

FACTSHEET

DIE INNOVATIONSLANDSCHAFT DES JOURNALISMUS IN DEUTSCHLAND

Projektziel:

Der Journalismus steht in Deutschland und weltweit vor verschiedenen Herausforderungen, von technologischem Veränderungsdruck über ökonomische Fragen bis zu einer von Teilen der Gesellschaft empfundenen Legitimitätskrise. Vor diesem Hintergrund untersucht das vorliegende Gutachten den Themenkomplex der journalistischen Innovation, mit der diesen Problemen begegnet werden kann.

Dazu beschreibt es Bedingungen und Schlüsselakteure des Innovationssystems, zeigt Probleme und Barrieren für Innovation auf und stellt die derzeitigen Instrumente der Innovationsförderung vor. Am Ende geben die Autoren evidenzbasierte Handlungsempfehlungen und Vorschläge für eine zukunftsgerichtete Innovationspolitik im deutschen Journalismus.

Adressaten der Ergebnisse:

Die Darstellung des Innovationssystems und die Benennung der aktuell vorherrschenden Probleme und Barrieren sollen zur öffentlichen Diskussion beitragen, die resultierenden Handlungsempfehlungen richten sich vor allem an institutionelle und politische Akteure.

Außerdem kann das Gutachten auch Teilnehmern in der Medienpraxis (etwa Entscheidungsträger in Medienhäusern oder Start-ups) Argumente oder Handlungsanreize bieten.

Beteiligte:

- Wissenschaftliche Leitung:
Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow,
Bauhaus-Universität Weimar
Prof. Dr. Christian-Mathias Wellbrock,
Universität zu Köln
- Herausgeber: Landesanstalt für Medien NRW

Ergebnisse:

I. Kerneergebnisse zu Barrieren und Instrumenten

1. Institutionelle Barrieren für Innovation

- Zu wenig Vermittlung von Innovations- und Gründungskompetenzen in der Ausbildung
- Geringe Institutionalisierung des Wissenstransfers
Forschung => Medienpraxis
- Kleiner Innovatoren-Pool durch Prekarisierung des Berufs
und Kampf um Nachwuchs
- Unzureichende Anschubfinanzierung
- Veränderungsskeptische Berufskultur
- Strenge rechtlich-administrative Vorgaben

2. Innovations-Barrieren bei Schlüsselakteuren

- Etablierte Verlage zeigen unterentwickelte Innovationsaktivitäten
- Öffentlich-rechtlicher Rundfunk bleibt bei Innovationen auf die Produktebene beschränkt und unterliegt rechtlichen Vorgaben
- Neugründungen werden durch interne Probleme und Marktschwierigkeiten blockiert
- Einzelne Medienschaffende weisen geringe unternehmerische Intention auf
- Netzwerke leiden an unternehmenskulturellen und wettbewerbsrechtlichen Barrieren

3. Aussichtsreiche Instrumente und Maßnahmen

- Direkte finanzielle Förderung mit Zuschüssen und Darlehen per wettbewerblicher Vergabe
- Indirekte finanzielle Hilfe für Gründer und Unternehmen durch Steuernachlässe
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen rund um Entwicklung und Kommerzialisierung
- Institutionalisierung von Netzwerken (besonders in Bereichen Wissenschaft, Technologie und Finanzierung)
- Weitere Maßnahmen: Standortmarketing, Erhebung und Analyse von Branchendaten, Durchführung von Stakeholder-Dialogen

FACTSHEET

DIE INNOVATIONSLANDSCHAFT DES JOURNALISMUS IN DEUTSCHLAND

II. Handlungsempfehlungen

1. Direkt unterstützen

Budgets für direkte finanzielle Unterstützung aufstocken. Bundesweite Programme etablieren, die sowohl Innovationsaktivitäten bestehender Medienhäuser als auch Neugründungen fördern.

2. Wissen vermitteln

Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen (auch in puncto Gründung) systematisch weiterentwickeln und intensivieren, ggfs. mit finanzieller Unterstützung koppeln.

3. Diversität fördern

Personelle Vielfalt (Geschlecht, soziale Schicht, ethnischer Hintergrund, etc.) in journalistischen Organisationen stärken, um so innovative Marktchancen und neue Publikumsschichten zu erschließen.

4. Kooperationen stärken

Zusammenarbeit zwischen Schlüsselakteuren (sowie dem Wissenschaftsbetrieb) auch mit Hilfe finanzieller Anreize vorantreiben.

5. Netzwerke aufbauen

Organisationsinnovationen (wie etwa Wertschöpfungsverbände oder Recherchenetzwerke) fördern, z.B. durch gezielte Ausschreibungen.