



Deutscher Studienpreis 2017

2. Preis in der Sektion Geistes- und Kulturwissenschaften

Dr. Christopher Buschow

Wie entsteht zukünftig Journalismus? Zur Produktion von Öffentlichkeit in Zeiten ihrer Krise

In demokratischen Gesellschaften ist Journalismus essenziell für die Herstellung von Öffentlichkeit. Seine Produktion ist jedoch in den letzten Jahren in eine schwerwiegende Krise geraten. Meine Dissertation fragt daher: Wie wird zukünftig Journalismus produziert, der Öffentlichkeit schafft? Große Hoffnungen werden mit der Gründung neuer Medienunternehmen verbunden, die unabhängig von etablierten Medienstrukturen entstehen. Aber: Retten Neugründungen den Journalismus? Das Gegenteil scheint der Fall. Obwohl diese Unternehmen mit demokratisch verantwortungsbewussten Absichten starten, zeigt meine Dissertation, dass sie – von ihren Gründern unbeabsichtigt und als Folge der derzeitigen Marktbedingungen – das Potenzial besitzen, zu einer weiter gehenden Zersplitterung von Öffentlichkeit und einer schleichenden Prekarisierung journalistischer Arbeit beizutragen. Meine Forschung liefert Orientierungswissen, um die erforderlichen Debatten um die zukünftige Funktionsfähigkeit des Journalismus auf ein wissenschaftliches Fundament zu stellen.

Dr. Christopher Buschow hat an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover promoviert, Fach- und Spezialgebiet: Kommunikationswissenschaft.

Der vorliegende Beitrag wurde beim Deutschen Studienpreis 2017 mit dem 2. Preis in der Sektion Kultur- und Geisteswissenschaften ausgezeichnet. Er beruht auf der 2016 an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover eingereichten Dissertation »Die Neuordnung des Journalismus. Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen« von Dr. Christopher Buschow.

In demokratisch verfassten Gesellschaften bildet professionell produzierter Journalismus weiterhin eine, wenn nicht gar die zentrale Infrastruktur für die Herstellung einer medial vermittelten Öffentlichkeit, in der gesellschaftliche Probleme debattiert und gelöst werden sollen. Journalismus ist dabei auch zukünftig unverzichtbar, da er Bürgerinnen und Bürger informiert, Wählerinnen und Wähler zur Meinungs- und Willensbildung befähigt, als ‚vierte Gewalt‘ im Staate gesellschaftliche Kräfte kontrolliert und reguliert; so zumindest der gesellschaftliche Konsens, wie er über Jahrzehnte hinweg gegolten hat.

Die Produktion von Journalismus ist jedoch in den letzten Jahren in eine schwerwiegende Krise geraten: Das Zeitalter der Massenmedien – der Presse und des Rundfunks – nähert sich seinem Ende. Das hat tief greifende Folgen, auch für die Herstellung von Öffentlichkeit.

Große Hoffnungen werden daher in die Gründung neuer Medienunternehmen gesetzt, die unabhängig von bestehenden Medienstrukturen entstehen. Sie sollen Potenziale auf neue Art ausschöpfen und so Auswege aus der Krise weisen. Wie meine Dissertation zeigt, starten diese Neugründungen vorwiegend mit viel Optimismus, tatkräftigem Elan, Kreativität und demokratisch verantwortungsbewussten Intentionen. Unter schwierigen Wettbewerbs- und Arbeitsbedingungen schaffen ihre Gründerinnen und Gründer eine neue Form der vernetzten Zusammenarbeit im Journalismus, die von etablierten Medienunternehmen mit großem Interesse beobachtet wird. Allerdings, so legen die Ergebnisse meiner Dissertation nahe, vermag diese netzwerkartige, postindustrielle Produktionsform die klassische Redaktion nicht zu ersetzen. Sie treibt vielmehr

– als unbeabsichtigte Nebenfolge – eine weiter gehende Zersplitterung von Öffentlichkeit und die Prekarisierung journalistischer Arbeit voran.

In meiner Dissertation erläutere ich, dass die Funktionsfähigkeit des Journalismus als zentrale gesellschaftliche Infrastruktur weiter gefährdet werden kann, wenn diese neue Produktionsform starke Verbreitung findet und etwa auch in etablierten Medienunternehmen übernommen wird. Diese problematische Zukunft des Journalismus muss umfassend in der Öffentlichkeit diskutiert werden, denn sie stellt unsere Demokratie vor zentrale Herausforderungen: Meine Arbeit liefert Orientierungswissen, um die erforderlichen gesellschaftlichen Debatten auf ein wissenschaftliches Fundament zu stellen und Lösungen zu entwickeln.

1. Warum gerät Journalismus unter Druck? – Zwei Krisenentwicklungen

Es sind insbesondere zwei Problemkreise, die gegenwärtig weit greifende Umbrüche im Journalismus auslösen: Erstens führt die wirtschaftliche Disruption etablierter Geschäftsmodelle, mit denen redaktionelle Arbeit typischerweise bezahlt wurde, in eine Refinanzierungskrise des Journalismus. Anzeigenmarkt und Verkauf von Printprodukten sind seit Jahren rückläufig. Online-Geschäftsmodelle im Journalismus wie Paywalls oder Online-Anzeigen bringen unterdessen nicht den nötigen Ertrag, der eine solide (Quer-)Finanzierung ermöglichen würde. So wurden in der deutschen Verlagswirtschaft seit dem Jahr 2006 mehr als 40.000 Stellen abgebaut.¹ Es

¹ Hier und fort Seufert, Wolfgang (2013). Die deutsche Medienwirtschaft – Wachstumsbranche oder Krisenbran-

scheint nicht sichergestellt, dass in den auf Effizienz und hohe Renditeerwartungen angelegten Verlagsumgebungen wirksame Konzepte für die Zukunft des Journalismus entwickelt werden. Selbst Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer SE und mittlerweile Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), bezweifelte vor einiger Zeit, dass etablierte Verlagshäuser und Medienkonzerne weiterhin Journalismus in gleichbleibender Qualität produzieren könnten; er sah Presseverleger im Jahr 2012 an einer geschäftlichen »Weggabelung«.² Wie wird unter diesen Bedingungen zukünftig eine Journalismusproduktion aussehen, mit der jene Qualität finanziert werden kann, die sich die Gesellschaft für ihre Medien wünscht?

