

15. Dezember 2009

# medien heft

---

## Medien-Thriller mit ungewissem Ausgang

Rezension von Ruß-Mohls «Kreative Zerstörung» des Zeitungsjournalismus

Stephan Weichert

Zerstörung scheint notwendig, wenn Neues entstehen soll. So hat auch die Dynamik des Marktes zugleich destruktive und schöpferische Kräfte. Doch während die Zeitungsverlage schon seit Jahren an der Gratisbewirtschaftung des Internets und an den rückläufigen Einnahmen darben, lassen die kreativen Potentiale noch auf sich warten. Medienprofessor Stephan Ruß-Mohl hat in seiner Neuerscheinung die US-amerikanische Zeitungslandschaft analysiert und sieht im Niedergang des klassischen Blätterwaldes den Aufbruch in eine neue Medienära.

Der quälende Erosionsprozess der US-amerikanischen Zeitungsindustrie – und mit ihm die Aushöhlung des althergebrachten Qualitätsjournalismus – ist längst ein offenes Geheimnis: Kaum eine Woche vergeht ohne Hiobsbotschaft von Verlagsinsolvenzen, Redaktionszusammenlegungen oder Massenentlassungen in der angeschlagenen Medienbranche. Der Zustand der Presse ist in den USA, anders als in Europa, schon derart verhängnisvoll, dass dort Kampfbegriffe wie «Newspaper Endgame», «The Vanishing Newspaper» und «The End of Journalism» als geflügelte Worte kursieren. Ein Blog mit dem zynisch klingenden Namen «Newspaper Death Watch» («Totenwache Zeitung») listete Anfang Dezember 2009 elf Tageszeitungen in amerikanischen Ballungsgebieten, die binnen zweieinhalb Jahren verschwunden sind. Betreiber des Blogs ist der Ex-Journalist Paul Gillian, der sich – wie viele andere Millionen Amerikaner – darum sorgt, wie sich das Siechtum der Zeitung auf das Journalistenhandwerk und letztlich auf die amerikanische Gesellschaft auswirkt.

Die wachsende Unsicherheit ob des zerstörerischen Potenzials der Struktur- und Medienkrise in den USA und der möglichen Rückkoppelungseffekte auf die europäischen Zeitungsmärkte, deren untrügerische Vorboten hier schon seit einiger Zeit zu spüren sind, lässt inzwischen auch deutsche Journalisten, Verlagsmanager und Medienexperten unruhig werden. Grund genug für den in der Schweiz lehrenden Kommunikationswissenschaftler Stephan Ruß-Mohl jetzt ein Buch zu veröffentlichen, das bei so man-

---

### Impressum

Medienheft [vormals ZOOM K&M], ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: [redaktion@medienheft.ch](mailto:redaktion@medienheft.ch), Internet: [www.medienheft.ch](http://www.medienheft.ch)

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste: [www.medienheft.ch/mailling\\_abo](http://www.medienheft.ch/mailling_abo)

chem Zeitungsmacher für schlaflose Nächte sorgen könnte. Denn der Beipackzettel, den Ruß-Mohl hier implizit mitliefert, hat sich gewaschen: Obwohl er den amerikanischen Zeitungsmarkt unter die Lupe nimmt, hat er nach eigener Aussage das Buch geschrieben, «um besser einschätzen zu können, was auf uns in Deutschland, in der Schweiz, in Europa zukommt – und wie wir trotz alledem vielleicht den Qualitätsjournalismus retten können.»

### Wie Phönix aus der Asche

Der beinahe romantisch anmutende Buchtitel «Kreative Zerstörung» ist dem Ökonomen Joseph Schumpeter entlehnt, der Ruß-Mohls jahrelange Forschungen im Grenzbereich zwischen Journalistik und Ökonomie inspiriert hat. Schumpeter habe nach den Worten von Ruß-Mohl «wohl als Erster begriffen, dass die Umwälzungen des Kapitalismus sowohl destruktiv als auch schöpferisch sind», sprich: Zerstörung ist notwendig, damit eine Neuordnung überhaupt stattfinden kann. Um dieser (R)evolution im Journalismus nachzuspüren, ist der Professor an der Università della Svizzera italiana eigens von Lugano mitten in das Silicon Valley gereist, um sich selbst von der Ausgeburt jener Zerstörung zu überzeugen, die im Schumpeter'schen Sinne zugleich Funke schöpferischer Wiedergeburt sein soll. Die unheilvollen Umbrüche während eines mehrwöchigen Forschungsaufenthalts an der renommierten Stanford University im Sommer 2008 und zuvor an der University of Oregon sozusagen am lebenden Forschungsobjekt zu untersuchen (der Autor besuchte auf seinen Reisen neben einer Reihe von Zeitungsexperten auch die Redaktionen namhafter Prestige-Blätter, darunter «Los Angeles Times», «New York Times», «Palo Alto Weekly», «Washington Post» und «San Francisco Chronicle») und der Gedanke, wie es weiter gehen könnte, hätten ihn regelrecht «fasziniert».

