

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

12. April 2017

Noch sind die meisten Medien unsicher, wie sie im Internet Geld verdienen können. Experimentiert wird viel. Wie aussichtsreich ist das Modell, auf das du setzt?

»Information will frei sein.« Diesen Satz beschrieb die ZEIT 2013 ^{#1} als Glaubensbekenntnis, als Mantra des Silicon Valley. Dorthin hatte es zu dieser Zeit auch den damaligen Bild-Chefredakteur Kai Diekmann verschlagen, der unter der Sonne der großen Digital-Gurus Visionen erarbeiten wollte, wie aus der Boulevardzeitung ein zeitgemäßes Produkt werden kann. Braun gebrannt auf der Terrasse im Silicon Valley muss jedoch auch Diekmann eingestehen: »Wenn keiner mehr bezahlt für Journalismus, dann ist Schluss mit Journalismus.« Wie können sich Medien heute finanzieren, wenn sie nicht mehr Hüter, sondern Kurator der freien Information sind?

Früher konnten Medien weitestgehend bestimmen, welche Informationen frei verfügbar waren. Journalisten galten als »Gatekeeper«, also Torwächter, die entscheiden, was reinkommt und was draußen bleibt. Heute sind Journalisten eher »Gatewatcher«, sie beobachten, wer durchs Tor geht, und bieten Lesern, Hörern und Zuschauern ihre Zusammenfassung und Einordnung an. Klar, dass an diesem

Informationstor möglichst unbestechliche Sicherheitsleute positioniert sein sollten. Dafür brauchen sie eine fachliche Ausbildung und vor allem eines: Zeit.

Mit anderen Worten: Es ist an der Zeit, zu fragen, wie Journalismus finanziert werden kann und soll.

Wie das Internet ein Geschäftsmodell sprengte

Als Mitte der 1990er-Jahre in immer mehr Privathaushalten die Modems zu fiepen begannen, erkannten die Verlage: ^{*1} Hier sitzen potenzielle Kunden, die wir über das Internet dazu bewegen können, unser Produkt zu kaufen. Sie stellten ihre Inhalte ins Netz, weil sie sich sicher waren: Wenn jemand für 20 Pfennig sein Modem 10 Minuten dudeln lässt, um einen Artikel auf seinen flimmernden Röhrenmonitor zu laden, wird er schnell zum bequemeren gedruckten Produkt umsteigen. Aber die kostenlosen Internet-Artikel wurden immer mehr und die Leitungen immer schneller. Im Internet gab's Gratis-Nachrichten an jeder Ecke – die Büchse der Pandora ^{*2} war geöffnet. Nach wie vor erzielen deutsche Zeitungsverlage ^{#2} nur 6% ihrer Erlöse ^{*3} online, das hat der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) ^{*4} ermittelt. Zum Vergleich: Der internationale Digital-Vorreiter New York Times macht 22% des Umsatzes im Digitalgeschäft. ^{#3}

Dass dieser Anteil überhaupt auf 6% angestiegen ist, liegt an mehr als 1 Million e-Paper-Abonnenten ^{#4} und den Anstrengungen der Mehrzahl der Verlage, Inhalte hinter Paywalls zu verbergen. ^{*5} Der Markt ist brutal; Redaktionen werden zusammengelegt oder eingestampft, Mitarbeiter entlassen, mitunter arbeiten freie Autoren unterm Mindestlohn. ^{*6} Mancher sieht bereits die Pressefreiheit in Gefahr. ^{#5}

Frage: Sollten wir also versuchen, Journalismus vor den Fängen des Kapitalismus zu schützen?

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

Öffentlich-rechtlich, praktisch, gut?

»Ich habe den freien Markt fürs Erste aufgegeben«, sagt Marcus von Jordan. Der Gründer des Portals Piqd ^{*7} und Geschäftsführer der August Schwingenstein Stiftung ^{*6} sieht stattdessen im öffentlich-rechtlichen Modell eine große Chance für unabhängigen Journalismus. Mitunter als »Zwangsabgabe« verschrien, handelt es sich um ein Konstrukt unabhängiger Medienfinanzierung, bei der eine Behörde (»Beitragservice«) jeden Haushalt zur Kasse bittet und eine Kommission (»KEF«) festlegt, welche Anstalt aus diesem Topf wie viel Geld bekommen soll. In Deutschland sind die Rundfunkanstalten ARD, ZDF und Deutschlandradio öffentlich-rechtlich. ^{*8} Eine Einflussnahme der Geldgeber, aber insbesondere auch der Politik, ist bei diesem solidarischen Modell ziemlich schwierig.