Das zweite Kernproblem ist ein Autoritäts- und Vertrauensverlust des Journalismus, der in der Gesellschaft zu beobachten ist. Die Zeitschrift *The Economist* hob im September 2016 eine »post-truth world« auf ihren Titel, und auch Bundeskanzlerin Angela Merkel sprach von »postfaktischen Zeiten«³, in denen sich manche Bürgerinnen und Bürger offenbar nicht mehr an vorhandenen Realitäten orientierten. Der Begriff ‚postfaktisch‘ hat es in 2016 gar zu zweifelhaftem Ruhm gebracht: Die Gesellschaft für deutsche Sprache wählte den Neologismus zum Wort des Jahres.⁴ Die generelle Medienskepsis, eine Aufkündigung des gesellschaftlichen Vertrauensvorschlusses für Journalistinnen und Journalisten sowie Verschwörungstheorien um eine sogenannte ‚Lügenpresse‘, die in manchen Gesellschaftsbereichen kursieren, haben noch

zu einem weiteren Phänomen beigetragen: dem Aufstieg sozialer Netzwerke als neue Arenen für Öffentlichkeit. Allerdings hat Jürgen Habermas mit seiner Befürchtung einer voranschreitenden Fragmentierung der öffentlichen Kommunikation in digitalen Medien offenbar recht behalten⁵: Hier entstehen, wie empirisch gezeigt wird, eher zersplitterte, voneinander unabhängige und versiegelte Räume heterogener Teilöffentlichkeiten – populärwissenschaftlich werden sie als ‚filter bubbles‘ oder ‚echo chambers‘ bezeichnet. In den Netzwerken treibt nicht zuletzt die Platzierung von ‚hate speech‘ und ‚fake news‘ wie auch die Automatisierung der Inhaltsproduktion durch Roboter und sogenannte ‚social bots‘ die Perpetuierung des immer selben, sich wechselseitig bestärkenden Meinungsklimas voran. Wie kann der Journalismus unter diesen Bedingungen weiterhin eine synchronisierte – d.h. über dieselben Themen informierte – Öffentlichkeit als wirkmächtiges Korrektiv für politische und gesellschaftliche Sachverhalte herstellen?

2. Neue Lösungen? Warum eine Untersuchung von Neugründungen erkenntnisreich sein kann

Auf beide Fragen, die in Kapitel 1 aufgezeigt wurden, will meine Dissertation Antworten geben. Anders als ein Großteil der bestehenden Forschung setzt sie dazu nicht an den etablierten Orten der Journalismusproduktion – bei Redaktionen von Presseverlagen und Rundfunkanstalten – an. Entgegen dieser klassischen Forschungsperspektive entwickle ich in meiner Arbeit einen empirischen Ansatz, der erstmals für Deutschland neu gegründete Medienorganisationen, die publizistische Inhalte unabhängig von etablierten Medien erstellen, ins Zentrum des Interesses rückt und so eine bedeutsame Forschungslücke schließt.

Ausschlaggebend für diese Schwerpunktset-

che? Produktion von und Nachfrage nach Medienprodukten seit 1991. *MedienWirtschaft*, 10 (4), 10-26.

2 Döpfner, Mathias (2012). Interview bei Phoenix »FORUM Manager« vom 22.04.2012.

3 Heine, Matthias (2016, 17. November). Danke, Merkel, für das Wort »postfaktisch«! WELT [Online]. <https://www.welt.de/kultur/article159560304/Danke-Merkel-fuer-das-Wort-postfaktisch.html>

4 Focke, Ariane (2016, 9. Dezember). Das postfaktische Zeitalter. Wenn Tatsachen ignoriert werden. *Hessischer Rundfunk* [Online]. http://www.hr-online.de/website/radio/hr-info/index.jsp?rubrik=47572&key=standard_document_62098268

5 Habermas, Jürgen (2008). *Ach, Europa. Kleine politische Schriften XI*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

zung ist die sozial- und organisationstheoretische Annahme, dass Neuerungen des Journalismus zuvorderst außerhalb etablierter Strukturen, kapitalstarker Unternehmen und institutionalisierter Märkte entstehen. Wie die Art und Weise von Journalismusproduktion – und damit auch die Herstellung von Öffentlichkeit durch Journalismus – zukünftig ausgestaltet sein wird, kann in jüngst gegründeten Unternehmen eher erforscht werden als in etablierten Redaktionen. Neugründungen bilden ein Labor und einen Experimentierraum für Veränderung, weil sie sich von den etablierten Medien schon marktlich differenzieren müssen, in ihren Neuerungen aber nicht von bestehenden Unternehmenstraditionen und Branchenstandards abhängig sind. Noch dazu werden sie zu wirkmächtigen Trendgebern und Vorbildern für eine ganze Branche, wenn sich die von ihnen erprobten Neuerungen in Produkten, Arbeitsformen usw. als marktgängig erweisen und etablierte Medien diese kopieren. Presseverlage beobachten – wie schon die Forschung zu den Alternativmedien der 1980er Jahren gezeigt hat – Neugründungen sehr aufmerksam und nutzen sie mitunter als Vorlage für die Reorganisation von Redaktionen oder die Gründung eigener Ableger (spin-offs).

