbul, München und Berlin – bereit.

Für hintergründige und einordnende Berichte bietet die gedruckte Zeitung die richtige Heimat, während die reine Nachricht in der schnellen Onlinewelt konkurriere. Jenem Trend tragen die *Nürnberger Nachrichten* neuerdings auch mit Themenausgaben Rechnung. Zuletzt widmeten sich die Redakteure ressortübergreifend der Zukunft der Mobilität.

Bei *SamSon*, dem digitalen Magazin beider Tageszeitungen, lernen Leser ihre Region multimedial kennen: Sie werden dort mit Videos und Audiobeiträgen auch zum Zuschauer und Hörer.

Schreibende Roboter?

Bisher sind Texte noch ein Resultat menschlichen Handelns. Schon bald könnte aber der schreibende Roboter zum neuen Bild der Redaktionen werden. Wiederkehrende, einfach strukturierte Elemente wie etwa Veranstaltungshinweise oder Sporttabellen in der Zeitung kann künstliche Intelligenz schon heute übernehmen. Vor Roboterjournalismus hat das Nürnber-

ger Medienhaus jedenfalls keine Angst. „Den Kollegen würde der Einsatz mehr Freiraum für die Recherche schaffen“, sagt Husarek. „Die Tugend, durch Empathie Menschen zu verstehen, bleibt aber den Journalisten vorbehalten.“

In der Diskussion im vollbesetzten Saal des Presseclubs blieben keine Zweifel über die Bedeutung der Qualitätsmedien im digitalen Zeitalter. Eine abschließende Antwort, wie Medienhäuser ihre bisher meist kostenlosen digitalen Angebote finanzieren können, gab es an diesem Abend aber nicht. Ein Besucher stellte jedenfalls fest: „Ohne Zeitung käme es zu einer Verödung.“