

# Abseits der ausgetretenen Pfade

## Das Potenzial von Stiftungen, Spenden und Philanthropie im Journalismus

Stefan Gadringer

kommunikation.medien

Onlinejournal des Fachbereichs

Kommunikationswissenschaft

Universität Salzburg

ISSN 2227-7277

4. Ausgabe / Dezember 2014

<http://www.kommunikation-medien.at>



### Abstract

*Journalistische Medienorganisationen erleben seit der Jahrtausendwende ein Wechselbad der Gefühle. Auf die New Economy-Krise folgte Wachstum und Prosperität, bis schließlich die globale Finanzkrise ab 2008 die etablierten Geschäftsmodelle auf eine ernsthafte Probe stellte. Ein struktureller Wandlungsprozess durch digitale Technologien verschärft die Thematik. Aus einer demokratietheoretischen Perspektive drängt sich die Frage auf, ob etablierte journalistische Medienorganisationen angesichts aktueller Herausforderungen ihre Rolle als öffentliche Kommunikatoren noch adäquat bewältigen können. Dieser Beitrag analysiert daher exemplarisch strukturelle Schwächen und Probleme dominanter Medienorganisationsformen und beleuchtet als Konsequenz potenzielle Alternativen dazu. Diese Alternativen stärken (hypothetisch) den öffentlichen Kommunikationsprozess und gleichen mögliche Insuffizienzen in den etablierten Organisationsformen aus. Aufgrund der Erfolge stiftungsfinanzierter Organisationen am US-Medienmarkt, geht der Beitrag auf das Potenzial von philanthropisch- bzw. stiftungsfinanzierten Organisationen auf europäischer Ebene ein. Anhand ausgewählter Fallstudien wird dargestellt, welche Leistungen diese Organisationen für den öffentlichen Kommunikationsprozess bereits erbracht haben bzw. welche Leistungen in Anbetracht der strukturellen und organisatorischen Beschaffenheit möglich sind. Als qualitative Studie liefert der Beitrag Ansätze für medienpolitische Maßnahmen und Optionen für etablierte Medienorganisationen.*

## Keywords

Alternative Finanzierung, Philanthropie, Stiftungsjournalismus, Case Studies, normativ-demokratische Werte, Medienorganisation, Krisen im Journalismus

## Zitiervorschlag

Gadringer, Stefan (2014): Abseits der ausgetretenen Pfade. Das Potential von Stiftungen, Spenden und Philanthropie im Journalismus. In: kommunikation.medien, 4. Ausgabe. [journal.kommunikation-medien.at].

### 1. Schwierige Zeiten

Zweifelhaft, problematisch, nicht finanzierbar – so lauten Schlagworte aus dem Diskurs über die Zukunft von journalistischen Nachrichtenorganisationen. Dieser Pessimismus ist nicht unbegründet. Betrachtet man beispielsweise die Schwankungen und den Rückgang der Auflagenzahlen im Zeitungsmarkt, veränderte Nutzungsgewohnheiten des Publikums, die schwierige Gewinnrealisierung im digitalen Markt und die Finanzmarktkrise, so haben sich die Probleme für Medienunternehmen in den letzten Jahren vervielfacht (vgl. Picard 2014: 1). „Consequently, there is a widespread perception that legacy news providers are dying, that quality journalism is disappearing, and that we are witnessing the twilight of an age in which journalism informed and ensured democracy.” (ebd.)

Dem ist allerdings entgegenzuhalten, dass Zeitungen noch immer täglich verfügbar sind und Nachrichten in Fernsehen bzw. Radio nach wie vor ausgestrahlt werden. Kurz gesagt, etablierte journalistische Medien können nicht per se als leistungsschwach abgestempelt werden. Allerdings muss auch die Frage erlaubt sein, ob die aktuellen Strukturen in privat-kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medienorganisationen dafür geeignet sind, zukünftige Herausforderungen bewältigen zu können, oder nach Habermas (2010: o. S.): „Argwöhnische Beobachtung ist geboten, weil sich keine Demokratie ein Marktversagen auf diesem Sektor leisten kann.“ Durch Journalismus und der dadurch entstehenden Information über (aktuelle) Angelegenheiten sind Bürgerinnen und Bürger in der Lage am öffentlichen Kommunikationsprozess teilzunehmen<sup>1</sup>. Journalismus ist daher eine institutionalisierte Kommunikationsform (vgl. Kiefer 2010: 38ff.; Hanitzsch 2013), die die Grundversorgung von öffentlich relevanter Information in demokratischen Gesellschaften ermöglicht und

---

<sup>1</sup> Journalismus ist keinesfalls die einzige Komponente im öffentlichen Kommunikationsprozess (etwa auch Social Media etc.). Dieser Beitrag fokussiert die zentrale und tragende Rolle von Journalismus in demokratischen Öffentlichkeiten, ohne jedoch die Bedeutung anderer Kommunikationsformen als

aufrechterhält. Philips/Witschge (2011: 3) bringen diese Thematik auf den Punkt: „Information is to democracy what oxygen is to fire. Without one the other cannot survive[...]“

Freiheit	Gleichheit	Kontrolle
<p>Freie und unabhängige Information für den öffentlichen Kommunikationsprozess</p> <p>Pressefreiheit, Meinungsfreiheit</p> <p>Unabhängigkeit vom Staat</p>	<p>Medien bieten Forum für öffentliche Kommunikation</p> <p>Bürgerinnen und Bürger sind gleichgestellt / haben gleiche Rechte und Pflichten</p> <p>Journalistische Gattungen: Public Journalism, Citizen Journalism</p>	<p>Journalismus kontrolliert Machtverhältnisse innerhalb der Gesellschaft</p> <p>Watchdogfunktion</p> <p>Journalistische Gattung: Investigativer Journalismus</p>

**Abbildung 1: Zentrale Werte und Aufgaben für Journalismus in Demokratien (Eigene Darstellung in Anlehnung an Trappel/Maniglio 2009: 84f.)**

Journalismus wiederum benötigt Medienorganisationen, um die erstellten Inhalte auch verbreiten zu können. Die Geschäftsmodelle der Medienorganisationen (vgl. etwa Picard 2006) gewährleisten im Idealfall Stabilität bzw. Sicherheit in den Kernaktivitäten und ermöglichen einen dynamischen Entwicklungs- und Innovationsprozess zur Anpassung an zukünftige Entwicklungen. Zum einen müssen die Geschäftsmodelle wirtschaftlich effizient und kostendeckend sein, zum anderen sollen sie gleichzeitig demokratische Gesellschaften mit relevanter Information versorgen. Genau in diesem Zusammenspiel offenbart sich jedoch aktuell eine Krise. „Today we face a crisis in the business model of news. It is not a crisis of demand – audiences ebb and flow, and may be deeply skeptical at times – but the thirst for news and information has not disappeared; it comes down to a crisis of funding.“ (Philips/Witschge 2011: 3).