Neu gegründete Unternehmen im Journalismus sind keine zufälligen Einzelfälle, sondern markieren einen deutlichen Trend: Der voranschreitende Stellenabbau und die Kostensparprogramme in Redaktionen beschleunigen ihre Entstehung, da Journalistinnen und Journalisten ihre Festanstellungen verlieren oder bei einer Selbstständigkeit größere Handlungsspielräume erwarten. Auch jüngere Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger, die Hochschulen und spezielle Journalistenschulen ja weiterhin in großer – wenn nicht gar steigender – Zahl ausbilden, werden zu Unternehmerinnen und Unternehmern, da sie in den etablierten Medien kaum mehr Einstiegsmöglichkeiten vorfinden. Die tatkräftigen Gründerinnen und Gründer, die ich in meiner Dissertation erforscht habe, starten ihre

Unternehmen jedoch nicht vorrangig aus wirtschaftlichen Interessen, sondern weil sie sich von etablierten Presseverlagen und ihren Produktionsbedingungen abgrenzen, journalistische Produktion innovieren und verändertes Mediennutzungsverhalten kreativ ausschöpfen wollen. Diese Ergebnisse bestärkten mich zunächst darin, in meiner Dissertation vor allem die Potenziale zu untersuchen, die durch neu gegründete Medienorganisationen entstehen.

Vor diesem Hintergrund interessiert umso mehr, welche Lösungen Neugründungen für die derzeitigen Krisenentwicklungen des Journalismus entwerfen und welche beabsichtigten wie auch nichtbeabsichtigten Folgen daraus resultieren: Wie wird in Neugründungen Journalismus produziert? Und inwiefern gelingt es über diesen Journalismus, Öffentlichkeit herzustellen? Diese Fragen beantwortet meine Dissertation mit einer empirischen Fallstudienforschung, die mehrere Erhebungsmethoden kombiniert. Dabei wurden 15 deutsche Neugründungen im Hinblick auf ihre konkreten Tätigkeiten in der Produktion journalistischer Inhalte untersucht. Die gebündelten Ergebnisse dieser Organisationsfallstudien geben einen Ausblick auf (1.) eine ‚Neuordnung‘ von Journalismusproduktion sowie auf (2.) Chancen und vor allem Herausforderungen in der Herstellung von Öffentlichkeit, wie sie junge Unternehmensgründungen möglicherweise für eine ganze Branche vorwegnehmen.

Das Erkenntnisinteresse meiner Dissertation ist nicht allein von akademischer Bedeutung für eine Journalismusforschung, die konstruktive und kritische Begleiterin der von ihr beobachteten Profession sein will. Der Wert der Studie besteht auch darin, gesellschaftliches Orientierungswissen zu schaffen, das zur Lösung der eingangs genannten Problemkonstellationen dienen soll. Mir geht es explizit nicht darum, einen hegemonialen Entrepreneurship-Diskurs zu reproduzieren, der Neugründungen zu alleinigen ‚Rettern‘ des Journalismus hochstilisiert. Es zeigt sich vielmehr, dass eher das Gegenteil der

Fall zu sein scheint. Die Befunde meiner Dissertation erhellen die beabsichtigten wie auch unbeabsichtigten Effekte von Neugründungen, die sowohl funktional als auch dysfunktional in der Erreichung normativ gewünschter Gesellschaftszustände – so der Herstellung einer medial vermittelten Öffentlichkeit – sein können. Deshalb kann die Dissertation Impulse für praktische Diskussionen in Medienwirtschaft, Medienpolitik und Medienregulierung sowie der Zivilgesellschaft im Allgemeinen liefern und zugleich helfen, diese Diskurse auf ein wissenschaftliches Fundament zu stellen. Diese Akteure sollen praktisch ‚Besitz ergreifen von Wissenschaft‘ – das korrespondiert auch mit dem emanzipatorischen Verständnis von Sozialwissenschaften nach Anthony Giddens, dessen Arbeiten für meine Dissertation einen wichtigen Ankerpunkt bilden.

3. Wie wird in Neugründungen Journalismus produziert?

Die Frage nach der Organisation von Journalismusproduktion in Neugründungen adressiert vor allem den ersten der genannten Problemkreise: seine Refinanzierungskrise. Wie arrangieren diese jungen Unternehmen, für die freilich dieselben Marktbedingungen gelten wie für etablierte Presseverlage, die kostspielige journalistische Arbeit?

Zum Verständnis trägt zunächst ein historisch-systematischer Rückblick bei, den ich in meiner Dissertation ausführlich entfalte: Demnach waren Presseverlage – schon aus Kostengründen – lange darauf bedacht, möglichst alle Aktivitäten der journalistischen Produktion im eigenen Hause zu bewerkstelligen; in der Betriebswirtschaftslehre sprach man von ‚vertikaler Integration‘. Die Redaktion bildete den archetypischen Ort, an dem abhängig beschäftigte Journalistinnen und Journalisten von Angesicht zu Angesicht in einem weithin geschützten Raum zusammenarbeiteten, Themen selektierten, recherchierten, redigierten, in diesem ar-

beitsteiligen Zusammenwirken journalistische Beiträge schufen und schließlich die gemeinsame Themenagenda eines Mediums gestalteten. Die Redaktion war die herausragende Produktions- und Organisationsinnovation des 19. Jahrhunderts, da ihre Etablierung überhaupt erst eine Abgrenzung vom wirtschaftlich-administrativen Verlagsbereich ermöglichte, eine Kontinuität von Aussagenproduktion garantierte und, in der Konsequenz, die journalistische Profession auf Dauer stellte. Aus den eingangs skizzierten Gründen kann diese Produktionsweise jedoch gegenwärtig – anders als zu Zeiten eines prosperierenden Zeitungsgeschäfts – kaum noch rentabel weiterbetrieben werden. Die Folgen sind Stellenabbau, Zusammenlegung oder Einstellung ganzer Medien und zahlreiche weitere Kostensenkungsprogramme im Journalismus.