Vielleicht ist es genau diese Faszination, die das Buch in all seinen Facetten, von Katastrophenschauplätzen über Argumentationsketten bis hin zu möglichen Zukunftsszenarien so lesenswert macht: eine Art Medienwissenschafts-Thriller für starke Nerven und mit ungewissem Ausgang. Auch wenn Ruß-Mohl natürlich nicht das verzweifelt gesuchte Business-Modell für die Verlagsbranche liefern kann, ist das Buch mehr als eine aufmerksame Zustandsbeschreibung: Wer die aufschlussreichen Case-Studies und Analysen darin sorgsam durcharbeitet – oder sagen wir passender: den Cliffhangern zum Ende der jeweiligen Kapitel entgegenfiebert –, dessen Neugierde wird auf das, was da im Auge des Taifuns womöglich noch entstehen wird, nicht enttäuscht. Ruß-Mohl streut allenthalben Worst- und Best-Practice-Modelle ein, 37 Abbildungen und zahlreiche erläuternde Informationskästen illustrieren wichtige ökonomische Trends und journalistische Fallbeispiele. Vor allem aber lebt das Werk von den Statements der für das Buch befragten Experten, unter anderem Tom Rosenstiel («Project for Excellence in Journalism»), Geneva Overholser und Phil Seib (Annenberg School for Communication, University of Southern California), Jonathan Landman («New York Times») und Michael Getler (PBS, ehem. «Washington Post»).

### Ungewöhnliche Entwicklungen erfordern ungewöhnliche Methoden

Fürderhin ist die Publikation – nach amerikanischem Vorbild – ein Zwitter zwischen Wissenschaft und populärem Sachbuch, wie man sie im deutschsprachigen Raum glücklicherweise immer häufiger findet, auch wenn die beinharte Kommunikationswissenschaft solcherlei «Grenzwissenschaft» argwöhnisch betrachtet – teils aus mangelnder Leidenschaft für den Beruf, teils aus Standesdünkel. Dennoch ist die Methodik des

Autors adäquat, wenngleich er die fehlende «Angemessenheit bestimmter Forschungstechniken» innerhalb der Kommunikationsforschung gleich zu Anfang moniert (S. 36) – und kritisch konstatiert: «Dieses Manko lässt sich nicht beseitigen.» Gleichwohl betrachtet er genau dies als Herausforderung, «verschiedene methodische Ansätze in kreativer Weise zu verbinden und weiterzuentwickeln». Und das versucht Ruß-Mohl, indem er interdisziplinäre Brücken zur Ökonomie baut, empirisch-analytische Herangehensweisen und journalistische Recherchetechniken mit einem «Crowdsourcing» unter Medienexperten kombiniert und alles in allem – wie er schreibt – der «Journalistik neue Ziele» setzen will: Diese solle sich «zur Speerspitze einer Bewegung machen, die den Status quo einer kommunikationsunfähigen und damit auch in ihrer Wirkungsmacht beeinträchtigten Disziplin überwindet, indem sie mit journalistischen Mitteln Erkenntnisstand, -prozesse und -probleme vermittelt» (S. 36f.).

Kann Ruß-Mohl nun diesen Anspruch einlösen? Er kann: Dank finanzieller Unterstützung der Stiftung Pressehaus NRZ wurde dem umtriebigen Kommunikationswissenschaftler ein Forschungsprojekt auf internationalem Parkett ermöglicht, das in seiner theoretischen Tiefe und empirischen Breite auf dem Gebiet der Presse-Transformation Neuland beschreitet. Im ersten Teil des Bandes werden die veränderten Rahmenbedingungen und die aktuellen Befunde der Wissenschaft wiedergegeben. Sowohl der deutschsprachige als auch der angelsächsische Stand der Forschung konnten hier weitgehend berücksichtigt werden – wenngleich in den Monaten nach Redaktionsschluss des Bandes im Sommer 2009 bereits eine Handvoll neuer Studien zum Thema erschienen sind: etwa die Studie «The Reconstruction of American Journalism» des ehemaligen «Washington Post»-Chefredakteurs Leonard Downie Jr. und Michael Schudson, Professor an der Graduate School of Journalism der Columbia University, die just zu dem Zeitpunkt erschien, als Ruß-Mohls Buch auf der Frankfurter Buchmesse vorgestellt wurde. Das ist insofern bedauerlich, weil «The Reconstruction of American Journalism» eine wichtige Untersuchung der vergangenen Jahre darstellt, und man hätte Ruß-Mohl gewünscht, deren Ergebnisse noch in seine eigene Analyse einbauen zu können. Vor allem deshalb, weil der Downie/Schudson-Report in seinem Fazit noch einmal die Forderung nach Subventionsmodellen für Qualitätsjournalismus argumentativ herausarbeitet wie Staatshilfen, Volksaktien, Non-Profit-Redaktionen, Kultur-Flatrate etc. – mithin ein heikles Thema, das Ruß-Mohl lediglich im Ausblick des vorletzten Kapitel «Wie Zeitungen überleben können» (S. 217) formuliert. Ungeachtet dessen zeigt diese Literaturlücke letztlich nur, dass deutsche und amerikanische Forscher sich mit solchen Rettungsszenarien zeitgleich beschäftigen, obwohl die Situation in Europa noch weit weniger verfahren ist als in den USA.