Die dominanten Nachrichtenorganisationsformen (privat-kommerziell bzw. Public Service) kommen vielen dieser Herausforderungen nach. Dennoch ergeben sich Lücken oder Insuffizienzen in der Bereitstellung von Information (z. B. investigativer Journalismus) und Bedenken über die Qualität journalistischer Inhalte aufgrund mangelnder Ressourcenausstattung in den Redaktionen, kombiniert mit gesteigertem Zeitdruck in Recherchetätigkeiten.

Dieser Beitrag thematisiert zunächst latente Probleme in etablierten Medienorganisationen, die der öffentlichen Aufgabe des Journalismus im Weg stehen. Es handelt sich dabei um eine Auswahl an Problemen, die vor allem darauf hinweisen soll, dass auch abseits von etablierten Organisationsstrukturen alternative Angebote die Bereitstellung von Journalismus übernehmen, erweitern bzw. verbessern könnten.

In weiterer Folge wird eine mögliche Alternative analysiert – journalistische Organisationen, die sich durch Stiftungen bzw. Philanthropie finanzieren. Ihr Potenzial wird durch eine Case-Study-Analyse (vgl. Kapitel 4.1) erforscht und entsprechende Stärken und Schwächen werden herausgearbeitet. Die zentrale Forschungsfrage dafür lautet: *Welche (potenziellen) Leistungen erbringen stiftungsfinanzierte journalistische Organisationen für den öffentlichen Kommunikationsprozess in demokratischen Gesellschaften und welche Möglichkeiten ergeben sich daraus?*

## **2. Etablierte Medienorganisationen und latente Probleme**

Probleme für etablierte Medienunternehmen entstanden vor allem ab dem Jahr 2008 mit der globalen Wirtschaftskrise und dem damit verbundenen Rückgang der Werbeeinnahmen. Diese verringerten Einnahmen führten – als eine Ursache – zu Einsparungen in den journalistischen Bereichen der Medienunternehmen, wie Entlassungen von Redakteurinnen und Redakteuren, Zusammenlegungen zu zentralen Newsrooms auf Kosten der regionalen/lokalen Berichterstattung, oder auch die Schließungen ganzer Redaktionen (vgl. u. a. Downie/Schudson 2009; Fenton 2011). Zunehmende Kommerzialisierung führt mitunter auch dazu, dass teure und aufwändige Inhalte (z.B. investigativ recherchierte Inhalte) aus dem Angebot herausgenommen werden (vgl. Gadringer/Vieth 2012). So entsteht die Problematik, dass diese Inhalte zwar enormen Stellenwert für den öffentlichen Kommunikationsprozess in demokratischen Gesellschaften besitzen, gerade aber durch privat-kommerzielle Strukturen im Medienbereich sehr schwer bereitgestellt werden können.

Auch im Bereich der Public Service Organisationen als Gegenpol zum privat-kommerziellen Modell zeigen sich einschneidende Entwicklungen, wodurch auch der gesellschaftliche Auftrag gefährdet wird. Zwar ist die Finanzierung der laufenden Geschäftstätigkeit weitgehend gesetzlich festgeschrieben und durch Gebühren und Subventionen gewährleistet, dennoch findet man auch hier bedenkliche Entwicklungen. Etwa die *BBC*, die seit 2010 aufgrund von Wirtschaftskrisen und Budgetkürzungen auf einen Teuerungsausgleich für die nächsten sechs Jahre verzichten muss. Bei konstant steigenden Kosten entspricht dies Einnahmeneinbußen von 16 Prozent (vgl. Puppis 2012: 305). Erst kürzlich (Juni 2014) wurde bekannt, dass die *BBC* aus diesem Grund möglicherweise bis zu 600 Jobs im redaktionellen Bereich einsparen muss (vgl. Plunkett 2014: o. S.). Ein anderer Aspekt, der seit der Entstehung von Public Service Medienunternehmen immer wieder deutlich wird, ist die (versuchte) Einflussnahme vor allem durch politische Akteurinnen und Akteure. In Österreich entstand aus diesem Grund die Initiative *SOS – ORF*, in der sich *ORF*-Journalistinnen

und Journalisten gemeinsam mit Unterstützung aus der Bevölkerung gegen das sinkende Qualitätsniveau der Programme und den steigenden politischen Druck wehren (vgl. Duffek 2007: 40; siehe dazu auch <http://www.sos-orf.at/>).

Die Probleme privat-kommerzieller und Public Service Organisationen sind vielfältig. Beispiele sind das Wegbrechen der ökonomischen Basis (vgl. Downie/Schudson 2009; PEJ 2012; Fenton 2011; Phillips/Witschge 2011), schwierigere Bedingungen für Lokalmedien (vgl. Gerth 2012; Fenton 2011; Media Trust 2010), bis hin zu fehlender öffentlicher Legitimation (vgl. Zwicky 2012; Syvertsen 2003). Daraus ergeben sich Veränderungen und Transformationen journalistischer Strukturen, die aus einer normativ-demokratischen Perspektive zumindest bedenklich sind. Durch den Fokus auf die beiden dominanten Modelle und ihre Stärken und Schwächen gelangt die Frage über die eigentlichen (Informations-)Bedürfnisse der Gesellschaft oftmals in den Hintergrund (vgl. Christians et al. 2009: 223). Ein wichtiger medienpolitischer Schritt wäre das Bekenntnis zu Angebotspluralität im Sinne von journalistischen Einheiten, die sowohl ein Massenpublikum, als auch kleinere Gruppen versorgen. „None of the models will achieve perfection – no matter how enthusiastic the reviews from particular camps may be.” (McChesney/Nichols 2010: 161). Die Aufgabe für medienpolitische Entscheidungsträger ist es, Stärken und Schwächen der jeweiligen Organisationsformen zu erkennen und in weiterer Folge Anstrengungen zu unternehmen, negative Auswirkungen zu minimieren bzw. positive Eigenschaften zu fördern und auszudehnen (vgl. ebd.).