Meine Dissertation zeigt, dass die Organisationsform der Redaktion unter heutigen Bedingungen überwiegend an Relevanz verliert. Damit Neugründungen eine refinanzierbare Journalismusproduktion bewerkstelligen können, erstellen Gründerinnen und Gründer weder selbstständig Inhalte, noch beschäftigen sie vorwiegend Journalistinnen und Journalisten in Festanstellung. Wesentliche Tätigkeiten, die vormals in der Redaktion erbracht wurden, vergeben sie vielmehr an freie Journalistinnen und Journalisten, die keine fest beschäftigten Mitarbeitenden mehr sind, sondern temporär und häufig nur anlassbezogen eingebunden werden. Nicht selten engagieren sich diese Unterstützerinnen und Unterstützer ehrenamtlich und somit aus anderen Motiven als typische Journalistinnen und Journalisten; etwa dann, wenn sie als Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger eigene Reputation durch die Mitarbeit an einem Medium schöpfen wollen. Die Beitragenden arbeiten dezentral von zahlreichen Standorten – auch dem Ausland – aus, über größere räumliche Distanzen hinweg und sind nicht über langfristige Verträge oder Marktbeziehungen an die Organisation gebunden. Journalismusprodukti-

on fußt dann fundamental auf der (Heim-)Arbeit Einzelner, welche vor allem im eigenen Besitz befindliche Produktionsmittel (z.B. Technologie wie Laptops oder Smartphones) verwenden. Diese Erkenntnis meiner Dissertation impliziert bereits, dass die aus Presseverlagen bekannten ‚Aufbaustrukturen‘ wie Redaktionen, Ressorts, Abteilungsdifferenzierungen und Hierarchien in dieser Form in den einbezogenen Fallstudien nicht fortgeschrieben werden. Deshalb findet journalistische Arbeit in Neugründungen auch nicht mehr in speziell eingerichteten physischen Redaktionsräumlichkeiten statt, die hier ohnehin nicht existieren oder nur zeitweise, etwa in Form von Co-Working-Spaces, angemietet werden. Seine Produktion wird – im deutlichen Kontrast zu Presseverlagen – gewissermaßen vertikal desintegriert, in erster Linie virtuell über digitale Medien organisiert. Eine solche Verlagerung nach außerhalb führt dazu, dass keine festen, sozialversicherungspflichtigen Anstellungsverhältnisse oder eine eigene physische Infrastruktur (etwa Schreibtisch- und Büroplätze, Meetingräume, spezifische Produktionsräume, Arbeitsmittel) vonnöten sind. Das macht Neugründungen zu schlankeren, kleinteiligeren und offeneren Organisationen und in der Folge – gegenüber etablierten Presseverlagen – bedeutend kostengünstiger und damit (eher) refinanzierbar. Die neue Produktionsweise erhöht zugleich ihre Flexibilität: Wie die Untersuchung der Neugründungen belegt, können sie sich wesentlich schneller auf veränderte, zunehmend komplexere Marktanforderungen einstellen als Redaktionen, die zumeist strukturell in der Logik ihrer Hauptproduktionstechnik – z. B. Druckmedien – und in den damit zusammenhängenden Produktionsrhythmen und Arbeitsweisen verbleiben. Eine Hauptthese meiner Arbeit lautet dann auch, dass die Refinanzierungsprobleme des Journalismus sowie die Dynamik und Unsicherheit digitaler Medien offenbar eine neue Produktionsweise erfordern, die vor allem auf kleinteiligeren Strukturen, freier Beschäftigung und temporärer Vernetzung

fußt.

Die beobachtete Entwicklung in Neugründungen deutet insgesamt auf eine Deindustrialisierung des Journalismus hin, die junge Unternehmen vorwegnehmen. Wie schon andere Branchen vor ihm, entwickelt sich der Journalismus, so ein zentraler Befund meiner Dissertation, zu einer netzwerkartigen, postindustriellen Ökonomie, die gegenwärtig unter dem Schlagwort ‚Digitales Ökosystem‘ diskutiert wird und welche auch US-amerikanische Marktplatzeangebote wie Uber oder Airbnb charakterisiert. Nicht mehr, wie noch in den 1990er Jahren, das globalisierte, hochgradig integrierte Medienkonglomerat – man denke an Bertelsmann, Time Warner oder Rupert Murdochs News Corp – gilt als der zentrale Ort der Journalismusproduktion; diese Organisationen haben ihre Mediengeschäftsfelder in den letzten Jahren massiv konsolidiert und im Journalismus desinvestiert. An Bedeutung gewinnt hingegen das interorganisationale Netzwerk als neue soziale Formation und als Grundlage eines modifizierten Produktionsmodus, wie er oben skizziert wurde. Dieser Produktionsmodus ist aus der Film- und Fernsehproduktion oder der Musikwirtschaft bekannt: Bei der Erstellung unterhaltender Medieninhalte hat er sich – mit Einschränkungen – über die Zeit bewährt, da er einzelnen Medienschaffenden größere Freiheiten und Unabhängigkeiten ermöglicht. Doch gilt das auch für den Journalismus?