Bei der Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Medien handelt es sich nicht um direkte Staatsfinanzierung, wie es bei der Deutschen Welle ^{*9} der Fall ist. Genau diese Verwechslung ist in der vergangenen Woche dem BDZV-Präsidenten Mathias Döpfner unterlaufen, als er der F.A.Z. sagte, ^{*7} wir seien »auf dem Weg in eine öffentlich-rechtliche Presse. Wir sind auf dem Weg zur Staatspresse, was nicht gesund für die Demokratie ist.« Die privatwirtschaftlichen Zeitungsverlage fürchten die Konkurrenz öffentlich-rechtlich finanzierter Nachrichtenportale wie tagesschau.de, heute.de und dlf24.de.

Nun stehen die Anstalten nicht gerade im Ruf, die Gebühren, die im Jahr 2015 stolze 8,1 Milliarden Euro ^{*8} eingebracht haben, besonders effizient einzusetzen. Marcus von Jordan will deshalb eine radikale Debatte anstoßen, wie der Begriff »öffentlich-rechtlich« einen neuen Sinn im Digitalen finden könnte:

»Eine relativ offensichtliche Idee wäre, dass das Öffentlich-Rechtliche aufhört, seine 8 Milliarden Euro nur nach innen zu investieren, sondern nach und nach agiler nach außen. Das heißt nicht, dass sie gar nichts mehr selbst investieren sollen, sondern die neuen Dinge, die sie anfangen, dezentral zu investieren.« –

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

Marcus von Jordan

Das passiert derzeit beim neuen gemeinsamen Jugendkanal von ARD und ZDF, Funk. Dabei profitieren vor allem kleine, freie Akteure, die auf Honorarbasis Inhalte liefern, vom üppigen Etat. »Funk«, sagt Jordan, »schafft nicht neue, unagile Strukturen, sondern versucht, agil zu bleiben.«

Für neue Formate hat Marcus von Jordan eine eigene Idee: Seit der Umstellung des Gebührenmodells ^{#10} liegen etwa 1,6 Milliarden Euro ^{#9} auf einem Sperrkonto, über deren Verwendung noch nicht entschieden ist. »Sagen wir, man würde die Hälfte dieses Sperrkontos in eine Stiftung tun. Dann könnte man allein von den Zinsen, ohne Kapital abzubauen, wahrscheinlich alle relevanten Neumедien in Deutschland finanzieren. ^{#10} Da ist ein Kapital, das lang haltbar wäre, ohne anderswo zu fehlen.«

Im öffentlich-rechtlichen Modell lassen sich viele Vorteile finden, die dem besonderen Wert von Journalismus für die Gesellschaft gerecht werden. Allerdings wird dieses Modell immer nur für einen Teil der Medien taugen, weil eine Einstiegshürde bleibt: Wer bestimmt, welche Medien in den Genuss dieser Finanzierungsquelle kommen? In einer freiheitlichen Gesellschaft muss es möglich sein, abseits dieses Konzepts Journalismus zu betreiben.

Ist gemeinnütziger Journalismus für alle nützlich?

Bleiben wir noch kurz beim Gedanken, Journalismus sollte vor den Gesetzen des Marktes geschützt werden – und das ohne einen öffentlich-rechtlichen Apparat. Der Expertenkreis Qualitätsjournalismus im Bundesverband Deutscher Stiftungen ^{#11} setzt sich dafür ein, Journalismus in Deutschland generell als gemeinnützig anzuerkennen. Das würdige seine Rolle für die Gesellschaft, verschaffe steuerliche Vorteile und funktioniere trotzdem ohne eine zentrale Behörde, die

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

entscheidet, wer publizistisch tätig sein darf: Ob eine Körperschaft als gemeinnützig anerkannt wird, entscheidet nach sehr transparenten Kriterien das zuständige Amtsgericht.

Gemeinnützigkeit hätte den Vorteil, dass auf Abos und Verkäufe keine Mehrwertsteuer fällig wäre und dass Spenden attraktiv wären, weil sie zu Steuerersparnissen führen würden. Der Geschäftsführer der taz, Karl-Heinz-Ruch, plädierte in seiner Zeitung für gemeinnützigen Journalismus: #12 »Für einen von LeserInnen finanzierten Journalismus als Alternative zu den Öffentlich-Rechtlichen und den privaten Verlagen ist die Höhe des Mehrwertsteuersatzes essenziell.«

Der ehemalige WAZ-Investigativchef ^{*11} David Schraven hat 2014 Correctiv ^{*12} gegründet, das erste gemeinnützige Recherchebüro Deutschlands mit Redaktionen in Berlin und Essen. Kern der Gemeinnützigkeit ist, dass Correctiv seine Recherchen grundsätzlich kostenlos an andere Medien weitergibt – das soll finanzschwachen Verlagen helfen, hochklassige Inhalte zu publizieren. Kritiker sehen darin eine weitere unfaire Konkurrenz gegenüber den Privatwirtschaftlichen: Wie sollen andere Medien da gehalten werden können?