Benson (2010: 199) gliedert die dafür erforderlichen medienpolitischen Aufgaben in drei Bereiche. (1) Die Autonomie und Funktionsfähigkeit zentraler und wichtiger Massenmedien muss erhalten und abgesichert werden, egal ob diese privat-kommerziell oder öffentlich organisiert sind. Hauptkriterium ist ihr Engagement für den öffentlichen Kommunikationsprozess und soziale Verantwortung. (2) Erhaltung und Ausweitung von Vielfalt, vor allem in jenen Bereichen, die durch Marktkräfte nicht abgedeckt werden können. (3) Wege und Lösungen finden, um die ersten beiden Bereiche miteinander zu verknüpfen. Das größte Problem für Journalismus ist nach Freedman (2010) die Unterfinanzierung und dadurch die Ressourcenknappheit. Dieses Problem wird durch Engstirnigkeit und fehlendes Interesse für Alternativen verschärft (vgl. Christians et al. 2009: 240; Benson 2010: 199). Neue Wege zur Finanzierung müssen daher angedacht werden. Im besten Fall sollte das Mediensystem eines Landes durch eine Vielzahl an Finanzierungsmöglichkeiten charakterisiert sein. „If public media have their blind spots, so do commercial media” (vgl. Benson 2011: 319). Eine Finanzierungsform, die zwar mindestens so alt wie der Journalismus ist, aber gerade in

den letzten Jahren verstärkt diskutiert wurde, ist Philanthropie und die Akquise von Spenden.

### **3. Journalismus und Philanthropie**

Philanthropie und Spenden wurden nicht nur im Journalismus in letzter Zeit populärer. Gesamtgesellschaftlich betrachtet führten kleinere und größere Krisen dazu, dass Alternativen abseits der ökonomischen Märkte und staatlichen Akteure an Bedeutung gewannen. Strachwitz (2012: 1) verortet diesbezüglich einen Paradigmenwechsel auf dem Gebiet der Philanthropie. Sowohl der Markt, als auch der Staat konnten in wichtigen gesellschaftlichen Bereichen keine zufriedenstellenden Maßnahmen setzen. Die Zivilgesellschaft setzte wieder mehr Vertrauen in Alternativen, die abseits von Markt und Staat erfolgreiche Lösungen versprachen. Philanthropie wurde attraktiver (vgl. ebd.). Zweck der Philanthropie ist die Ausweitung des bürgerlichen Engagements, Stärkung der Zivilgesellschaft, soziale Innovationen oder eigenverantwortliche Reaktionen auf Krisen (vgl. Adloff 2010: 11). In der derzeitigen Situation im Journalismus könnten philanthropische Modelle vor allem Nischen besetzen, die durch etablierte Nachrichtenorganisationen weitgehend vernachlässigt werden. Stiftungsfinanzierte journalistische Organisationen kann man daher als eine Reaktion bezeichnen, die etwas Neuartiges in das sozioökonomische Gefüge einführt und damit die hegemonialen Strukturen etablierter Medien herausfordert und ergänzt. „[...] what is new is not necessarily an invention but more typically *new combinations* of existing ideas, competences and resources [...]” (Storsul/Krumsvik 2013: 14, H. i. O.). Bailey/Cammaerts/Carpentier (2008: 15ff.) fassen derartige Organisationsformen in ihrem zweiten Ansatz zur Charakterisierung alternativer Medien zusammen. Ideologische Auseinandersetzungen in etablierten Modellen resultieren demnach keinesfalls in einer vollständigen Ablöse der alten Strukturen durch ein ‚fertiges Paket‘ an neuen Strukturen. Veränderungen geschehen durch einen politischen Prozess, der lange dauert und ungleiche Machtverhältnisse gegenüber den dominanten Strukturen aufweist.

Dieses Szenario kann anhand alternativer, journalistischer Angebote in den USA beobachtet werden, deren dominante Gegenspieler die kriselnden Zeitungsverlage und Rundfunknetzwerke sind. Downie/Schudson (2009: 44) schlagen deshalb die staatlich initiierte Gründung einer Non-Profit „independentnewsorganization“ vor, die nur im öffentlichen Interesse handelt. Diese soll als Gegenpol zu etablierten Medienunternehmen wieder Anreize für Qualitätsjournalismus schaffen. Eine weitere Forderung ist auch, dass Philanthropen und Stiftungen diese Organisationsform substantiell unterstützen (vgl. ebd.: 45). Philanthropie ist fest in der US-

amerikanischen Gesellschaft verankert. Bildung, Wissenschaft, kulturelle und soziale Einrichtungen sind maßgeblich auf Unterstützung angewiesen. Im Medienbereich wurden bisher öffentlich organisierte Radio- und Fernsehsender unterstützt, allerdings nur im kleinen Rahmen. Bedingt durch die Krise im US-amerikanischen Journalismus (vgl. McChesney/Nichols 2010) haben große Stiftungen, wie die *Knight Foundation* oder die *Sandler Foundation* damit begonnen, journalistische Non-Profit-Organisationen zu gründen und gezielt zu fördern. Zwei Beispiele sollen an dieser Stelle genannt werden.

### 3.1 US-amerikanische Fallbeispiele

#### Center for Investigative Reporting

Das *Center for Investigative Reporting* (CIR) ist die älteste gemeinnützige Organisation in den USA, die investigativen Journalismus als Kernaufgabe betreibt und fördert. Seit der Gründung 1977 werden die vom CIR produzierten Reportagen in prominenten US-amerikanischen Formaten übernommen (*New York Times*, *Washington Post*, *PBS News Hour*, *PBS Frontline*, *Time*). Das CIR arbeitet auch aktiv mit anderen Medienunternehmen, freien Journalistinnen und Journalisten und Bildungseinrichtungen zusammen. Journalistische Inhalte wurden mit bedeutenden Preisen ausgezeichnet und fanden deshalb auch oftmals im Kongress Gehör. Teilweise lieferten diese Inhalte den Anstoß für neue Gesetze (vgl. Friedland/Konieczna 2011: 29). Das CIR ist ein Beispiel dafür, dass journalistische Angebote auf regionaler und lokaler Ebene durch unabhängige Stiftungsfinanzierung wieder belebt werden können. Diese Angebote wurden vor allem in den USA immer weniger und waren für einige Regionen nicht mehr verfügbar. Das CIR hat damit auch die Debatte über Qualitätsjournalismus auf nationaler Ebene wieder mit neuen Argumenten versorgt.