Meine Dissertation verfolgte ursprünglich das Ziel, vor allem die Potenziale zu untersuchen, die durch neu gegründete Medienorganisationen entstehen: In der Tat belegen die empirischen Fallstudien, dass die untersuchten Gründerinnen und Gründer – ganz überwiegend unter wagnisreichen finanziellen Arbeits- wie Gründungsbedingungen bis hin zu Formen der Selbstaussbeutung – mit publizistischen Absichten starten. Sie verfolgen die Produktion qualitätvollen Journalismus unter bestehenden Professionsstandards, wie sie ihn in von Kostensenkungen gebeutelten Redaktionen immer seltener vorfinden. Die

einbezogenen Fälle fühlen sich mehrheitlich einem journalistischen Berufsselbstverständnis verpflichtet, wie es aus klassischen Verlagen bekannt ist. Per definitionem sind Neugründungen auch wirtschaftlich innovativ: Sie erschaffen einen neuen Produktionsmodus des Journalismus mit, der sich von Presseverlagen und Redaktionen unterscheidet.

Doch diese Innovationen sind trügerisch: Was für einzelne Unternehmen gut ist, muss nicht für den gesamten Markt oder die Gesellschaft förderlich sein. Offenbar entfliehen den Akteuren nach und nach ihre Intentionen. Wenn digitale Medien eine gewisse Zwangsläufigkeit der vernetzten Produktion in Gang gesetzt haben, der neue Produktionsmodus also Karriere macht – worauf schon der Vorbildcharakter marktgängiger Neuerungen hindeutet –, dann kann dies weit greifende negative Folgen für die Rolle des Journalismus in der Herstellung einer medial vermittelten Öffentlichkeit haben, wie ich im Folgenden zeige.

4. Wie verändert die neue Journalismusproduktion die Herstellung von Öffentlichkeit?

Unter dem eingangs skizzierten zweiten Problemkreis, der eine zunehmende Fragmentierung der Öffentlichkeit andeutet, scheint es dringend geboten, die publizistische Leistungsfähigkeit von Journalismus zu erfassen, der unter den Bedingungen eines neuen Produktionsmodus entsteht. Zwar trifft zu, dass jede Neugründung eine weitere Stimme im Medienspektrum bildet und so prinzipiell die kulturelle und politische Vielfalt der verbreiteten Berichterstattungen und Meinungen erhöht, was zugleich den Außenpluralismus und den Wettbewerb in einer demokratischen Medienordnung stärkt. Neue Organisationen und ihre Journalismusproduktion können deshalb die Pluralität an Sichtweisen in einem sich konsolidierenden Markt steigern. Welche Folgen hat aber die Auflösung der Redaktion als manifester Versammlungsort von Journalistin-

nen und Journalisten für die Herstellung von Öffentlichkeit?

Zunächst und zuvorderst deutet eine netzwerkartige Produktion von Journalismus auf das Ende seiner redaktionellen Kontinuität hin. Während Presseverlage grundsätzlich auf Dauerhaftigkeit angelegt sind, ist es dagegen völlig unklar, welche Stabilität vernetzte Produktion erreichen kann. Offenbar handelt es sich bei den in meiner Dissertation untersuchten Fällen nicht selten um allein temporäre Zusammenschlüsse, in denen sich Gründerinnen und Gründer sowie Beitragende über einen bestimmten Zeitraum ausprobieren, um sich anschließend wieder anderen Aufgaben zu widmen. Eine kontinuierliche tagesaktuelle Berichterstattung, die – wie Zeitungen – eine Synchronisationsfunktion der Öffentlichkeit erfüllen könnte, kann dann auch keine der von mir untersuchten Neugründungen innerhalb ihrer organisationalen Strukturen auf Dauer realisieren. Im Gegensatz zur seriellen Nachrichtenproduktion erinnern ihre journalistischen Produkte häufiger an Medien wie Filme, Bücher oder Computerspiele. Sie stellen jedes Mal neue Unikate dar, weisen Charakteristika eines ‚hit business‘ auf und erreichen demnach keineswegs mehr routinemäßig Leserschaften, die z.B. über Abonnements langfristig gebunden werden. Großprojekte wie die ‚Panama Papers‘, sogenannte ‚Single Subject Sites‘, die sich nur einem Thema widmen (z. B. Syria Deeply), aber auch journalistische Projektarbeiten, die im empirischen Material dokumentiert sind, fallen in diese Kategorie. Die publizistische Wirkungskraft der Neugründungen und ihre Fähigkeit, mit Journalismus gesellschaftliche Konsequenzen herbeizuführen, wird hierdurch deutlich begrenzt.

Mit der Entkoppelung journalistischer Produktion von physischen Orten gerät nicht nur seine serielle Produktion unter Druck. Auch die zeitliche Synchronität (Gleichzeitigkeit) von Zusammenarbeit in der Redaktion sowie die dahinterstehende organisationale Idee eines in Face-to-Face-Kommunikation gegründeten, re-

daktionellen Zusammenwirkens, das sich gegenseitig befruchtet, aber auch kontrolliert, wird zur Disposition gestellt. So überschauen bezeichnenderweise nicht einmal mehr die Gründerinnen und Gründer vollumfänglich, wie viele Personen eigentlich exakt an der Journalismusproduktion teilhaben: In manchen vernetzten Produktionszusammenhängen ist die Mitarbeiterstruktur zu komplex geworden. Diese neue Offenheit für organisationexterne Medienschaffende erhöht einerseits die Pluralität von Journalismusproduktion im Vergleich zu Presseverlagen enorm. Andererseits wirft sie jedoch zu Recht die Frage auf, inwieweit Neugründungen noch überprüfen können, mit welchen Zielen und Motiven Beitragende eigentlich an der Produktion mitwirken. Wenn die Organisation von Journalismusproduktion nicht mehr allein im Handlungsradius des Managements liegt, sinken zwar die Produktionskosten, erhöhen sich gleichzeitig aber auch die Kontrollkosten. Wird keine ausreichende Kontrolle sichergestellt, öffnet das Tür und Tor für Public Relations, für strategische Kommunikation und Propaganda. So erhalten mitunter diejenigen Skeptiker zusätzliche Argumente an die Hand, die die eingangs angesprochenen Vorwürfe einer ‚Lügenpresse‘ artikulieren.