Freilich, diese Konkurrenz würde entfallen, wenn alle Medien über Nacht gemeinnützig wären. Allerdings lässt sich nicht jedes publizistische Erzeugnis mit dem Gemeinwohl rechtfertigen – es dürfte mitunter schwierig werden, die Grenze zu ziehen: Dient die Freizeitwoche dem Allgemeinwohl? Die Landlust? Die Bild-Zeitung? Der Stern?

Gemeinnützigkeit kann für einen Teil der Branche tatsächlich eine vielversprechende Option sein – für die gesamte Branche muss es noch andere Lösungen geben.

Um einen Schlussstrich unter diesen Exkurs zu ziehen: Das öffentlich-rechtliche und das gemeinnützige Modell funktioniert für manche Medien. Aber nicht für alle. Es muss weiterhin auch die Möglichkeit geben, als freies und unabhängiges Unternehmen Journalismus zu betreiben und so zu einer wirklichen Medien-Vielfalt beizutragen. Diesen Gedanken sollten wir nicht begraben, nur weil es seit

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

etwa 20 Jahren mit dem Internet einen neuen Vertriebsweg und ganz neue publizistische Möglichkeiten gibt. ^{#13}



Eyecatcher: Auf solche blinkende Werbung verzichten wir bei Perspective Daily bewusst.

Journalismus zwischen Werbebannern und im Schafspelz

Die meisten privaten Medienunternehmen finanzieren sich nicht rein über das eine oder das andere Modell, sondern mischen verschiedene Konzepte. Beginnen wir unsere Betrachtungen beim Nervigsten: der Werbung.

Die Zeitungsbranche war schon immer gewohnt, neben ihren Inhalten Platz für Werbekunden zu schaffen. Nicht zufällig landete die Anzeige einer Bank im Wirtschaftsteil, die eines Autobauers auf der Auto-Seite. Das bringt dem Werbekunden noch nicht automatisch Einfluss auf das Redaktionsgeschehen, aber manchmal bieten Verlage treuen Kunden ein besonders gutes Anzeigenumfeld in Sonderbeilagen an.

Eine empirische Studie, die 2008 im Branchenmagazin Fachjournalist veröffentlicht wurde, ^{#14} beschrieb eine tendenziell positivere Berichterstattung von »Spiegel« und Süddeutscher Zeitung über ausgewählte Anzeigenkunden. ^{#15}

Dieses Spannungsfeld wurde bald auch ins Digitale übertragen: Für reichweitenstarke Nachrichtenportale war es anfangs relativ leicht, im

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

Netz Geld zu verdienen, indem man den Lesern neben dem eigentlichen Inhalt auch bezahlte Werbung vorlegt. Allerdings waren dort die Erlöse schon immer schlechter als im Print – weil extrem viele Websites als potenzielle Werbefläche infrage kommen und weil die Aufmerksamkeit der Nutzer hier geringer ist. Heute wankt dieses Geschäftsmodell, weil viele Besucher gar nicht mehr über die Startseite zu Artikeln kommen, sondern über soziale Medien. Oder dort nur noch die Überschrift lesen und gleich weiterscrollen. Zudem benutzen viele User Adblocker. ^{#15}

Deshalb wird für einige Portale das sogenannte »Native Advertising« immer attraktiver: Statt aufdringlich blinkender Banner tauchen in der Artikelübersicht gesponsorte Inhalte auf, die zwar als solche gekennzeichnet sind, in ihrer Aufmachung jedoch genauso aussehen wie redaktionelle Inhalte. Die früher hochgehaltene Trennung von Werbung und Redaktion ist damit komplett hinfällig, weil viele Nutzer die Hinweise schlicht übersehen. ^{#14} Manche Verlagshäuser wie »Spiegel« und ZEIT haben mit bento bzw. ze.tt eigene Plattformen gegründet, wo sie mit Native Advertising experimentieren. Der Ruf dieser Werbeform ist zwiespältig: »Der Journalismus verkauft damit seine Seele«, sagt etwa der The-Guardian-Kolumnist Bob Garfield. ^{#15}

Neben dem Einfluss der Werbekunden – unabhängig davon, wie groß er tatsächlich ist – kann man dem werbefinanzierten Journalismus vor allem vorwerfen, dass er stärker als andere auf Reichweite schielen muss, um angemessene Erlöse zu erzielen. Und je unzuverlässiger die Werbeeinnahmen künftig werden, desto eher steht dieses Finanzierungsmodell in Zukunft ganz auf der Kippe.