#### ProPublica

Das wohl bekannteste Beispiel für stiftungsfinanzierten Journalismus ist die 2007 gegründete Non-Profit-Organisation *ProPublica*. Die Organisation wird zum größten Teil von der *Sandler Foundation* finanziert, die Redaktion befindet sich in New York. Die journalistischen Inhalte dieser Organisation werden anderen Medienunternehmen kostenlos und exklusiv angeboten (vgl. Puppis 2012: 302). Etablierte Medienunternehmen sind dankbare Abnehmer und können ihrem Publikum oftmals Inhalte vermitteln, die sie sich aufgrund geringer redaktioneller Ressourcen nicht (mehr) leisten können oder wollen. Mittlerweile hat die Organisation eine wichtige

Stellung im US-Medienmarkt für den investigativen Journalismus inne. Hohe journalistische Auszeichnungen und Preise folgten kurz nach der Gründung (vgl. Gadringer/Kweton/Vieth 2012: 326f.). Durch die stabile und gute Ausstattung mit Ressourcen kann die Organisation ohne Finanzierungssorgen und andere Zwänge arbeiten. Sie ist auch eine Anlaufstelle für investigativ arbeitende Journalistinnen und Journalisten, die in ihren Redaktionen nicht mehr die nötigen Strukturen für ihre Tätigkeit vorfinden. Investigativer Journalismus und qualitative Berichterstattung mit großer Publikumsresonanz sind zum Markenzeichen der Organisation geworden.

Während auf der einen Seite des Atlantiks das Potenzial von stiftungsfinanzierten journalistischen Organisationen auf breiter Ebene behandelt wurde bzw. wird, so ist die Auseinandersetzung damit in Europa noch relativ überschaubar. In den letzten Jahren beschäftigte sich etwa das *Reuters Institute for the Study of Journalism* (vgl. Levy/Picard 2011) oder der von der *Friedrich-Ebert-Stiftung* herausgegebene *Innovationsreport Journalismus* (vgl. Kramp/Weichert 2011) mit der Thematik. Eine Gegenüberstellung US-amerikanischer und deutscher Angebote liefert darüber hinaus eine Studie, die vom Institut für Journalistik der *TU Dortmund* in Auftrag gegeben wurde (vgl. Friedland/Konieczna 2011). In aktuellen Publikationen beschäftigen sich Bergmann/Novy (2013), Weichert (2013) und Lobigs (2013: 68f.) mit philanthropischen Finanzierungsmodellen und der Notwendigkeit stiftungsfinanzierter Medien. Nichtsdestotrotz ist weitere Forschung auch gerade deshalb notwendig, da sich vereinzelt auch die Medienpolitik für diese Organisationsform interessiert. So einigten sich die Koalitionsparteien in Nordrhein-Westfalen darauf, eine Stiftung für „Vielfalt und Partizipation“ (NRWSPD – Bündnis 90/Die Grünen NRW 2012: 114) in ihren Koalitionsvertrag aufzunehmen. Diese Stiftung soll „Qualität, Unabhängigkeit und Vielfalt bei der Produktion von Medieninhalten in NRW sicherstellen“ (ebd.).

### **3.2 Potenzial von Philanthropie im Journalismus**

Atton/Hamilton (2008: 27) bezeichnen Philanthropie oder Unterstützung durch Spenden als den offensichtlichsten Gegensatz zum kommerziellen Modell im Journalismus. „Patronage“ (ebd.) für journalistische Organisationen war eine der ersten Formen zur Finanzierung. Die aufstrebenden Industrien im 18. Jahrhundert brauchten gut recherchierte Informationen und bezahlten dafür Spezialistinnen und Spezialisten. Ebenso agierten (bzw. agieren) politische Parteien zur Verbreitung ihrer Anliegen und Agenden. Dadurch konnten zwar die ökonomischen Zwänge für die Publikation vermieden werden, andererseits waren die Inhalte sehr stark von den Interessen der Unterstützerinnen und Unterstützer abhängig und beeinflusst.



Dieser Einfluss auf den journalistischen Inhalt steht in starkem Kontrast zu normativ-demokratischen Werten. Kann dieser Einfluss durch die Organisationsstruktur nicht vermieden werden, so entstehen für philanthropisch finanzierten Journalismus die gleichen Probleme wie in etablierten Medienunternehmen. Privat-kommerzielle Organisationen sind anfällig für zu starken Einfluss der Eigentümerschaft und der werbetreibenden Industrie, öffentliche Medien hingegen sind aufgrund der Nähe zur Politik anfällig für politische Einflussnahme. Dementsprechend muss die Organisationsstruktur philanthropisch finanzierter Organisationen so gestaltet werden, dass sie Einflüsse auf die redaktionelle Leistung ausschließt. Kann diese Organisationsstruktur gewährleistet werden, so zeigt sich eine Reihe von vielversprechenden Vorteilen. „Privates Kapital, das reiche Mitbürger und Unternehmer spenden, hat als zivilgesellschaftliches Instrument der Journalismusförderung eine enorme Relevanz bekommen“ (Weichert 2013: 224). Durch großzügige Ausstattung mit Ressourcen fällt es stiftungsfinanzierten Medien leichter, bestimmte Themen und Agenden auszuwählen ohne sich Gedanken über deren Attraktivität beim Publikum machen zu müssen (Orientierung an großen Reichweiten entfällt).

Ein weiterer Vorteil liegt in der Unabhängigkeit gegenüber konjunkturellen Schwankungen. Stiftungskapital und Spenden sind in der Regel nicht bzw. nur marginal durch Wirtschaftskrisen beeinflusst. Darüber hinaus kann durch Philanthropie und Stiftungen auch die Unterstützung einzelner Personen einfacher gestaltet werden. In dieser Hinsicht spielen redaktionelle Zwänge keine Rolle, wenn individuelle Journalistinnen und Journalisten gezielt durch Stipendien und Fellowships gefördert werden (vgl. Weichert 2013: 228). In Zeiten struktureller Transformationen im Medienbereich, die durch konjunkturelle Schwankungen verstärkt wurden, konnten sich öffentlich oder zivilgesellschaftlich finanzierte Medienunternehmen stärker etablieren (vgl. Novy 2012; Benson 2011).

#### **4. Journalismus und Philanthropie in Europa – Analyse der Case Studies**

##### **4.1 Untersuchungsdesign**

Die Grundgesamtheit für die untersuchten Organisationsformen besteht theoretisch aus allen journalistischen Medienunternehmen, die Ressourcen durch Stiftungen oder philanthropische Entitäten beziehen. In dieser Formulierung ist die Grundgesamtheit damit zu komplex, als dass sie durch eine empirische Untersuchung zugänglich wäre. Eine Reduzierung ist notwendig. Case Studies – als abgesteckte empirische Phänomene und Beispiele aus dieser Grundgesamtheit – erlauben Aussagen über Eigenschaften des

Phänomens, die mit Eigenschaften aus der Grundgesamtheit vergleichbar sind (vgl. Rohlfing 2012: 24). Das Forschungsdesign im Rahmen dieser Untersuchung fokussiert auf drei Grundgesamtheiten, aus denen wiederum einzelne Cases untersucht wurden (vgl. Abbildung 2).

