

Sandra Hermes

Qualitätsmanagement in Nachrichtenredaktionen

Herbert von Halem Verlag

Bibliographische Information der Deutschen Bibliothek

Die deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Sandra Hermes

Qualitätsmanagement in Nachrichtenredaktionen

Köln : Halem, 2006

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2006 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 3-938258-23-3

ISBN 978-3-938258-23-1

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINDR, s.r.o. (Tschechische Republik)

GESTALTUNG: Atelier Löwentor, Darmstadt

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

Verzeichnis der Tabellen	9
Vorwort	13
1. EINFÜHRUNG	15
2. FORSCHUNGSKONTEXT UND ZIELSETZUNG	20
2.1 Journalistische Qualitätsforschung – ein Definitionsversuch	20
2.2 Fragestellung	22
2.3 Aufbau der Arbeit	24
3. THEORETISCHE GRUNDLAGEN – EBENEN DER JOURNALISTISCHEN QUALITÄTSFORSCHUNG	26
3.1 Qualität und Qualitätssicherung auf der Ebene der Medienakteure	26
3.1.1 <i>Merkmale und Einstellungen von Journalisten unter Qualitätsgesichtspunkten</i>	27
3.1.2 <i>Professionalisierung und Sozialisation</i>	30
3.1.3 <i>Beschäftigungsverhältnisse</i>	35
3.2 Qualität und Qualitätssicherung auf der Ebene der Medienaussagen	38
3.2.1 <i>Was ist journalistische Qualität? Mit welchen Kriterien lässt sie sich messen?</i>	38
3.2.2 <i>Plädoyer für einen offenen Qualitätsbegriff: Die funktionale und multidimensionale Definition journalistischer Qualität</i>	70
3.2.3 <i>Medieninhaltsforschung unter Qualitätsgesichtspunkten: Die Anwendung von Qualitätskriterien in der Forschungspraxis</i>	77

3.3	Qualität und Qualitätssicherung auf der Ebene der Medieninstitutionen	87
3.3.1	<i>Das Konzept des Total-Quality-Managements</i>	89
3.3.2	<i>Von der Qualitätskontrolle zum Qualitätsmanagement in Redaktionen</i>	98
3.4	Qualität und Qualitätssicherung auf der Ebene des Mediensystems	130
3.4.1	<i>Journalistische Aus- und Weiterbildung</i>	132
3.4.2	<i>Medienjournalismus</i>	136
3.4.3	<i>Presserat und andere Instanzen der freiwilligen Selbstkontrolle</i>	141
3.4.4	<i>Journalistenpreise</i>	145
3.4.5	<i>Die Arbeit der Branchen- und Berufsorganisationen</i>	148
3.4.6	<i>Medien- und Kommunikationswissenschaft</i>	151
3.4.7	<i>Medienrecht und Medienpolitik</i>	153
3.4.8	<i>Publikumsinitiativen und Verbraucherschutz</i>	155
3.4.9	<i>Zusammenfassung</i>	158
4.	DIE PRAXIS: WERKZEUGE DES QUALITÄTSMANAGEMENTS AUF REDAKTIONSEBENE	162
4.1	Stellenwert von Qualitätsmanagementansätzen in der redaktionellen Praxis	165
4.1.1	<i>Formen von Zielformulierungen in Redaktionen</i>	166
4.1.2	<i>Erfolgskontrolle als Prozess</i>	173
4.1.3	<i>Implikationen für die Empirie und Programmfragen</i>	176
4.2	Qualitätsmanagement im Bereich Personal	177
4.2.1	<i>Interne Aus- und Weiterbildung als Instrumente redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	178
4.2.2	<i>Persönliche Zielvereinbarungen und Leistungslohnsysteme als Instrumente redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	181
4.2.3	<i>Implikationen für die Empirie und Programmfragen</i>	184