Wenn du nicht zahlst, zahlt jemand anderes

Das klingt erst einmal wie ein Lichtblick: Nicht alle Medien sind darauf angewiesen, eigenständig schwarze Zahlen zu erwirtschaften. Die Axel-Springer-Gruppe ^{#16} zum Beispiel investiert in Konzerne, die nur über Ecken etwas mit Journalismus zu tun haben – zum Beispiel in den Zwischenmiete-Marktplatz Airbnb. ^{#16} Beteiligungen an Job- und

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

Immobilienportalen haben Springer 2016 die Bilanz gerettet: #17 Der Gesamtumsatz des Konzerns wuchs, während das journalistische Geschäft schrumpfte.

The Guardian, eines der wichtigsten Qualitätsmedien Großbritanniens, schreibt seit Jahren tiefrote Zahlen und überlebt aktuell nur dank einer Stiftung namens »Scott Trust«, in der das Blatt in besseren Zeiten seine Überschüsse angelegt hatte. #18

Einerseits klingt es für die Redaktionen komfortabel, unpopuläre Themen aufbereiten zu können, während jemand anderes am Ende die Gehälter zahlt. Andererseits sind sie so den Geldgebern – egal ob unter dem eigenen Konzerndach oder von außen – auf Gedeih und Verderb ausgeliefert. Was, wenn sich der Betreiber von Job- und Immobilienportalen eines Tages überlegt, die Bilanz aufzuhübschen, indem er nicht lukrative Konzernbereiche abstößt?

Querfinanzierung ist das Eingeständnis des Scheiterns und führt uns zurück zur Überlegung, ob Journalismus in der privaten Wirtschaft wirklich chancenlos ist.

Die gute Nachricht: Wir haben eine Erlösquelle bislang ausgelassen. Nämlich diejenigen, die vom Journalismus direkt profitieren. Die Leser selbst.

Tausende Leser sind die sicherste Bank

Seitdem es gedruckte Zeitungen gibt, ist selbstverständlich, als Leser einen Preis dafür zu zahlen. (Von Ausnahmen wie Bordexemplaren und kostenlosen Wochenblättern einmal abgesehen.) Dass viele Verleger unter dem Fiepen der heimischen Modems die Büchse der Pandora öffneten und ihre Inhalte online kostenlos anboten – in der Hoffnung, dass das Internet als verlängertes Schaufenster für kostenpflichtige gedruckte Ausgaben dient – ist nicht mehr umkehrbar.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

Vor einem ähnlichen Problem stand auch die Musikbranche, als Plattformen wie Napster zu mp3-Tauschbörsen wurden und immer mehr Hörer sich abgewöhnten, für Musik zu zahlen. Dieser Trend ist mittlerweile umgekehrt: Heute zahlen mehr als 100 Millionen Nutzer ^{#19} dafür, bei Anbietern wie Spotify, Sirius und Apple Music zu streamen. Das liegt sicher auch an den nutzerfreundlichen Apps und den umfangreichen Bibliotheken der Anbieter.

Nachrichten hingegen werden vermutlich auch weiterhin kostenlos bleiben. Parallel entwickelt sich aber langsam die Bereitschaft, für ausführliche Hintergründe und aufwendige Erzählformen zu zahlen. Den digitalen Leser zur Kasse zu bitten, »wird immer mehr zur Branchenlösung«, sagt Holger Kansky, Digital-Referent des BDZV.

Wie diese Bezahlweise gestaltet ist, ist von Medium zu Medium unterschiedlich: Einige Anbieter, dazu zählt auch Perspective Daily, ^{*17} publizieren grundsätzlich hinter einer Paywall. Wer lesen will, muss zahlen. Andere, dazu gehören vor allem Regionalzeitungen, arbeiten mit einem sogenannten »Metered Model«. In jedem Monat ist eine gewisse Anzahl an Artikeln frei. Ab dem 11. oder 16. Artikel fallen dann Kosten an. Medien wie die taz appellieren an die Leser, freiwillig ihre Arbeit zu entlohnen. Manche Anbieter wie die F.A.Z. setzen wiederum auf das »Freemium«-Konzept, in dem das Angebot in kostenlose Inhalte und Premium-Artikel für zahlende Leser unterteilt wird. Manche Medien nutzen »Laterpay«: ^{#20} Der Nutzer erstellt einen Account, zahlt aber erst, wenn er eine bestimmte Anzahl Artikel angeklickt hat.