<b>Erste Grundgesamtheit</b>		
The Bureau of Investigative Journalism London (UK)	Interviewtermin 26.7.2012	Interviewpartnerin: Rachel Oldroyd
<b>Zweite Grundgesamtheit</b>		
Scoop Kopenhagen (DK)	Interviewtermin 30.7.2012	Interviewpartner: Henrik Kaufholz
Journalismfund.eu Flandern (BE)	Interviewtermin 30.7.2012	Interviewpartnerin: Brigitte Alfter
<b>Dritte Grundgesamtheit</b>		
taz Panter Stiftung Berlin (DE)	Interviewtermin 6.8.2012	Interviewpartnerin: Konny Gellenbeck

**Abbildung 2: Durchgeführte Interviews**

Die *erste Grundgesamtheit* ist durch die Popularität von *ProPublica* geprägt, das für stiftungsfinanzierte journalistische Angebote oft als Paradebeispiel angeführt wird (vgl. etwa Kleinsteuber 2009; Puppis 2012). Die Grundgesamtheit beinhaltet Organisationen, die eine eigene Redaktionsstruktur besitzen – sie produzieren ähnlich wie etablierte journalistische Medienunternehmen eigene Inhalte. Die Ressourcen dazu beziehen sie jedoch zum größten Teil aus Spenden und anderen philanthropischen Zuwendungen. Das Startkapital stammt aus einer substantiellen, einmaligen Zahlung. Diese Organisationen arbeiten ebenso mit etablierten Medienunternehmen zusammen und erreichen durch Multiplikationseffekte über die Verbreitungswege dieser Unternehmen auch ein breites Publikum. Die journalistischen Inhalte werden häufig kostenlos oder zumindest aufwandsdeckend weitergegeben.

Die *zweite Grundgesamtheit*<sup>2</sup> beinhaltet Organisationen, die investigative Recherche vor allem dort fördern, wo ‚herkömmliche‘ Medienunternehmen kaum oder nicht in der Lage sind, diese Recherche durchzuführen und zu verbreiten. Eine eigene redaktionelle Struktur ist dafür nicht zwingend notwendig. Einige Definitionen für diese Grundgesamtheit liefert das in Kapitel 3.1 dargestellte CIR. Das CIR kooperiert aktiv mit anderen Medienunternehmen, aber auch mit einzelnen Personen (freie Journalistinnen und Journalisten), sowie auch mit Institutionen (Universitäten und andere Bildungseinrichtungen). Durch Organisationen dieser Grundgesamtheit kann investigativer Journalismus über territoriale Grenzen hinweg betrieben werden.

<sup>2</sup> Begründung für die Auswahl von zwei Organisationen für die 2.GG: Der Vergleich einer schon vor längerer Zeit gegründeten Organisation (Scoop, 2003) mit einer jüngeren (Journalismfund.eu, 2008) ermöglichte Rückschlüsse auf Schwierigkeiten bei der Gründung bzw. Nachhaltigkeit.

Investigativer Journalismus kann durch solche Organisationen entweder erst ermöglicht oder revitalisiert werden.

Die *dritte Grundgesamtheit* beinhaltet vor allem journalistische Gattungen, die auf Partizipation und Vermittlung von journalistischen Werten abzielen. Beispiele dafür sind die *Pew Charitable Trusts*, speziell die Unterorganisation *Pew Center for Civic Journalism*, aber auch die *Knight Stiftung* mit dem *Institute for Interactive Journalism* (vgl. Friedland/Konieczna 2011: 20f.). Etablierte Medienunternehmen arbeiten mit diesen Organisationen zusammen oder integrieren deren Konzepte in die Unternehmensstruktur. Ziele sind die Ausbildung von Nachwuchskräften, vor allem die Vermittlung der klassischen journalistischen Profession, kritisches Denken und Hinterfragen, Partizipation, Ethik etc. Auch die Zivilgesellschaft soll dadurch gestärkt werden, indem einfachen Bürgerinnen und Bürgern („Laien“) Zugang zum bzw. erste Erfahrungen und Weiterbildung im Journalismus geboten werden.

Die explorative Untersuchung in den Case Studies erfolgte durch teilstrukturierte, qualitative Leitfadeninterviews (vgl. Atteslander 2003:145), die die Grundlage für diese Untersuchung darstellen. Innerhalb der untersuchten Organisationen sollten die Gespräche mit Personen geführt werden, die im Optimalfall sowohl mit journalistischen, als auch mit organisatorischen Aufgaben und Tätigkeiten betraut sind (z.B. Chefredaktion). Ergänzt wurden die Interviews durch eine qualitative Dokumentenanalyse (z.B. Interpretation von Organisationsleitbild, Finanzierungsabkommen). Das Datenmaterial wurde sowohl anhand deduktiver Faktoren (z. B. Finanzierung, Organisationsstruktur), als auch nach Faktoren, die sich im Forschungsverlauf offenbarten (explorativ – z. B. innovative Inhalte), ausgewertet.

Im folgenden Abschnitt werden die Organisationen kurz skizziert, Kapitel 5 zeigt im Anschluss ausgewählte Ergebnisse aus den Case Studies. Die Gliederung der Ergebnisse erfolgte aufgrund von Kriterien aus dem vorhandenen Diskurs über Stiftungsjournalismus, v. a. im deutschsprachigen Raum (vgl. dazu etwa Lilienthal 2011; Bergmann/Novy 2012). Besondere Beachtung finden darin die *Finanzierung*, die *Distribution der Inhalte* und *interne Strukturen*:

- Alternative Finanzierung

- Vor allem Möglichkeiten zur Finanzierung von journalistischen Inhalten; Finanzierung von Inhalten, die es seltener gibt, oder nicht von allen Verlegern ermöglicht werden (strukturell)

- Verbreitung der Inhalte – Branchenaustausch

- Sicherung der Aufmerksamkeit; die erstellten Inhalte sollten möglichst auch einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden, z. B. durch

Kooperationen mit anderen Medienunternehmen

- Entscheidungsprozesse, Werte und Kontrolle

Stichworte darunter sind etwa Transparenz, Glaubwürdigkeit, Professionalität, ethische Standards, Unabhängigkeit, Neutralität, Transparenz, Relevanzprüfung bzw. Freiheit der Kritik und Verfahren zur Sicherung dieser Kriterien

