

Texte ins Cockpit

Das Handwerk muss besser beherrscht werden. Das dachte man sich bei den *Ruhr Nachrichten* und führte eine moderne Form der Blattkritik ein.

Die *Ruhr Nachrichten* haben im vergangenen Jahr eine interne Qualitätsoffensive gestartet und das sogenannte Cockpit eingerichtet. Dabei handelt es sich um eine Art institutionalisierte, automatisierte Blattkritik, mit der Texte nach objektiven Kriterien auf ihre Qualität hin untersucht werden. Wir sprachen darüber mit Chefredakteur Wolfram Kiwit.

Herr Kiwit, wie funktioniert Cockpit?

Ich spreche inzwischen lieber vom Qualitätstacho, denn ein Cockpit ist ja eine Anordnung von verschiedenen Anzeigesystemen, und wir reden ja hier nur von einem. Mithilfe dieses Tachos überprüfen wir die handwerkliche Qualität von Lokalausgaben. Dabei nehmen wir uns in der Regel über eine Woche hinweg eine Ausgabe vor, kodieren – also prüfen und bewerten – davon vier Seiten, immer die erste Lokalseite und drei weitere, wobei deren Auswahl zufällig ist. Wir achten allerdings darauf, dass wir ausreichend Stoff auf den Seiten haben, den wir kodieren können. Eine Seite mit einer großen Anzeige würden wir nicht nehmen, weil sie ja zu wenig Texte und Bilder enthielte, mit denen wir uns beschäftigen können.

Dann prüfen wir jeweils zwei Mehrspalter, zwei Bilder und vier Meldungen. An den Text werden Standardabfragen gestellt, die jeder Journalist, der sein Handwerk gelernt hat, im Grunde selbst im Kopf hat, wenn er einen Text schreibt. Es geht um die Kriterien Aktualität, Richtigkeit, Relevanz und Vermittlung. Bei einem längeren Text gibt es mehr Fragen, die überprüft werden: Wird ein Autor oder ein Kürzel genannt? Wird die Frage nach dem Wer beantwortet? Wird erzählt, wie etwas geschehen ist? Enthält der Text gröbere Fehler? Wie viele Quellen werden genannt? Die Prüfung bzw. die Kodierung übernimmt vor allem unser

Mitarbeiter Matthias Langrock, der bei uns Projektedakteur war. Er lebt inzwischen für drei Jahre in Budapest, ist aber weiter bei uns beschäftigt und kodiert. Mit ihm gemeinsam werten wir auch die Ergebnisse aus. Für die Bewertung der genannten vier Seiten benötigt er etwa zwei Stunden.

Wie wird der Text nach diesen Kriterien überprüft?

Wir benutzen das Internettool Survey Monkey. Die Antworten – es gibt nur ja oder nein – werden auf Checklisten angeklickt. Am Ende erhalten die Texte Punkte, insgesamt können 100 erreicht werden. Der Tacho zeigt dann einen roten Bereich von null bis 30, einen gelben von 30 bis 60 und einen grünen von 60 bis 100. Eine Redaktion lernt damit sehr schnell, wie man Texte in den grünen Bereich bekommt.

Wie denn?

Indem man alles richtig macht, alle W-Fragen beantwortet und zum Beispiel bei Orten nicht selbstverständlich davon ausgeht, dass der Leser schon weiß, wo das ist.

Wie haben die Mitarbeiter das Cockpit aufgenommen? Gab es Befürchtungen, dass damit die Arbeit überwacht werden soll?

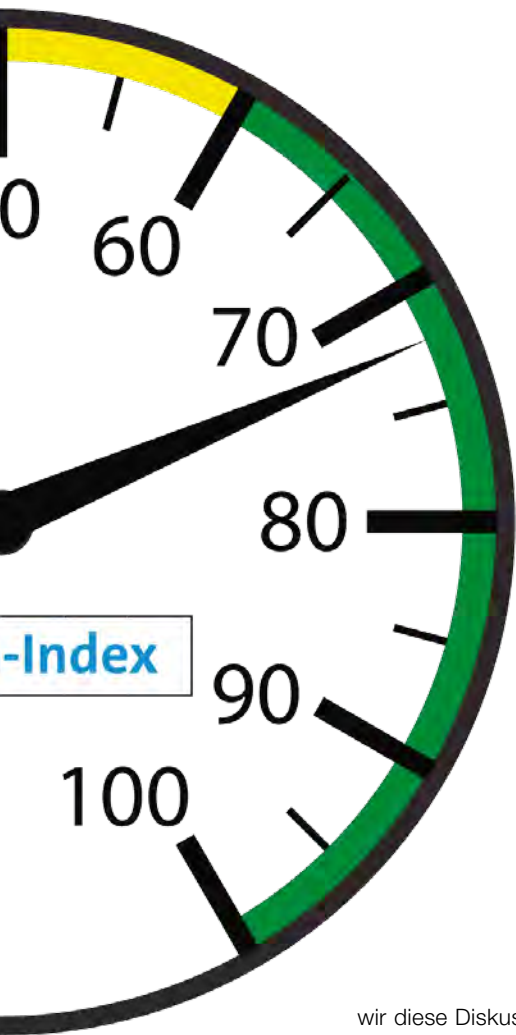
Natürlich muss man kommunizieren, warum man das macht. Das Verfahren war transparent – genauso wie die Ergebnisse es sind. Man kann bei jedem Text nachvollziehen, warum er so bewertet wird. Die journalistische Selbstkritik ist ja an sich ein völlig selbstverständlicher Teil unserer Arbeit. Wir stellen uns schließlich jeden Tag in der Konferenz der Kritik von Kollegen und lassen uns sagen, was wir gut oder schlecht gemacht haben. In einer gut