Ein Sonderfall bei der Leserfinanzierung ^{#21} ist das Crowdfunding, ^{*18} bei dem neue Projekte angeschoben werden oder einzelne Recherchen finanziert werden. ^{*19} Seit kurzem sind auch Anbieter wie Steady ^{#22} oder Patreon ^{#23} auf dem Markt, die permanentes Crowdfunding anbieten: Das gibt Philanthropen die Möglichkeit, Projekte ihrer Wahl regelmäßig mit einem frei gewählten Betrag zu unterstützen. Ein weiterer Sonderfall ist der Artikel-Kiosk Blendle, in dem Leser einzelne Artikel statt ganzer Ausgaben kaufen können.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

Leserfinanzierter Journalismus bietet kaum Raum für Interessenkonflikte oder »Entscheidungen von oben«, weil wie in einer Genossenschaft ^{*20} viele Geldgeber das Unternehmen mit vergleichsweise kleinen Geldsummen tragen. Außerdem ist die Leserbindung stärker als bei Gratis-Produkten – so können gerade im Internet fruchtbare Communities statt publizistischer Einbahnstraßen entstehen.

Allerdings ist es gerade zu Beginn sehr mühsam, sich einen Leserstamm aufzubauen – statt weniger Werbekunden oder Financiers müssen sehr viele Menschen überzeugt werden, Geld – und damit Vertrauen – in ein Produkt zu stecken.

Wir Journalisten sind bereit – ihr Leser auch?

Es scheint, als müssten wir Journalisten uns diese Bereitschaft gerade ein bisschen neu verdienen. Es ist eine Polarisierung zu beobachten: Online, TV, Radio, Boulevard- und Qualitätszeitungen gelten als unterschiedlich seriös. Ein Teil der Gesellschaft vertraut Medien immer weniger, ein Teil umso mehr. ^{#24} In den USA hat der »Trump Bump« ^{*21} den großen Qualitätsmedien große Abonnementzuwächse beschert. ^{#25} In Deutschland gab es einen derartigen Wendepunkt bislang noch nicht. Das ist aber hoffentlich auch ohne unberechenbaren Präsidenten nur eine Frage der Zeit – zumindest stellen schon jetzt die mehr als 1 Million Digital-Abonnenten der Tageszeitungen ihre Bereitschaft unter Beweis. Und ihre Gruppe verzeichnet zweistellige Zuwachsraten.

Fassen wir also zusammen:

Ein Medium, das von seinen Lesern getragen wird,

- > hat agilere Strukturen als öffentlich-rechtliche,
- > ist kompetitiver als gemeinnützige,
- > ist unabhängiger als werbefinanzierte,

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

- > steht auf stabileren Füßen als querfinanzierte Medien.

Das einzige, was der Leser dafür in Kauf nehmen muss, ist der Preis. Vielleicht kommt es bei der Aussage aus dem Silicon Valley also am Ende wie so oft auf die Perspektive an: »Information will frei sein.«
Zumindest, wenn es darum geht, Information möglichst frei von Einflüssen zu halten. Das fällt nicht vom Himmel, sondern ist ein aktiver Prozess, für den eine Gesellschaft sich Informations-Befreier leisten sollte. Wenn jeder ein bisschen gibt, ist der Preis dafür gar nicht hoch.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

Zusätzliche Informationen

- *1 Wenn ich in diesem Text von »Verlagen« schreibe, meine ich explizit die Zeitungsbranche (die mittlerweile neben ihren Printprodukten auch online publiziert). »Medien« meint alle, also neben Zeitungen auch Rundfunk und freie Online-Medien.
- *2 Die Redewendung von der geöffneten Büchse der Pandora verdanken wir der griechischen Mythologie. Sie kommt in etwa dem biblischen Sündenfall gleich: Hephaistos hatte aus Lehm die erste Frau geschaffen, Pandora. Ihr schenkte Zeus eine Büchse, mit der Anweisung, sie auf keinen Fall zu öffnen. Doch genau das tat sie, und aus der Büchse fuhren Leid und Unheil in die Welt.
- *3 Der Umsatzanteil von 6% bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2015. Diese Erhebung ist im Jahrbuch des BDZV abgedruckt, das nicht frei verfügbar ist, sondern nur gedruckt oder digital für 26 Euro erworben werden kann.
- *4 Rund 280 deutsche Tageszeitungen sowie 13 Wochenzeitungen sind unter dem Dach des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger organisiert. Der Verband wirkt als Lobbyorganisation in die Politik ein und ist unter anderem berechtigt, mit den Gewerkschaften Tarifverträge abzuschließen. Präsident ist seit Ende 2016 Mathias Döpfner, der zugleich dem Vorstand der Axel Springer SE vorsitzt.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