## 4.2 The Bureau of Investigative Journalism

### The Bureau of Investigative Journalism (BIJ)

Organisation	Non-Profit	
Gründung	April 2010	
Standort	London (UK)	
Beschreibung	Das BIJ ist ein Medienunternehmen mit eigener Redaktion. Das Redaktionsteam setzt sich aus journalistisch erfahrenen Personen und jüngeren Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten zusammen. Das Organisationsziel ist die Herstellung von qualitativ hochwertigem Investigativjournalismus. Umfangreiche Spenden (Potter Foundation – Gründungskapital). Vermarktung von Rundfunkbeiträgen.	
Organisationsleitung	<i>Managing Editor</i> Christopher Hird (seit 12/2012) Iain Overton (04/2010-11/2012)	<i>Deputy Editor</i> Rachel Oldroyd
Gremien/ Organe	<i>Trust</i> Sir David Bell, Elaine Potter, David Potter, James Lee, George Brock	<i>Editorial Advisory Board</i> Ray Fitzwalter, Gavin MacFadyen, David Pallister, Isabel Hilton
Finanzierung	Spenden durch Stiftungen, kommerzielle Erträge; keine Werbung	
Verbreitung von Inhalten	Projekte und Stories werden auf der organisationseigenen Website veröffentlicht. Darüber hinaus werden Projekte häufig in Partnerschaften/Kooperationen mit anderen Medienunternehmen veröffentlicht.	

Abbildung 3: Organisationsportrait BIJ (Eigene Darstellung nach BIJ o. J.: o. S.; Greenslade 2012: o. S.; o. A. 2012: o. S.)

Das BIJ wurde im April 2010 durch eine Grundfinanzierung der Potter Foundation gegründet (Startkapital ca. zwei Mio. GBP). Die Personalstruktur setzt sich aus einem permanenten Kern (vier Personen) und vertraglichen Dienstverhältnissen zusammen. Der permanente Kern besteht aus dem Chefredakteur (gleichzeitig Herausgeber), einem Deputy Editor, den Posten des Chefreporters und des Produktionsmanagers. Die vertraglichen Dienstverhältnisse gliedern sich in Senior und Junior Journalists. Die Senior Journalists haben eine lange Berufslaufbahn hinter sich und sind erfahrene Journalistinnen und Journalisten. Seit der Gründung gab es im Bereich der Senior Journalists kaum Veränderungen. Die erfahrenen Personen werden durch Junior Journalists unterstützt. Diese Personen werden in der Regel für etwa ein Jahr in die Organisation aufgenommen und sollen in dieser Zeit praktische Erfahrungen sammeln. Das BIJ kombiniert in den Projekten immer die erfahrenen, routinierten Personen mit jüngeren. Der durchschnittliche Personalbestand in der Organisation sind 12-13

Personen. Der permanente Kern und die Senior Journalists sind relativ fixe Bestandteile der Organisation und prägen auch den Organisationscharakter. Diese Personen waren in etablierten Medienunternehmen (*The Sunday Times, BBC, Guardian*) in höheren Funktionen angestellt. Ihre Erfahrungen werden in der Projektarbeit an jüngere Journalistinnen und Journalisten weitergegeben.

Das BIJ besitzt ein Gremium, das sich speziell mit der redaktionellen Leistung und dem Output beschäftigt – das Editorial Advisory Board (fünf Personen). Die wesentlichste Entscheidung, die dem Board zukommt, ist die Frage, ob ein Projekt im öffentlichen Interesse liegt und aus diesem Grund weiter bearbeitet wird. In weiterer Folge wird auch über die verwendeten Methoden und Vorgehensweisen in den Projekten entschieden. Das Editorial Advisory Board ist die zentrale Kontrollinstanz für die journalistische Organisation. Der Umstand, dass die Organisation relativ klein ist, führt dazu, dass Projekte detailliert abgehandelt und beurteilt werden können. Der Faktor Routine/Professionalität spielt die größte Rolle und ist maßgeblich für die Zulassung oder Ablehnung von Projekten. Das BIJ hat damit drei wesentliche Elemente: den Trust (Verwaltung, Finanzierung, Ernennung des Chefredakteurs), das Advisory Board (Kontrolle und Zulassung der Projekte) und die Redaktion.

### 4.3 Scoop

#### Scoop

Organisation	Non-Profit, Verein		
Gründung	Mai 2003		
Standort	Dänemark (Sitz des Trägervereins FUJ in Kopenhagen)		
Beschreibung	Scoop ist ein Netzwerk, das Recherchestipendien an einzelne professionelle Journalistinnen und Journalisten in Osteuropa vergibt. Stipendien für die Herstellung von investigativ recherchierten Projekten. Das Netzwerk funktioniert auf einer Peer-to-Peer-Basis, beginnend im dänischen Verein, über lokale Koordinationsebene, bis hin zu den einzelnen Projekten.		
Organisationsleitung	<i>Präsident</i> John Hansen	<i>Vorsitzender internationales Komitee</i> Henrik Kaufholz	
Gremien/ Organe	<i>Dänischer Trägerverein</i> besteht aus Journalistinnen und Journalisten, die Mitglieder im <i>Foreningen for Undersøgende Journalistik</i> (FUJ – Dänische Vereinigung für investigativen Journalismus) sind	<i>Lokale Koordinatoren</i> Journalistinnen und Journalisten in den Ländern des Netzwerks	<i>International Media Support</i> Dänische NGO, verantwortlich für Verwaltungsaufgaben
Finanzierung	Öffentliche Gelder (Regierung), Spenden durch Stiftungen		
Verbreitung von Inhalten	Projekte und Stories werden auf der organisationseigenen Website veröffentlicht. Darüber hinaus werden Projekte häufig in Partnerschaften/Kooperationen mit anderen Medienunternehmen veröffentlicht.		

Abbildung 4: Organisationsporträt Scoop (Eigene Darstellung nach Scoop o. J.: o. S)

Scoop ist als Verein organisiert und unterstützt investigativen Journalismus und dessen internationale Verbreitung. Vor allem in Osteuropa, wo bisherige Aktivitäten

zur Journalismusförderung keine Erfolge brachten, setzte Scoop auf die Förderung einzelner Journalistinnen und Journalisten (keine Redaktionen bzw. Verlage). Bis zum Sommer 2012 wurde dies in etwa 400 Fällen in sämtlichen Ländern Osteuropas und dem Balkan praktiziert.

Das Prinzip von Scoop baut auf einer Support-Structure auf. Mitglieder des dänischen Vereins koordinieren die unterschiedlichen Länder, wobei jedes Mitglied für bestimmte Länder verantwortlich ist. Die dänischen Koordinatorinnen und Koordinatoren arbeiten mit Partnern in den jeweiligen Ländern zusammen. Lokale Kontakte liefern Wissen über die Beschaffenheit der nationalen Mediensysteme und bringen ihre Erfahrungen über den dort praktizierten Journalismus ein. Gemeinsam wird über die Bewilligung von Projekten und die Vergabe von entsprechenden Recherchestipendien entschieden.

