

## I. Lokale Kommunikation: Einige theoretische Anmerkungen

### *Claus Eurich*

#### Gegen- oder Komplementär-Medien ?

#### Zu Gegenstand, Funktion und Ursache „Alternativer“ Kommunikation

Vorbemerkung . . . . .	13
Formen „alternativer“ Kommunikation . . . . .	15
Volksblätter/Initiativzeitungen . . . . .	16
Lokale Parteizeitungen . . . . .	21
Videogruppen . . . . .	22
Massenkommunikation und „Alternative Kommunikation“: Unterschiedsmerkmale . . . . .	26 –
Ursachen und Funktionen „Alternativer“ Kommunikation . . . . .	27
Schlußbemerkung . . . . .	32

### *Otfried Jarren*

#### Lokale Parteizeitungen:

##### Keine Alternative, aber eine Ergänzung

Pressekonzentration und Informationslücken . . . . .	38
Konflikt, Betroffenheit und Information . . . . .	39
Lokale Parteizeitungen als Öffentlichkeitsarbeit ? . . . . .	40
Stadtteil-, Orts- und Gebietszeitungen der SPD . . . . .	41
Seit 1976: CDU fördert Zeitungsgründungen . . . . .	43
CSU- und FDP-Zeitungen auf Kreisebene . . . . .	45
Die Kleinzeitungen der DKP . . . . .	45
Die Parteizeitung als Bürgerforum . . . . .	47

## II. Orts- und Stadtteilzeitungen: Empirische Forschungsergebnisse

### *Günter Reisbeck*

#### Stadtteilzeitungen in München

#### Eine Inhalts- und Strukturanalyse zur Funktionsbestimmung von Stadtteilzeitungen

Mögliche Funktionen von Stadtteilzeitungen . . . . .	51
1. Funktionen im Rahmen formaler Demokratiemodelle . . . . .	51
2. Funktionen im Rahmen politischer Strategien . . . . .	52
Die Entwicklung der Stadtteilzeitungen in München seit 1970 . . . . .	54
Methodik der Untersuchung . . . . .	55
Untersuchungsergebnisse . . . . .	55
1. Zeitungsumfang und Anzahl der Meldungen . . . . .	55
2. Der Lokalbezug von Stadtteilzeitungen . . . . .	56
3. Thematische Schwerpunkte der Zeitungsartikel . . . . .	57
4. Politische Strategien . . . . .	58
5. Angesprochene Institutionen und Personengruppen . . . . .	59
6. Darstellungsform und Verfasser von Beiträgen in Stadtteilzeitungen . . . . .	60

*Bernhard Brämswig*

**Lokale Parteizeitungen in Nordrhein-Westfalen**

1.	Entstehungs- und Begründungszusammenhang der Untersuchung . . . . .	64
2.	Empirische Basis der Untersuchung . . . . .	64
3.	Angewandte Methoden . . . . .	65
4.	Die Ergebnisse der Analyse . . . . .	66

*Albrecht Bregenzer*

**SPD-Ortsvereinszeitungen in Baden-Württemberg**

**Ergebnisse einer Kommunikatorbefragung und Erfahrungen aus sechs Seminaren**

1.	Vorbemerkung . . . . .	70
2.	Rahmenbedingungen . . . . .	70
2.1.	Personell-strukturelle Rahmenbedingungen . . . . .	70
2.2.	Finanziell-technische Rahmenbedingungen . . . . .	73
3.	Inhaltliche Konzeption . . . . .	74
3.1.	Gründe für die Herausgabe einer Ortsvereinszeitung . . . . .	75
3.2.	Zielsetzungen bei der Herausgabe einer Ortsvereinszeitung . . . . .	76
3.3.	Welche Themen ? . . . . .	78

**III. Orts- und Stadtteilzeitungen: Erfahrungsberichte und Meinungen**

*Bodo Stratmann*

„Ortsgespräch“ . . . . .	81
--------------------------	----

*Heinz Apelt*

„Der Linnenbauer“ . . . . .	86
-----------------------------	----

*Ulrich Richter*

Die „Münster-Presse“ . . . . .	92
--------------------------------	----

*Christoph Meer-Leyh*

Die „Querenburger Nachrichten“ . . . . .	98
--	----

**IV. Handreichungen und Konzeptionen**

*Hans Heinz Fabris*

**Laien-Journalisten: Experten des Alltags**

Beruflicher oder kommunikativer Zugang zur Öffentlichkeit ? . . . . .	107
Zur Geschichte der Kommunikationsberufe . . . . .	108
Diskussion des Professionalisierungskonzeptes . . . . .	110
Thesen zur künftigen Entwicklung von Kommunikationsberufen . . . . .	111
Nebenberufliche Journalisten: Motivation, soziale Herkunft und Arbeitsweise . . . . .	112
Bevölkerungsnahe Medienarbeit innerhalb wie außerhalb der Massenmedien . . . . .	115

### **Franz R. Stuke**

#### **Zeitungen selbstgemacht**

Orts-, Gruppen- und Stadtteilzeitungen . . . . .	118
Warum eigentlich Stadtteilzeitungen ? . . . . .	122
Wer ist eigentlich am Entstehen von Stadtteilzeitungen interessiert ? . . . . .	126
Was ist beim Machen einer Stadtteilzeitung zu bedenken? . . . . .	126
Handbücher von Initiativgruppen . . . . .	128
Handbücher politischer Parteien . . . . .	132
Handreichungen katholischer Institutionen . . . . .	134
Handbücher für Schülerzeitungen . . . . .	135
Handbücher zur Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	135
Sonstige Handreichungen . . . . .	136

### **Peter Leudts**

#### **„Die Themen liegen auf der Straße, wenn man richtig sehen kann“**

Zur medienpädagogischen Arbeit mit „Zeitungsmachern“ . . . . .	142
Zielsetzung und methodische Prämissen . . . . .	143
Anforderungen an die Teamer und die Teilnehmer . . . . .	144
Seminarpaussetzungen . . . . .	145
Einstieg . . . . .	145
Arbeitsgruppen und Plenumsarbeit . . . . .	147
Praktische Arbeit mit Fallbeispielen oder durch Vor-Ort-Recherche . . . . .	148

### **Hermann Reuke**

#### **Die „Zeitung am Sonntag“ (ZaS)**

Ein Sonntagsblatt für den Bundestagswahlkampf 1976 . . . . .	151
Autorenverzeichnis . . . . .	162