- *5 Mittlerweile hätten 215 Anbieter, also etwa 2/3, Bezahlösungen in die Websites integriert, sagt Holger Kansky, Digitalreferent beim BDZV: »Das ist in den vergangenen Jahren rapide gewachsen. Paid Content wird mehr und mehr zur Branchenlösung.« Und mittlerweile, da niemand mehr fiepende Modems benutzt, dafür aber smarte Tablets, wächst auch das E-Paper. »Insgesamt hat sich in der Branche die Erkenntnis durchgesetzt: Wachstum gibt es nur noch im digitalen Geschäft«, sagt Holger Kansky. »Man versucht natürlich noch möglichst lange, das Printgeschäft stabil zu halten.«

- *6 Zum Beispiel kürzlich in meinem Umfeld: Ein deutschlandweit renommiertes und etabliertes Magazin will für 4.000 Zeichen Online-Artikel 30 Euro zahlen – der Autor bzw. die Autorin müsste also in 3 Stunden fertig werden, inklusive aller Korrekturschleifen, um noch über dem gesetzlichen Mindestlohn von 8,75 Euro zu bleiben. Möglich ist das, weil freie Autoren in der Regel nicht nach Stunden, sondern auf Honorarbasis pauschal bezahlt werden.

- *7 Piqd bezeichnet sich selbst als »Programmzeitschrift für guten Journalismus«. Kuratoren, die oft selbst Journalisten sind, »piquen« (picken) sich aus der Medienlandschaft Texte heraus, die sie für besonders empfehlenswert halten, und schreiben kurz, worum es in den Texten geht und warum man sie lesen sollte. Je nach Themengebiet ordnen sie den Text einzelnen Kanälen zu, zum Beispiel »Klima und Wandel« oder »Liebe, Sex und wir«. Nutzer können entscheiden, welchen Kuratoren und Kanälen sie folgen wollen. Gegründet wurde Piqd im Jahr 2015 von Marcus von Jordan (der auch die Journalistenplattform Torial betreibt), Frederik Fischer (ehemals Krautreporter) und Konrad Schwingenstein. Jordan und Schwingenstein sitzen im Vorstand der August-Schwingenstein-Stiftung, die Piqd finanziell unterstützt.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

- *8 In Deutschland versammeln sich 11 Fernseh- und 55 Radiokanäle unter dem Dach der ARD, dazu kommt das ZDF mit Haupt- und 2 Spartenprogrammen. Das Deutschlandradio mit seinen 3 Wellen ist formal den beiden Anstalten untergeordnet, außerdem beteiligen sich ARD und ZDF gemeinsam an Sendern wie 3sat oder Arte.
- *9 Die Deutsche Welle ist für den Medienbereich das, was das Goethe-Institut im Kulturbereich ist: Eine Auslandsorganisation des deutschen Staates. Sie sendet von Bonn und Berlin aus TV- und Hörfunkprogramme in etwa 30 Sprachen. Die Deutsche Welle gehört der ARD an. Chefredakteurin ist seit März 2017 die ehemalige taz-Redaktionsleiterin Ines Pohl.
- *10 Bis einschließlich 2012 trieb die Gebühreneinzugs-Zentrale (GEZ) die Rundfunkgebühren ein: Jeder einzelne Nutzer musste zahlen; es gab 2 Tarife, abhängig davon, ob man nur ein Radio- oder auch ein TV-Gerät besaß. Dieses Modell wirkte im digitalen Zeitalter antiquiert, deshalb zieht seit 2013 der Beitragsservice von jedem Haushalt eine Pauschale von 17,50 Euro pro Monat ein.
- *11 Die Funke Mediengruppe (bis 2013: WAZ Mediengruppe) umfasst neben der namensgebenden Westdeutschen Allgemeinen Zeitung unter anderem die Neue Ruhrzeitung in Essen, die Thüringer Allgemeine in Erfurt, die Thüringische Landeszeitung in Weimar, das Hamburger Abendblatt und die Berliner Morgenpost.
- *12 Offenlegung: In meiner Zeit als freier Journalist habe ich mit Correctiv für eine Reportagerihe zusammengearbeitet.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

- *13 Textbasierter Journalismus für ein digitales Medium bietet gigantische zusätzliche Möglichkeiten, die ein Blatt Papier nicht besitzt: Quellen und thematisch passende weitere Texte können verlinkt, Videos und Audios eingebunden, Grafiken und klickbare Elemente interaktiv gestaltet werden. Das bietet dem Leser die Gelegenheit, einen Text zu entdecken, statt ihn nur zu lesen – es ist aber auch mehr Arbeit, eine gute Recherche so aufzubereiten.