Da in Neugründungen häufig keine spezifischen Abteilungen und auch keine getrennten Räumlichkeiten mehr vorhanden sind – Gründerinnen und Gründer arbeiten generell in allen Bereichen mit –, ist eine Vermengung von Tätigkeiten des Journalistischen und des Managements nicht auszuschließen. Presseverlage waren hier zumeist anders strukturiert: Journalismusforscher sprachen von einer ‚Chinesischen Mauer‘ zwischen Verlag und Redaktion, welche allerdings in den letzten Jahren zunehmend löchriger wurde. Die Situation in jungen Organisationen führt nun insbesondere ihre Gründerinnen und Gründer in eine komplexe Doppelrolle, in welcher diese traditionell eigentlich unvereinbaren Aufgaben – die Moderation journalistischer wie auch wirtschaftlicher Prozesse – parallel über-

nommen werden. Noch dazu geraten diese Aufgaben in Konkurrenz um Zeit, Aufmerksamkeit und andere Ressourcen zueinander. So gewinnen womöglich alte Abhängigkeitsverhältnisse von Kapital und Investitionen, die durch die Ausdifferenzierung der Redaktion weitgehend überwunden oder zumindest eingedämmt schienen, an neuer Relevanz. Sie besitzen zunehmend wieder das Potenzial, eine unabhängige und autonome Journalismusproduktion zu unterminieren.

Nicht zuletzt entstehen durch vernetzte Produktion atypische Arbeitsverhältnisse, wie die Diskussionen um Uber und Airbnb als Leuchttürme der sogenannten ‚Sharing Economy‘ gezeigt haben. Weder dauerhafte Einnahmen, die Sicherheit von Arbeitsplätzen noch eine annehmbare Arbeitszeit sind in den neuen Formationen garantiert. Auch diejenigen Journalistinnen und Journalisten, die freiwillig und ehrenamtlich an Journalismusproduktion teilhaben, sind auf ökonomische Ressourcen für ihre Lebensführung angewiesen, die sie in der Zusammenarbeit mit Neugründungen bislang kaum erwerben können. Journalismus degeneriert dann mitunter zu einer Nebenberufstätigkeit, die man sich leisten kann, weil man in Vollzeit in anderen, durchfinanzierten oder renditestarken Branchen und sicheren Anstellungsverhältnissen beschäftigt ist. Dies zieht zudem die journalistische Unabhängigkeit in Zweifel. Ferner kann vernetzte Produktion maßgebliche Kosten- und Risikofaktoren, die immer schon mit dem journalistischen Handwerk verbunden waren und in Redaktionen typischerweise durch die Verlagsstruktur abgedeckt wurden, auf die externen Medienschaffenden selbst verschieben. So können die betrachteten Organisationen ihren Journalistinnen und Journalisten z.B. ganz überwiegend keine rechtliche Unterstützung bei juristischen Auseinandersetzungen gewähren. Für anwaltliche Beratung und Vertretung steht in Neugründungen kaum ein Budget zur Verfügung. In anderen Medienbranchen wie Musikwirtschaft oder Filmproduktion, in denen sich vernetzte Produktion bewährt hat,

ist das vernachlässigbar – im Journalismus erschüttert es die Grundfesten.

Die Befunde zeigen, dass die optimistische Ausgangsüberlegung der Dissertation in Zweifel gezogen werden muss: Neugründungen kompensieren die Refinanzierungskrise des Journalismus nicht, wie auf Grundlage organisationstheoretischer Annahmen erwartet wurde, mit der Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle und Arbeitsstrukturen, sondern – zugespitzt gesagt – durch eine nicht beabsichtigte Tendenz zur Prekarisierung individueller Journalismusproduktion. Unintendierte Effekte sollten wir den Gründerinnen und Gründern keineswegs individuell anlasten: Die verbundenen Dysfunktionalitäten müssen aber offengelegt und problematisiert werden, um sie schließlich verändern zu können.

Dieses Zukunftsszenario, das Neugründungen für den Journalismus im Ganzen vorwegnehmen, muss mit großer Skepsis betrachtet werden, wenn die Rolle des Journalismus in der Herstellung von Öffentlichkeit weiterhin als relevant angesehen wird. Im folgenden Abschnitt befasse ich mich daher mit möglichen Lösungen, die meine Dissertation entwickelt – sowohl in der Unterstützung von Neugründungen, die ja durchaus gangbare Potenziale andeuten, als auch in der zukünftigen gesellschaftlichen Bereitstellung von Journalismus im Allgemeinen.

5. Ein Fazit und vier Thesen: Wie kann Journalismus auf Dauer gestaltet werden?

Bildet die Untersuchung journalistischer Produktionsstrukturen nicht im Kern eine akademische Aufgabe, die allein Fachkolleginnen und Fachkollegen umtreiben dürfte? Vor dem Hintergrund meiner Dissertation bin ich überzeugt, dass das Gegenteil der Fall ist: Wenn mit professionell erstelltem Journalismus gesellschaftliche Funktionen von herausragender Bedeutung verbunden sind, dann sollte uns seine Transformation, wie sie derzeit von Neugründungen betrieben

wird, vor allem deshalb interessieren, weil sie die Funktionsfähigkeit einer bereits unter Druck geratenen gesellschaftlichen Infrastruktur weitergehend in Zweifel zieht.