Parallel dazu gibt es eine Verwaltungsstruktur, die für das Fundraising, die Ausstattung der Recherchestipendien und alle sonstigen Verwaltungsaufgaben verantwortlich ist. Die Organisation dahinter heißt *International Media Support* (IMS), eine dänische NGO. IMS hat keinerlei Einfluss auf den redaktionellen Bereich. Die Entscheidung, welche Projekte durchgeführt werden und wertvoll für die Gesellschaft sind, wird durch die dänischen Mitglieder und die lokalen Kontakte getroffen. IMS muss dafür die Mittel bereitstellen und die allfälligen Vereinbarungen (Verträge etc.) treffen. Diese Verwaltungsorganisation verteilt Ressourcen für die journalistische/redaktionelle Tätigkeit, sorgt jedoch nicht für die Verbreitung der Inhalte.

#### 4.4 Journalismfund.eu

##### Journalismfund.eu

Organisation	Projektstruktur (Projekt einer Non-Profit-Organisation)		
Gründung	Herbst 2008		
Standort	Belgien (Sitz der Trägerorganisation in Zellik)		
Beschreibung	Projekt des Pascal Decroos Fund, dessen Ziel u.a. die Förderung von investigativem Journalismus ist. Vergabe von Recherchestipendien an professionelle Journalistinnen und Journalisten. Wesentliches Kriterium ist der thematische Bezug zu Europa. Die Abwicklung der geförderten Projekte muss grenzüberschreitend und im Team erfolgen. Daraus sollen Stories entstehen, die ohne diese Zusammenarbeit nicht möglich wären.		
Organisationsleitung	<i>Managing Director (MD)</i> Ides Debruyne		<i>Director Europe (DE)</i> Brigitte Alfter
Gremien/ Organe	<i>Pascal Decroos Fund</i> Trägerorganisation des Projekts Journalismfund.eu	<i>Advisory Board</i> Beratergremium, sowohl für alltägliche Geschäfte (Daily Advisory Board = DE, MD + 2 Pers.), als auch für grundlegende Entscheidungen (Full Advisory Board = DE, MD + 12 Pers.)	<i>Jury</i> besteht aus 4 journalistisch erfahrenen/renommierten Personen (anonym), entscheidet über die Vergabe der Recherchestipendien
Finanzierung	Zuwendungen durch Stiftungen; keine Werbefinanzierung		
Verbreitung von Inhalten	Projekte und Stories werden durch Partnerschaften/Kooperationen mit anderen Medienunternehmen veröffentlicht.		

Abbildung 5: Organisationsporträt Journalismfund.eu (Eigene Darstellung nach Journalismfund o. J.: o.S)

Journalismfund.eu ist auf Projektbasis organisiert. Es werden Recherchestipendien an einzelne Journalistinnen und Journalisten zur Bearbeitung von investigativen Projekten vergeben. Journalismfund.eu vergibt Stipendien für Projekte, in denen Themen mit Bezug zu Europa recherchiert werden. Die Gründungsinitiative erfolgte durch die Erfahrungen bei *Scoop* (vgl. voriges Kapitel) und dem flämischen *Pascal Decross Fund*, der Recherchestipendien in Flandern vergibt. Journalismfund.eu wurde im Herbst 2008 gegründet und ist als Projektorganisation in den *Pascal Decroos Fund* integriert. Journalistinnen und Journalisten, die sich hier für ein Recherchestipendium bewerben, müssen vor allem zwei Kriterien beachten. (1) Das Thema muss für eine europäische Öffentlichkeit relevant sein, z. B. Agrarförderungen in unterschiedlichen Ländern der EU, und (2) es muss in Zusammenarbeit mit anderen Journalistinnen und Journalisten grenzüberschreitend bearbeitet werden. Journalismfund.eu knüpft an das Modell von *Scoop* an. Für die Ausdehnung auf eine europäische Ebene konnten daher die Erfahrungen aus *Scoop* und dem *Pascal Decroos Fund* gut als Basis verwendet werden. Es hat sich gezeigt, dass Recherchestipendien relativ gut funktionieren, um investigative Berichterstattung zu forcieren und Qualitätsjournalismus zu stimulieren. Allerdings können durch Stipendien keine journalistischen Modelle ersetzt werden, die sich selbst tragen bzw. sich aus eigenen Einkommensquellen finanzieren können. Das Potenzial der Organisation ist groß, vor allem was die Recherche und Berichterstattung über europäische Themen betrifft. Inhalte dieser Art können nur von wenigen etablierten Medienunternehmen bereitgestellt werden.

#### 4.5 taz Panter Stiftung

##### taz Panter Stiftung

Organisation	Stiftung nach deutschem Stiftungsrecht		
Gründung	Oktober 2008		
Standort	Berlin (DE)		
Beschreibung	An die taz Genossenschaft (Verlag) angegliedert. Fördert Meinungsvielfalt und Partizipation durch die Abhaltung journalistischer Workshops (vgl. Friedland/Konieczna 2011: 41f.). In diesen Workshops werden junge Menschen dazu eingeladen, sich mit journalistischer Tätigkeit auseinanderzusetzen und daraus auch Inhalte für die Printausgabe zu erstellen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung von journalistischen Werten. Das Grundkapital der Stiftung trägt auch zu deren Finanzierung bei (Gebäude des taz Verlages gehören der Stiftung – der Verlag bezahlt dafür Zinsen).		
Organisationsleitung	Stiftungsvorstand Konny Gellenbeck, Karl-Heinz Ruch		
Gremien/ Organe	Kuratorium Entscheidet über alle Aktivitäten der Stiftung	Vorstand Übernimmt die Geschäftsführung, setzt die Maßnahmen des Kuratoriums um.	Stiftungsteam Organisation und Verwaltung (größtenteils ehrenamtlich)

Finanzierung	Private Spenden, Zinserträge (aus Immobilienveranlagung), diverse Erlöse aus Veranstaltungen, keine Werbefinanzierung
Verbreitung von Inhalten	Sonderteil in der Printausgabe der taz

