

Buch, Presse und andere Druckmedien

Christopher Buschow: Die Neuordnung des Journalismus: Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen

Wiesbaden: Springer VS 2018, 447 S., ISBN 9783658188719, EUR 59,99

(Zugl. Dissertation an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, 2016)

Selten trifft eine Dissertation mitten in den Kern einer aktuell intensiv geführten Branchen-Diskussion, doch Christopher Buschow gelingt mit dem vorliegenden Band genau das. In der deutschen und vor allem internationalen Diskussion um die Zukunft des Journalismus und der journalistisch orientierten Medien könnte man geradezu von einem Hype um Startups und andere unternehmerisch orientierte Neugründungen sprechen. Dieser Trend hat einerseits mit den wirtschaftlichen und häufig auch inhaltlichen Problemen vieler Nachrichtenmedien aus der analogen Ära zu tun. Qualifizierte Journalist_innen suchen folglich nach alternativen Möglichkeiten, ihren Beruf auszuüben. Gleichzeitig gewinnt das ‚Denken‘ des Silicon Valley zunehmend an Traktion im Journalismus: Google und Facebook sowie Geldgeber wie die Knight Foundation oder in Deutschland die Schöpflin-Stiftung unterstützen journalistische Projekte mit Millionenbeträgen – und zwar überwiegend solche, die sich dem Startup-Prinzip verschrieben haben, also auf technologische Innovation und/oder schnelles Wachstum setzen. Die Tren-

nung zwischen journalistischer Arbeit, der dafür notwendigen technischen Infrastruktur und dem wirtschaftlichen Handeln, das sie ermöglicht, wird dabei zunehmend aufgehoben; Journalismus selbst wandelt sich zum (bisläng häufig prekären) Geschäftsmodell.

Buschows innovative Studie basiert auf 15, in einem mehrstufigen Verfahren ausgewählten Neugründungen aus den Jahren 2009 bis 2015 (vgl. S.212-214), die eine repräsentative Bandbreite abbilden sollen und bei denen es sich jeweils um gemeinnützige oder kommerzielle Organisationen handelt. Selbständige freiberufliche Journalist_innen zählen mithin nicht zur Stichprobe. Allen Untersuchungsobjekten ist gemein, dass die Produktion journalistischer Inhalte ihren wesentlichen Zweck ausmacht (vgl. S.168f.). Als Informationsquellen nutzt der Autor publizierte Eigendarstellungen und vorhandene Medienberichterstattung über die Organisationen, führt vor allem aber strukturierte Interviews mit den Gründer_innen.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Kontrast zwischen der Realität journalistischer Neugründungen in Deutschland

und der Startup-Kultur US-amerikanischer Ausprägung kaum größer sein könnte: „Individuelle Profitmaximierung [ist] kaum je ein zentrales Motiv, aus dem heraus sich Gründer heute im Journalismus engagieren“ (S.248). Vielmehr wollen sich die Initiator_innen von den wahrgenommenen Defiziten der Branche – Zeitmangel, thematische und stilistische Einschränkungen, kommerzielle Diktate – befreien, eigene Ideen verwirklichen und Lücken im inhaltlichen Angebot schließen (vgl. S.259-263). Zugespißt formuliert sind also Idealismus und die Liebe zum journalistischen Beruf die entscheidenden Motivationsfaktoren. Geldverdienen wird lediglich als notwendige Bedingung zur Verwirklichung der Ideale aufgefasst.