Dies war anfangs anders vermutet worden: Neugründungen starten, so belegt meine Dissertation, zwar mit guten Absichten und Zielen. Sie tragen zu einer vielfältigeren und dezentraleren Journalismuslandschaft in Deutschland bei, welche auch demokratietheoretisch wünschenswert ist. Gleichwohl zeigt meine Analyse, dass die gegenwärtigen finanziellen, marktlichen und medialen Rahmenbedingungen, denen Neugründungen unterliegen, ihre Potenziale unterminieren und vielmehr solche Handlungsfolgen erzeugen, die die Herstellung einer medial vermittelten Öffentlichkeit zusätzlich gefährden. Wenn die hier erforschte Entwicklung Vorbildcharakter auch für etablierte Medienunternehmen entfaltet – worauf ihre Marktgängigkeit hindeutet –, dann erwachsen dadurch weitergehende Probleme für die Zukunft des Journalismus. Was also tun, um Fehlentwicklungen einer netzwerkartigen, postindustriellen Produktionsform des Journalismus entgegenzuwirken? Vor dem Hintergrund meiner Forschung formuliere ich im Folgenden vier Thesen, die Medienpolitik (Bundes- und vor allem Landespolitik, Medienbeauftragte der Parteien), Medienregulierung (Landesmedienanstalten, Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich KEK, Presserat), Medienwirtschaft (etablierte Presseverlage, Rundfunksender, Neugründungen) und zivilgesellschaftliche Akteure (Stiftungen, NGOs, Bürgerbewegungen) in praktischen Diskussionen aufgreifen und – so möchte ich vorschlagen – als Ziele formulieren sollten. Zur Erreichung dieser Ziele gebe ich den Akteuren jeweils mögliche Maßnahmen an die Hand.

(1) »Wir benötigen Kontinuität in der Journalismusproduktion«

Öffentlichkeit bedarf der kontinuierlichen, anhaltenden und hartnäckigen Berichterstattung über jene Themen, die sie betreffen und umtreiben (sollten). Zeitungen und Zeitschriften und die Nachrichtensendungen des Rundfunks strukturierten das tägliche Informationsverhalten der Bürgerinnen und Bürger bzw. erzeugten die politisch wirkmächtige Fiktion einer thematisch synchronisierten – d.h. über dieselben Themen informierten – Öffentlichkeit, der gegenüber Politikerinnen und Politiker sich zur Rechenschaft verpflichtet sahen. Neugründungen als größtenteils Nischenanbieter können diese Funktion bislang kaum übernehmen. Die Konsequenz daraus kann allerdings nicht sein, klassische Redaktionsstrukturen unverändert in eine offensichtlich veränderte Markt- und Medienumgebung kopieren zu wollen. Meine Dissertation legt nahe, dass die Zeit der Redaktion als maßgeblicher Versammlungsort von Journalistinnen und Journalisten vorüber ist. Umso mehr sollte es aber unser Ziel sein, die redaktionellen Praktiken und Prozesse, die sich in diesen Umgebungen etabliert und bewährt haben, in die digitale Welt zu übertragen.

Noch dazu vorverweist die Entstehung eines vernetzten Produktionsmodus offenbar auf eine nunmehr nur noch temporäre Organisation der Journalismusproduktion. Mit volatilen Mitarbeiterstrukturen kann vielleicht eine Online-Enzyklopädie wie Wikipedia realisiert werden, aber offensichtlich unter den heutigen Bedingungen keine tagesaktuelle, serielle Berichterstattung auf Dauer sichergestellt werden.

Wenn diese Netzwerke eine höhere Kontinuität erreichen sollen, können sogenannte ‚Netzwerkorganisatoren‘ – das impliziert meine Dissertation – von Nutzen sein. Diese Organisationen, deren Entstehung derzeit vor allem in der Musikwirtschaft beobachtet

wird⁶, verfolgen das Ziel, Netzwerke zu stabilisieren und zu professionalisieren: Sie institutionalisieren die Verknüpfungen zwischen den kleinteiligen Organisationen und Einzelakteuren, organisieren Unterstützung für die Netzwerkmitglieder und vertreten außerdem deren Interessen gegenüber Politik und Verwaltung. Im Journalismus ist bislang nicht absehbar, ob und aus welcher Richtung Netzwerkorganisationen entstehen werden. Fallbeispiele aus den USA unterbreiten allerdings einige Anhaltspunkte für die Medienpolitik der Länder, die prüfen sollte, inwiefern Ansiedlungspolitik für solche Cluster an regionalen Standorten wie Berlin, Hamburg, München, die sich in meiner Dissertation einmal mehr als wesentliche Gründungsstätten gezeigt haben, zielführend sein können.

(2) »Wir brauchen dauerhafte und geregelte Beschäftigungsverhältnisse«

Atypische Arbeitsverhältnisse beschädigen den Journalismus. Sie schaden nicht nur einzelnen Journalistinnen und Journalisten, die kaum mehr die Chance haben, von ihrem Handwerk auskömmlich zu leben, ohne nebenbei in der PR oder anderen strategischen Kommunikationsformen arbeiten zu müssen. Sie schaden aber auch dem Journalismus als Profession, der für die besten Absolventinnen und Absolventen als Betätigungsfeld zunehmend unattraktiver wird. Im ‚war for talent‘ – also im Kampf um die besten Nachwuchskräfte – versprach der Beruf zwar noch nie die höchsten Einstiegsgehälter. Diese Akteure im Journalismus zu halten, sie nicht an interessengesteuerte Kommunikationsformen zu ‚verlieren‘, wird aber gegenwärtig noch deutlich schwieriger.