Bei Perspective Daily verwendet ein Autor von der Themenidee über Recherche und Schreibprozess bis zur Veröffentlichung durchschnittlich 42 Stunden für einen Text. Dazu kommen 21,5 Stunden, in denen andere Autoren den Text redigieren, unsere Designer Bilder suchen und Grafiken entwerfen, unsere Lektorin die Schlussredaktion vornimmt und unsere Praktikanten die Programmierbefehle unserer Website einpflegen.

- *14 Der [Originalbeitrag](#) ist leider nicht mehr online verfügbar. Er liegt Perspective Daily vor.
- *15 Ein Adblocker ist ein Programm, das im Browser angezeigte Werbung (>>Ad<<, von englisch: advertising) blockiert, also ausblendet. Das mag angenehm für den Nutzer sein, stellt aber für die Werbebranche und somit auch für das Geschäftsmodell ihrer Kunden ein Problem dar.
- *16 Zum Springer-Konzern gehören im journalistischen Bereich neben der Boulevardzeitung Bild und der Qualitätszeitung Die Welt seit wenigen Jahren auch der TV-Sender N24 und Beteiligungen an mehreren Titeln der Funke Mediengruppe.
- *17 Dabei gibt es eine Besonderheit: Unsere Paywall ist von innen durchlässig. Jedes Mitglied kann (und soll, schließlich wollen wir an Reichweite gewinnen) Artikel teilen. Und auch wir geben in unserem wöchentlichen Probelesen-Newsletter den vollständigen Link zu je einem Text heraus, mit dem jeder den Artikel aufrufen kann. So soll niemand die »Katze im Sack« kaufen müssen, wenn er sich entschließt, Perspective Daily zu unterstützen.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

- *18** Crowdfunding, zu Deutsch Schwarmfinanzierung, ist als Idee etwa so alt wie das Internet. Dabei unterstützen viele einzelne Nutzer Projekte, die sie interessant finden, mit meist frei gewählten, kleineren Geldbeträgen. Überschreitet ein Projekt in einem festgelegten Zeitraum die Finanzierungsschwelle, fließt das Geld an die Initiatoren. In der Regel erhalten die Geldgeber dann ein Produkt – bei Perspective Daily etwa wurden Crowdfunder zu Mitgliedern. Eines der bekanntesten Beispiele für erfolgreiche Crowdfunding-Finanzierung war das Album »In Rainbows« der britischen Band Radiohead im Jahr 2012. Erreicht ein Projekt nicht die Finanzierungsschwelle, erhalten die Crowdfunder ihr Geld zurück.
- *19** In Deutschland gab es in den vergangenen Jahren 2 erfolgreiche Neugründungen, die ihr Startkapital aus einem Crowdfunding gewonnen haben: Krautreporter und Perspective Daily. Auch das niederländische konstruktive Medium De Correspondent hat so angefangen. Crowdfundings für einzelne Recherchen organisiert unter anderem das Recherchebüro Correctiv: Ich habe so im Frühjahr 2016 meine [Deutschlandreise](#) finanziert.
- *20** Die Krautreporter, die sich 2 Jahre vor Perspective Daily ebenfalls über ein Crowdfunding finanziert hatten, sind mittlerweile sogar eine Genossenschaft. Neben normalen Abonnenten sind manche Mitglieder auch Anteilseigner des Unternehmens und besitzen Stimmrecht bei bestimmten wirtschaftlichen Entscheidungen.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

*21 In den ersten Amtswochen von Donald Trump wurde klar, dass er als US-Präsident genauso nachlässig mit Fakten umgeht wie während des Wahlkampfs. Am ersten Tag seiner Präsidentschaft sprach er zudem vom »Krieg gegen die Medien«. Viele US-Amerikaner sahen darin hingegen umgekehrt das Signal, sich zu ihren Medien zu bekennen und diese jetzt erst recht zu unterstützen. Nach 3 Wochen mit Trump im Amt habe ich [über das angespannte Verhältnis von Trump und Demokratie](#) geschrieben.

[The Economist](#) berichtet: Die New York Times haben im 4. Quartal 2016 276.000 Digitalabonnenten hinzugewonnen, das ist etwa genauso viel wie in den 3 vorangegangenen Quartalen zusammen. Ähnliche Zuwächse verzeichneten Wall Street Journal und Washington Post. Auch die TV-Sender Fox News, MSNBC und CNN freuten sich über je 40% mehr Zuschauer in den ersten 6 Wochen des Jahres 2017.

