

Qualitätsmanagement im Journalismus: Das Konzept TQM auf Redaktionsstufe

Auch wenn die Wissenschaftsgemeinschaft lange Zeit ihre Mühe mit der Messbarkeit von "Qualität" im Journalismus hatte, so ist man sich heutzutage einig, dass es durchaus möglich ist, diesen Begriff herzuleiten und zu definieren. Um jedoch eine gezielte Qualitätssicherung im Journalismus erreichen zu können, bedarf es einer Strategie. Der Total Quality Management Ansatz ist ein Beispiel einer solchen Strategie und wird im folgenden Artikel vorgestellt. Dieses Konzept zeichnet sich dadurch aus, dass es nicht nur auf ökonomisch motivierten Entscheidungen beruht, sondern auch alle anderen Kriterien zur Beurteilung der Leistungsfähigkeit einer Organisation miteinbezieht.

Warum reden plötzlich alle von journalistischer Qualität?

Journalistische Qualität ist seit anfangs der 90er Jahre innerhalb der Publizistikwissenschaft ein In-Thema. Einen ersten Pflock eingeschlagen hat Stephan Ruß-Mohl 1992 mit einem vielbeachteten Artikel und ersten "Näherungsversuchen" an das Thema. Qualität im Journalismus definieren zu wollen – so der Autor damals – gleiche dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln (Ruß-Mohl 1992: 85). Mit dieser etwas resignierenden Feststellung hat der Publizistikwissenschaftler damals vor allem in der Medienpraxis offene Türen eingerannt. Inzwischen hat aber auch Stephan Ruß-Mohl dem Qualitätsdiskurs etwas Stärkemehl beigemischt und zweifelt mit vielen anderen Publizistikwissenschaftlern kaum mehr daran, dass sich entscheidende journalistische Leistungsdimensionen mit etwas Geduld tatsächlich definieren und auch operationalisieren lassen (vgl. bspw.: Rosengren et al 1991, McQuail 1992: Schatz / Schulz 1992, Rager 1994, Meier / Bonfadelli 1994, Schröter 1995, Wallisch 1995).

Einig ist man sich darin, dass Qualität nicht eine absolute Grösse sein kann, dass es sich dabei vielmehr um eine abhängige Variable handelt; abhängig etwa von der Zielgruppe, dem Medientyp, dem journalistischen Selbstverständnis, dem Genre etc. (Ruß-Mohl 1992: 85). Soll Qualität bestimmt oder beurteilt werden, so muss also immer auch die Perspektive mitgenannt werden, aus der heraus diese Bestimmung oder Bewertung erfolgen. Dieser Forderung wird die Qualitätsdefinition nach der Norm der Internationalen Standard Organisation (ISO) gerecht:

"Qualität ist die Gesamtheit von Eigenschaften und Merkmalen einer Einheit, bezüglich ihrer Eignung, festgelegte oder vorausgesetzte Erwartungen und Anforderungen zu erfüllen." (Definition: DIN ISO 8402, vgl. Abb. 1). Dieses **multiperspektivische Qualitätsverständnis** geht davon aus, dass in unserem Fall an die Qualität der Leistungen einer Redaktion verschiedenste Anforderungen und Erwartungen gestellt werden. Solche gehen etwa von der Mitarbeiterschaft aus, den Zulieferern von Informationen, selbstverständlich vom rezipierenden Publikum oder der Zielgruppe, der Mediengesetzgebung, den

Kapitalgebern, der Werbewirtschaft oder von anderen Interessengruppen. Die Anforderungen können sich zudem auf das journalistische Produkt, den Produktionsprozess oder auf andere Einheiten beziehen.

Die hier aufgeführte Definition zwingt dazu, eben diese Anspruchsgrössen mitzubenenen, und deren Erwartungen als solche transparent zu machen. Mit diesem Verfahren ist es gelungen, aus unterschiedlichster Perspektive einzelne wichtige Leistungsdimensionen – oder eben Qualitätskriterien – herzuleiten, zu definieren und schliesslich auch messbar zu machen. Es handelt sich dabei um Dimensionen, deren Relevanz oder Verbindlichkeit für den Einzelfall jeweils festgelegt werden können. In der publizistikwissenschaftlichen Literatur werden für den Informationsjournalismus beispielsweise folgende produktbezogene Qualitätskriterien diskutiert: Richtigkeit, Vielfalt, Relevanz, Neuigkeit, Aktualität, Originalität, Unabhängigkeit, Fairness, Transparenz, Verständlichkeit etc.

Tatsächlich erlebte also das Thema "journalistische Qualität" im vergangenen Jahrzehnt zuerst innerhalb der Fachdisziplin eine neuerliche Karriere. Aber die Wissenschaftler schienen mit dem Thema lange Zeit bei der Medienpraxis auf Granit zu beissen, bis es plötzlich innerhalb der letzten Jahre wie durch ein Wunder auch ausserhalb des Elfenbeinturms auf erstaunliche Resonanz gestossen ist.

Ein Wunder ist es natürlich nicht. Der Boom hat klare Ursachen.

- Selbstverständlich haben spektakuläre journalistische Fehlleistungen gerade in den 90er Jahren die Debatte über journalistische Qualität am Leben erhalten. Zu erinnern ist hier beispielsweise an die Paparazzi hinter dem Auto von Lady Di, an die Fälschungen des Michael Born, an die Lügen der Kriegspropaganda im Golf- oder Kosovokrieg oder etwa an die purpurroten Bilder aus Luxor. Ergänzen können wir den Facts-Journalismus, der sich im Fall Villiger-Dolder unter dem Deckmantel der Investigation primär auf Literatur als Quellenmaterial abstützte.