Jüngste Diskussionen finden derzeit in Österreich statt, wo eine »plattformunabhängige«

6 Paulus, Aljoscha & Winter, Carsten (2014). Musiker als Media-Artepreneure? Digitale Netzwerkmedien als Produktionsmittel und neue Wertschöpfungsprozesse. In U. Breitenborn, T. Düllo & S. Birke (Hrsg.), *Gravitationsfeld Pop* (S. 133-142). Bielefeld: Transcript.

Förderung von Medien angedacht ist: »Als denkbare Maßzahl scheint dafür die Anzahl von Journalistinnen und Journalisten relevant, die ein Medienunternehmen zu fairen Bedingungen beschäftigt«, wie Thomas Drozda, österreichischer Bundesminister für Medien, vorschlägt.⁷ Auf Grundlage meiner Dissertation möchte ich zur Diskussion stellen, ob eine Anschubfinanzierung für Neugründungen an die Zahl sozialversicherungspflichtiger journalistischer Jobs, die diese schaffen, geknüpft werden könnte. Die Ergebnisse meiner Forschung legen nahe, dass dadurch positive Effekte erzielt werden können.

(3) »Wir benötigen Neugründungen als Experimentierräume für Journalismus«

Wenn wir uns zukünftig nicht allein auf ein zunehmend konsolidiertes Pressewesen und einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk verlassen wollen, dann benötigen wir neu gegründete Medienunternehmen als Triebfedern in der Neuerfindung des Journalismus. Davon bin ich auch nach Abschluss meiner Dissertation und in Anbetracht ihrer dysfunktionalen Effekte, die es zu vermeiden gilt, überzeugt. Neugründungen können – bedeutend einfacher als etablierte Medienanbieter – Geschäftsmodelle und Organisationsformen erproben. Der ökonomische Wettbewerb als Auswahl- und Entdeckungsverfahren gibt sodann Auskunft über die Marktpassung dieser Modelle. Bislang gelingt das Neugründungen in Deutschland – und das unterscheidet sie vom US-amerikanischen Markt – noch kaum. Insbesondere mangelt es an einer soliden finanziellen Anschubfinanzierung, auf deren Grundlage diese Experimente sozialverträglich abgebildet werden könnten.

Denkbar wären steuerliche Anreize bzw. Vorteile für privatwirtschaftliche Investoren,

etwa Risikokapitalinvestoren oder strategische Partner (Corporate Venture Capital), wie sie bereits in der generellen Wirtschaftsförderungsdiskussion um Digitalisierung und Gründertum in Deutschland gefordert werden. Solche Förderprogramme könnten speziell für den Medienbereich aufgesetzt werden, sollten dabei aber weiter gehende Forderungen an die Investoren stellen – vor allem eine nachhaltige, qualitätsvolle Produktion von Journalismus – und könnten sich in der Entwicklung von spezifischen Kriterien auf Befunde dieser Arbeit und erste rechtliche Überlegungen der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz⁸ beziehen. Schließlich wäre zu prüfen, ob öffentlich-rechtliche Rundfunkbeiträge für eine risikofreiere Startfinanzierung der Neugründungen verwendet werden könnten. Dies ist bereits mittelbar der Fall, wenn die Landesmedienanstalt in Bayern (BLM) mit dem media.lab einen journalistischen »Ideen-Inkubator« initiiert.

(4) »Wir müssen gesellschaftliche Teilöffentlichkeiten reintegrieren«

Es wurde bereits gesagt, dass das Zeitalter der Massenmedien einem Ende entgegengeht. Das bedeutet auch, dass die Integrationsleistung dieser Medien zunehmend verloren geht. Wie kann es in digitalen Medien dennoch gelingen, eine Reintegration der zahlreichen fragmentierten Begegnungsräume sicherzustellen, um erneut eine wirkmächtige Diskursarena für politische und gesellschaftliche Prozesse zu schaffen? Eine alleinige Antwort oder einen ‚one best way‘ kann meine Dissertation nicht aufzeigen. Nur eins scheint klar: Ohne einen funktionsfähigen Journalismus wird dies jedenfalls kaum gelingen können.

Vor allem deshalb beobachte ich die öf-

⁷ Bundeskanzleramt Österreich (Hrsg.) (2016). *Bundesminister Drozda: »Algorithmen machen keine Zeitung«*. Medienquete diskutiert neue Modelle der Medienförderung. <http://www.kunstkultur.bka.gv.at/site/7983/default.aspx>

⁸ Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz (Hrsg.) (2016). Bericht Juni 2016. Verfügbar unter: https://www.rlp.de/fileadmin/rlp-stk/pdf-Dateien/Medienpolitik/2016-06-01_-01-_Bericht_BLMK_pol_Steuerungsgruppe_FINAL_bf.pdf

fentliche Debatte um den Journalismus, wie sie derzeit in Deutschland geführt wird, mit einiger Skepsis: Während die Einführung des Privatrundfunks in den 1980er Jahren noch von gesellschaftlichen Kontroversen und einer umfassenden Streitkultur begleitet wurde, sind solche Diskussionen heute kaum zu vernehmen. Die momentane Transformation nicht nur eines Mediums, sondern des gesamten Journalismus wird gesellschaftlich offenbar nicht einmal hinrei-

chend beobachtet. Dies steht im deutlichen Kontrast zu dem vielfach geäußerten Standpunkt, dass der gegenwärtige Medienwandel die wahrscheinlich bedeutsamste Phase der Medienentwicklung seit dem Buchdruck bildet. Mit meiner Dissertation habe ich hierfür Orientierungswissen und Lösungsansätze für gesellschaftliche Debatten bereitgestellt. Die Dissertation steht zugleich aber auch als ein Plädoyer, diesen Weg dringend zu beschreiten.