Allerdings belasten laut Buschows Diagnose genau diese Voraussetzungen die daraus entstehenden Organisationen. Journalist_innen, die sich aus Enthusiasmus oder auch Notwendigkeit als Gründer_innen engagieren, müssen erkennen, dass ein Großteil ihrer Zeit ausgerechnet von nicht-journalistischen Pflichten verbraucht wird, mit deren Natur und Anforderungen sie nicht vertraut sind: vom Auftreiben und der Aufrechterhaltung einer Finanzierung bis hin zu bürokratischen Anforderungen, Marketing und alltäglichem Management. „Gründen“, so Buschow, „ist ein Prozess, den – einmal angestoßen – die involvierten Akteure kaum je mehr vollständig kontrollieren können“ (S.297). Die Flucht aus entfremdeten Arbeits- und Produktionsverhältnissen gerät auf diese Weise unverhofft zu einer neuen Form der

Entfremdung – ein Phänomen, das freilich keineswegs auf Journalismus-Neugründungen beschränkt ist.

Ein Teil der unerwarteten Belastungen und praktischen Komplikationen ist jedoch auch selbstaufgelegt. Viele der untersuchten Neugründungen bedienen sich bewusst alternativer Methoden, von der räumlich verteilten Arbeit im Kolleg_innen-Netzwerk bis hin zu verschiedenen Modellen einer Einbindung des Publikums in den journalistischen Prozess. Interessant ist auch, dass sich noch kein klar definiertes Erlösmodell herauskristallisiert hat; im Gegenteil experimentieren die meisten untersuchten Organisationen mit verschiedenen potenziellen Einnahmequellen (vgl. S.313f.). Durchschlagende Erfolge lassen jedoch auf sich warten (vgl. S.320ff.).

Buschow verortet seine Arbeit methodologisch in der Sozialwissenschaft und entscheidet sich für einen praxistheoretischen Ansatz (d.h. Beschreibung des Feldes anhand seiner konstituierenden sozialen Praktiken und Prozesse), den er allerdings um Elemente aus den Medien- und Kommunikationswissenschaften erweitert. Zur Begründung führt er an, dass diese Herangehensweise besonders gut für ein sich dynamisch entwickelndes System wie den Journalismus geeignet sei (vgl. S.94). Angesichts des recht umfangreichen Theorieteils und der durchaus aufwendigen Adaption der Praxistheorie auf den Untersuchungsgegenstand stellt sich hier die Frage, ob vielleicht ein wirtschaftswissenschaftlicher Ansatz nähergelegen hätte. Was Buschow durch die Linse miteinander

verknüpfter sozialer Praktiken betrachtet, bezeichnen Ökonom_innen als Elemente des Wertschöpfungsprozesses. Mit diesem Instrumentarium wäre gerade die Kategorie ‚Unternehmen‘, um die es hier im Kern geht, analytisch effizient zu fassen gewesen. Doch interessiert sich der Autor besonders für Motivationen und soziale Zusammenhänge, die in der Wirtschaftswissenschaft allzu leicht übersehen werden.

In seiner Rolle als neutraler Wissenschaftler weist Buschow es von sich, mit seiner Studie politische oder praktische Empfehlungen für Journalismus-Neugründungen geben zu wollen (vgl. S.28f.), doch gerade darin liegt in der aktuellen Debatte der besondere Wert dieses Buchs. Denn der Band bietet einen umfangreichen Fundus an Anknüpfungspunkten sowohl für jene, die sich in dem neuen journalis-

tischen Ökosystem engagieren wollen, als auch für die weitere Forschung. Als erste und bisher einzige systematische Bestandsaufnahme des Themas bietet er trotz der relativ kleinen Stichprobe ausgesprochen reichhaltige und wohl-reflektierte Fakten. Dies gilt sowohl auf der Detailebene – allen prospektiven Gründer_innen sei die Lektüre dringend empfohlen –, als auch auf der Makroebene.

Das Buch macht Hoffnung, dass Qualitätsjournalismus in Deutschland auch weiterhin nicht in erster Linie eine kommerzielle, sondern eine aufklärerische Aktivität bleiben kann – sofern es ihm gelingt, seine finanzielle Basis zu sichern. Die Rahmenbedingungen und möglichen Fallstricke dürfen hiermit als bekannt vorausgesetzt werden.

Eric Karstens (Krefeld)