4.3	Qualitätsmanagement im Bereich redaktionelles Marketing	185
4.3.1	<i>Publikumsforschung als Instrument redaktionellen Marketings</i>	186
4.3.2	<i>Rezipientenreaktionen und Ombudsleute als Instrumente redaktionellen Marketings</i>	192
4.3.3	<i>Implikationen für die Empirie und Programmfragen</i>	194
4.4	Qualitätsmanagement im Bereich handwerkliche Routinen	196
4.4.1	<i>Selektionsroutinen und Recherche als Instrumente redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	197
4.4.2	<i>Routinen des Gegenlesens als Instrumente des redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	201
4.4.3	<i>Implikationen für die Empirie und Programmfragen</i>	206
4.5	Qualitätsmanagement im Bereich interne Kommunikation und Kritikkultur	207
4.5.1	<i>Redaktionskonferenzen und Themenplanung als Instrumente redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	208
4.5.2	<i>Blattkritik (Sendungskritik) als Instrument redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	213
4.5.3	<i>Implikationen für die Empirie und Programmfragen</i>	216
5.	METHODE UND UNTERSUCHUNGSDESIGN	218
5.1	Methode	218
5.2	Untersuchungsdesign	219
5.2.1	<i>Grundgesamtheit</i>	219
5.2.2	<i>Fragebogenentwicklung und Pretest</i>	224
5.2.3	<i>Datenerhebung und Rücklauf</i>	226
5.2.4	<i>Feedback der Befragten</i>	232
5.2.5	<i>Datenerfassung</i>	233

6.	PRÄSENTATION UND ANALYSE DER EMPIRISCHEN BEFUNDE – QUALITÄTSMANAGEMENT IN DEUTSCHEN NACHRICHTENREDAKTIONEN	238
6.1.	Stellenwert des Qualitätsmanagements in der redaktionellen Praxis	238
6.1.1	<i>Formen von Zielformulierungen in Nachrichtenredaktionen</i>	241
6.1.2	<i>Praxisrelevanz von Zielformulierungen (Erfolgskontrolle)</i>	247
6.1.3	<i>Zusammenfassung und Bewertung</i>	251
6.2	Qualitätsmanagement im Bereich Personal	253
6.2.1	<i>Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten von Redakteuren und Führungskräften</i>	253
6.2.2	<i>Persönliche Zielvereinbarungen und Leistungslohnsysteme</i>	258
6.2.3	<i>Zusammenfassung und Bewertung</i>	262
6.3	Qualitätsmanagement im Bereich redaktionelles Marketing	263
6.3.1	<i>Instrumente der Zielgruppenanalyse als Teil redaktionellen Marketings</i>	263
6.3.2	<i>Instrumente der Konkurrenzbeobachtung als Teil redaktionellen Marketings</i>	272
6.3.3	<i>Relevanz unterschiedlicher Instrumente des redaktionellen Marketings aus Sicht der Befragten</i>	277
6.3.4	<i>Zusammenfassung und Bewertung</i>	278
6.4	Qualitätsmanagement im Bereich handwerkliche Routinen	281
6.4.1	<i>Einflussfaktoren auf Selektionsroutinen im redaktionellen Alltag</i>	281
6.4.2	<i>Das Zwei-Quellen-Prinzip als Instrument redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	286
6.4.3	<i>Recherchequellen und -mittel als Instrumente redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	289

6.4.4	<i>Gegenlesen (Beitragsabnahme) als Instrument des redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	296
6.4.5	<i>Zusammenfassung und Bewertung</i>	302
6.5	Qualitätsmanagement im Bereich interne Kommunikation und Kritikkultur	305
6.5.1	<i>Redaktionskonferenzen als Instrument redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	305
6.5.2	<i>Separate Blattkritik als Instrument redaktionellen Qualitätsmanagements</i>	310
6.5.3	<i>Relevanz von Redaktionskonferenzen und Leserkritik als Beitrag zur Qualitätssicherung im Journalismus aus Sicht der Befragten</i>	314
6.5.4	<i>Zusammenfassung und Bewertung</i>	314
7.	DISKUSSION DER ERGEBNISSE – ANREGUNGEN FÜR DIE PRAXIS (EIN IDEENKATALOG REDAKTIONELLEN QUALITÄTSMANAGEMENTS)	318
7.1	Prozesshaftigkeit	319
7.2	Kundenorientierung	321
7.3	Mitarbeiterorientierung	325
7.4	Kontrollmöglichkeiten/Messbarkeit	329
7.5	Ganzheitlichkeit	334
7.6	Gesellschaftsorientierung	335
7.7	Elemente von TQM in deutschen Nachrichtenredaktionen	336
8.	LITERATUR	342
9.	ANHANG	368