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++

perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

Quellen und weiterführende Links

- #1** Dossier der Zeit über die Digitalpioniere des Silicon Valley
 <http://www.zeit.de/2013/24/silikon-valley/komplettansicht>
- #2** Jahrbuch 2016/17 des BDZV hinter Paywall
 https://www.zv-online.de/home/publikationen/publikationen_detail/?id=121
- #3** Geschäftsbericht der New York Times, 4. Quartal 2016, englisch
 https://www.nytimes.com/2017/02/02/business/media/new-york-times-q4-earnings.html?_r=0
- #4** BDZV-Quartalszahlen 4/2016 zur E-Paper-Auflage
 http://www.bdzv.de/nachrichten-und-service/branchennachrichten/artikel/detail/e_paper_auflage_steigt_um_21_prozent/
- #5** Mein Text über Pressefreiheit in Deutschland
 <https://perspective-daily.de/article/214>
- #6** Website der August Schwingenstein Stiftung
- <http://schwingenstein-stiftung.de/>
- #7** F.A.Z.-Interview, unter anderem mit Mathias Döpfner, Paywall
 https://fazarchiv.faz.net/document/FAZ__FD1201704065107054?offset=&all=
- #8** Der Tagesspiegel über den öffentlich-rechtlichen Etat 2015
 <http://www.tagesspiegel.de/medien/8-1-milliarden-euro-rundfunkgebuehren-gez-einnahmen-umstritten-aber-stabil/13738728.html>

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++
perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

- #9** dpa-Bericht beim Handelsblatt über das Sperrkonto und den Finanzbedarf der Öffentlich-Rechtlichen
 <http://www.handelsblatt.com/panorama/tv-film/ard-und-zdf-oeffentlich-rechtliche-wollen-sperrkonten-pluendern/12250192.html>
- #10** Wie man als Journalist an Stiftungsgelder kommt, erklärt der DJV in diesem
- Dossier
<http://www.djv.de/startseite/info/beruf-betrieb/journalismus-finanzierung/stiftungen.html>
- #11** Details zum Expertenkreis Qualitätsjournalismus
- <https://www.stiftungen.org/verband/was-wir-tun/vernetzungsangebote/arbeitskreise-foren-und-expertenkreise/expertenkreis-qualitaetsjournalismus.html>
- #12** Karl-Heinz Ruchs Plädoyer für gemeinnützigen Journalismus in der taz
 <http://www.taz.de/!161299/>
- #13** Podcast mit dem Autor der Studie zu Werbung in der Qualitätspresse
 <http://www.fachjournalist-podcast.de/spannungsfeld-journalismus-und-werbung/>
- #14** Studie zu den Auswirkungen von Native Advertising, englisch
 <http://www.the7eye.org.il/wp-content/uploads/2016/01/00913367.2015.pdf>
- #15** »Der Spiegel« über Native Advertising, 2014
 <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-126589974.html>
- #16** Pressemitteilung von Springer zum Einkauf bei Airbnb, 2012
 http://www.axelspringer.de/presse/Axel-Springer-und-Airbnb-buendeln-ihre-Kraefte_2213955.html

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++
perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8

- #17** Jahresgeschäftsbericht 2016 der Axel Springer SE
 http://www.axelspringer.de/publikationen/cw_publication_de_31094494.html?action=download
- #18** Bericht der Süddeutschen Zeitung über die wirtschaftliche Situation von
 The Guardian
<http://sz.de/1.3453570>
- #19** Meldung des Branchendienstes Digital Music News: 100 Millionen zahlende
 Streaming-Kunden, englisch
<http://www.digitalmusicnews.com/2016/09/06/100-million-subscribers-streaming-music/>
- #20** Website des Dienstleisters Laterpay
- <https://www.laterpay.net/>
- #21** Maren Urner und Han Langeslag über das Crowdfunding für PD
 <https://perspective-daily.de/article/170>
- #22** Website des Dienstleisters Steady
- <https://steadyhq.com/de>
- #23** Website des Dienstleisters Patreon, englisch
- <https://www.patreon.com/>
- #24** Studie zu unterschiedlich ausgeprägtem Medienvertrauen
 http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Trust%20and%20Journalism%20in%20a%20Digital%20Environment_0.pdf
- #25** The Economist über den »Trump Bump« bei traditionellen Medien,
 englisch
<http://www.economist.com/news/business/21717107-making-americas-august-news-groups-great-again-traditional-media-firms-are-enjoying-t-rump-bump>

David Ehl

+++Eilmeldung: Bei dir ist der Groschen gefallen+++
perspective-daily.de/article/231/jgbCjli8