funktionierenden Redaktion mit gutem Betriebsklima und Leuten, die kritikfähig sind, ist das kein Problem. Aber nach welchen Kriterien beurteilen wir einen Text als gut oder schlecht? Oft entscheidet das Bauchgefühl, oder es befinden sich eklatante Fehler im Text, dann wird er als schlecht eingestuft. Das Cockpit macht nichts anderes, nur standardisierter. Es ist ein Mittel, fundierter über ein Produkt zu sprechen. In allen anderen Branchen ist das selbstverständlich. Kein Kekshersteller würde ein Produkt auf den Markt bringen, ohne es vorher zu überprüfen. Wir aber gehen immer wie selbstverständlich davon aus, dass wir wissen, was gut ist für den Markt. Das funktioniert auf Dauer nicht.

Kann Cockpit auch Stilfragen beurteilen, wie etwa einen guten Einstieg, der einen in den Text zieht, oder die Sprache?

Vermittlung wird codiert. Ist die Sprache verständlich, werden Fremdwörter erklärt? Allerdings kann Cockpit da nur eine eingeschränkte Hilfe sein. Wir wollen Autor oder Text auch nicht benoten, sondern handwerkliche, objektive Kriterien anlegen, damit wir die Zeitung verbessern können. Wir wollen detailliert diskutieren über das, was wir tun. Mit Cockpit können





- **oberer Bereich**
60-100%
- **mittlerer Bereich**
30-59%
- **unterer Bereich**
0-29%

wir diese Diskussion viel breiter führen. Normale Blattkritiken hängen sich oft an Extremen auf. Da heißt es dann: Ich finde das Thema toll usw. Aber warum ist es toll? Über die Meldung auf der Seite 2 redet keiner, obwohl sie auch ein Angebot der Redaktion ist. Cockpit zwingt uns dazu.

Ist es dann garantiert eine gute Zeitung, wenn die Texte 100 Punkte erreichen?

Nein, das ist sie nicht automatisch. Was der Tacho nämlich nicht aussagt, ist, ob Sie die richtigen Themen für Ihr Publikum ausgewählt haben. Wenn Sie die Dortmunder Ausgabe in Schwerte erscheinen lassen, könnten Sie beim Tacho trotzdem 100 Punkte holen. Sie hätten aber die falsche Zeitung für das falsche Publikum gemacht. Der Tacho misst eben nicht, ob es der richtige Themenmix ist oder ob die Zielgruppe angesprochen wird. Er beurteilt aber zum Beispiel den Gattungsmix, weil geprüft wird, ob es neben nachrichtlichen Texten auch Reportagen, Interviews und Kommentare gibt.

Sind die Ruhr Nachrichten besser geworden, seit Sie Cockpit nutzen?

Wir sind gründlicher geworden. Es schleichen sich weniger Schludrigkeiten und Fehler ein.

Nützt das Tool auch kleinen Zeitungen?

Wenn Sie eine große Redaktion haben und der Anteil der Elemente, die von erfahrenen Profis gemacht sind, hoch ist, dann schneiden Sie im Tacho auch gut ab. Wenn Sie eine Redaktion haben, die viel mit Texten von schlecht geschulten Mitarbeitern arbeitet, dann schneiden Sie von der Tendenz her schlechter ab. Je größer der professionelle Input ist, desto besser. Das liegt aber auch auf der Hand. Wenn ich ein Ranking unserer Lokalausgaben mache, dann schneidet die Dortmunder Stadtreaktion am besten ab. Aber wenn das nicht so wäre, obwohl in der Stadt 16 unserer Reporter unterwegs sind, dann wäre das doch seltsam. Im Übrigen sollte man auch an der Qualität der Texte von Freien arbeiten.

Wie viel ist Ihnen diese Qualitätsoffensive wert?

Wir haben im Sommer des vergangenen Jahres, vor der Einführung des Cockpits, eine Sommerakademie veranstaltet und alle Redakteurinnen und Redakteure des Medienhauses Lensing geschult, und zwar zu einem Thema, bei dem jeder Redakteur sagen würde: Das brauche ich nicht! Das Thema hieß „Verständlich schreiben“. Damit wollten wir Cockpit vorbereiten, das war gut investiertes Geld. Ansonsten haben wir Cockpit zusammen mit dem Media Consulting Team (MCT) und dem Zeitungsforscher Günther Rager entwickelt. Wir hatten ansonsten geringe Entwicklungskosten, weil Cockpit ja unsere Idee war. Das MCT arbeitet immer noch für uns, wir investieren eben in Qualität. Und das müssen wir auch in unserer Branche.

INTERVIEW: STEFAN WIRNER



Das Cockpit-System: Wer alles richtig macht, kommt in den grünen Bereich.

Wolfram Kiwit



ist Chefredakteur der Ruhr Nachrichten.

E-Mail Wolfram.Kiwit@mdhl.de

Telefon 0231 – 90 59 40 10