### Internet: Niedergang und Neuanfang

Im zweiten Teil «Endzeitstimmung im Zeitungsjournalismus» (S. 49) arbeitet der Autor an konkreten Fällen wie dem des «San Francisco Chronicle» und der «San Mercury News» heraus, wie Städte in der San Francisco Bay Area allmählich von «One-Paper-Cities» zu «No-Paper-Cities» abstürzen konnten – und welche Konsequenzen sich daraus für die Medienversorgung in diesem Teil Kaliforniens ergeben. Zugleich findet er im Lokalen mit dem «Point Reyes Light» und der «Palo Alto Weekly» zwei Vorzeigeprojekte, die – frei nach dem Motto «small is beautiful» – den Absprung ins Internet-Zeitalter geschafft haben: durch die stärkere Konzentration auf regionale und lokale Themen sowie eine geglückte (Ein-)Bindung ihrer Leserschaft mittels ausgereifter Internet-Konzepte. Diesen «Community Papers» stehen schwergewichtige Leitmedien gegenüber wie «New York Times» und «L.A. Times», deren Rückfall in die B-Liga der Autor in

# medien heft

eindrucksvollen Momentaufnahmen analysiert. Sie sind laut Ruß-Mohl die eigentlichen Verlierer der Medienevolution, weil sie sich mit der Veräußerung ihres Tafelsilbers – der Schließung von Korrespondentenbüros, der Beschneidungen von Recherchebudgets oder dem Verkauf ihrer Verlagsgebäude – und durch Mutlosigkeit in Sachen Online-Gesamtstrategie den Weg in die Zeitungszukunft verbaut haben.

Der dritte und der letzte, vierte Teil befassen sich folgerichtig mit den «Herausforderungen an das Redaktionsmanagement» (S. 109) und der alles entscheidenden Frage, inwiefern der Journalismus einer «Ökonomisierung oder Entökonomisierung» (S. 189) unterworfen ist, im Fazit aber auch mit seiner im Titel angekündigten «Wiedergeburt» (S. 255). Es sind zweifellos zu viele Beispiele, um sie an dieser Stelle schlagwortartig wiederzugeben (apropos: der Rezensent hätte sich wie der Leser über ein Register gefreut), aber zu den gravierenden Neuerungen der Internet-Revolution, die Ruß-Mohl zufolge den Niedergang der Zeitungen nachhaltig beschleunigt hat und letztlich deren Neuerfindung bedeutet, gehört vor allem das Web 2.0 mit seinen Protagonisten, also den Blogger, den Social Networks und den zahllosen Bürgerjournalisten. Sie verändern die Qualität des bisherigen Medienangebots von Grund auf: durch Nischenangebote, alternative Geschäftsmodelle und neue Nutzungs-Cluster, aber auch durch die Vermischung von PR-Interessen und journalistischen Inhalten. Seiner Argumentationslinie folgend plädiert Ruß-Mohl am Ende des Buches konsequent für Bezahlhalte im Internet: einerseits um die hemmungslose Selbstbedienungs-Mentalität einzudämmen, andererseits um die massenhafte Meinungsfreude der Laien im Netz noch von jener der professionellen Medienarbeiter unterscheidbar zu halten – und den Fortbestand letzterer zu sichern. Diese muss der Leser sich aber künftig nicht unbedingt in übermäßigen Dimensionierungen vorstellen. Der «dynamische Unternehmer» (S. 256f.), ebenfalls ein Wort aus der Theorieapotheke Schumpeters, beschreibt vielmehr einen Typus Journalist, der nicht nur flexibel bleibt und thematisch universell denkt, sondern auch bereit ist, seine ökonomische Existenz in die eigene Hand zu nehmen. Und wahrscheinlich ist ebendies die wichtigste Botschaft, die uns das Buch über den drohenden Kollaps des amerikanischen Qualitätsjournalismus mit auf den Weg geben will: Unser Schicksal ist heute gar nicht mehr von traditionellen Großverlagen und Medienunternehmen abhängig, sondern vom Erfindergeist und dem Experimentierwillen einzelner Journalisten.

Dr. Stephan Weichert ist selbstständiger Medienberater und Professor für Journalistik an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in Hamburg. Zuletzt erschien von ihm das Gutachten «Das Verschwinden der Zeitung? Internationale Trends und medienpolitische Problemfelder» (Friedrich-Ebert-Stiftung) sowie der mit Leif Kramp und Hans-Jürgen Jakobs herausgegebene Interview-Band «Wozu noch Zeitungen?» (Vandenhoeck & Ruprecht).

## Literatur:

Ruß-Mohl, Stephan (2009): Kreative Zerstörung. Niedergang und Neuerfindung des Zeitungsjournalismus in den USA. Konstanz: UVK.