**Abbildung 6: Organisationsporträt taz Panter Stiftung (Eigene Darstellung nach taz o.J.: o.S.)**

Die taz und der taz-Verlag sind etablierte Medienunternehmen im deutschen Mediensystem. Es handelt sich um eine undogmatische und links ausgerichtete Zeitung, die auch über einen modernen Onlineauftritt verfügt (vgl. Zwicky 2012: 323). Die taz wollte ihre Nachhaltigkeit ausbauen und gründete die Stiftung um zukünftige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Journalismus heranführen zu können. Die ersten Aktivitäten der Stiftung waren Workshops für junge Menschen, die sich für Journalismus interessieren. Das Ziel war darüber hinaus, Menschen für den Journalismus zu begeistern und neben den professionellen Journalistinnen und Journalisten eine ‚Journalismusförderung‘ für Bürgerinnen und Bürger zu betreiben. Durch die Stiftung werden die Kosten für Workshops und die Reisekosten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gedeckt. Die Workshops werden durch erfahrene Redakteurinnen und Redakteure begleitet, die die Einhaltung professioneller journalistischer Arbeitstechniken kontrollieren. Das Stiftungskapital wird neben den Workshops noch für die Vergabe des taz Preises und für zwei Volontärsstellen für Personen mit Migrationshintergrund verwendet. Das Aufgabenspektrum der Stiftung ist offen definiert. Eine Erweiterung der Aufgaben müsste nur vom Kuratorium abgesegnet werden. So wäre es etwa prinzipiell möglich, dass sich die Stiftung auch auf investigativen Journalismus spezialisiert. Das Ziel dieser Workshops ist die Erlernung des journalistischen ‚Handwerks‘ oder zumindest Teilen davon.

## 5. Potenzial von Stiftungsjournalismus

### 5.1 Alternative Finanzierung

Das BIJ wird durch den Trust geführt, der vor allem für die Finanzierung und Verwaltung zuständig ist. Bedingt durch den Non-Profit-Charakter sichert sich die Organisation ihre finanziellen Mittel aus philanthropischen und wohltätigen Zuwendungen. Es ergeben sich dadurch besondere Synergieeffekte (vgl. Picard 2011: 26). Die Abhängigkeit von kommerziellen Erträgen fällt durch diese Finanzierungsform weitgehend weg. Die journalistische Organisation (Redaktion) kann sich daher auch auf Inhalte konzentrieren, die sie originär recherchiert und aufbereitet – die Unabhängigkeit der redaktionellen Tätigkeit gegenüber einfachen Agenturmeldungen, vorbereiteten PR-Aussendungen etc. kann dadurch gewährleistet werden. Die Eigentümerschaft durch eine Stiftung wahrt wiederum den normativen Charakter der



journalistischen Organisation und die Gründungsvision. Der Trust ist außerdem bestrebt, die Nachhaltigkeit und das Bestehen der Organisation zumindest auf eine mittelfristige Dauer abzusichern. Gleichzeitig können die Stiftungsmitglieder keine uneingeschränkte Kontrolle über die Organisation erlangen. Als Schwäche ist die Abhängigkeit gegenüber Spenden zu nennen. Aus diesem Grund ist das BIJ ein klassischer Fall für die schwierig zu erreichende Nachhaltigkeit (vgl. Picard 2014: 3f.). Die Gründung und Existenz hängt wesentlich von der Grundfinanzierung ab, welche auf fünf Jahre vergeben wurde. Der Weiterbestand und die weitere Finanzierung hängen nun von einem erfolgreichen Geschäftsmodell ab. Der substantielle Unterschied zu *ProPublica* (USA) ist die größere Initialfinanzierung bei der US-Organisation und die Absicherung durch weitere Spendenbeträge. Stiftungsfinanzierte Organisationen in den USA forderten bzw. erhielten charitable-Status und konnten damit auf weitere Geldgeber hoffen. Die Spendenbereitschaft gegenüber journalistischen Medienunternehmen, ist zumindest im US-Markt vorhanden. Die gleiche Entwicklung möchte auch das BIJ durchmachen. Stiftungen und andere philanthropische Organisationen können aber durch die derzeit gültige Rechtslage keine finanziellen Mittel an das BIJ vergeben (kein charitable-Status). Das Grundprinzip ‚not-for-profit‘ wird dennoch weiterhin verkörpert. Die Organisation bleibt auf das Fundraising und – durch das Fehlen der gesetzlichen Grundlage – auf die Zahlungsbereitschaft einiger weniger Geldgeber angewiesen.

Recherchestipendien (Scoop und Journalismfund.eu) bieten die Möglichkeit, besondere und spezielle Recherchen durchführen zu können, die in Strukturen etablierter Medienunternehmen nur schwer möglich wären. Die Organisationen stellen für Projekte die notwendigen Ressourcen zur Verfügung, alles Weitere hängt von den Fähigkeiten der Journalistinnen und Journalisten ab. Die Besonderheit ist die Förderung von investigativem Journalismus, der zu der journalistischen Kultur der jeweiligen Länder und Regionen passt. Nationale Grenzen spielen dabei eine untergeordnete Rolle. Dies ist oft mit freiwilligem Engagement, geringer Entlohnung oder zumindest Aufwandsdeckung verbunden. Die Belohnung für die geleistete Arbeit sind gute Recherchen, journalistische Auszeichnungen und Engagement für das journalistische Berufsethos.

Die finanzielle Basis von Scoop erscheint gegenüber anderen stiftungsfinanzierten Organisationen relativ gut abgesichert. Gelder werden vor allem aus dem EU-Nachbarschaftsprogramm (Medienprojekte) bezogen. In der Zeit von 2003 bis 2007 wurde Scoop gezielt vom dänischen Außenministerium gefördert. Seit 2007 wurde das Fundraising durch IMS übernommen, die staatlichen Geldquellen blieben allerdings erhalten. Das professionelle Fundraising durch IMS ermöglicht es, auch andere Quellen

heranziehen zu können. Für die Aktivitäten von Scoop wurden seit der Gründung insgesamt bereits 24 Millionen DKR ausgegeben. Wesentliche Zuneigungen kommen von den Staaten Dänemark und Schweden, aber auch von Stiftungen wie der *Open Society Foundation* oder der norwegischen Stiftung *Fritt Ord*. Scoop bewirbt sich allerdings nicht für direkte Gelder der EU. Die Begründung dafür ist der hohe Verwaltungsaufwand, der durch die (größtenteils) ehrenamtlichen Mitglieder nicht bewältigt werden kann.

Journalismfund.eu finanziert sich rein aus Zuwendungen durch Stiftungen. Derzeit bezieht die Organisation Geld von zwei bereits genannten Stiftungen, *Fritt Ord* und die *Open Society Foundation*. Alle Gelder stammen somit aus Quellen die sich außerhalb der EU befinden. Journalismfund.eu versuchte allerdings bei einer EU-Ausschreibung Mittel zu lukrieren (fünf Mio. EUR für ein journalistisches Pilotprojekt). Das Geld war vom Europäischen Parlament genehmigt und bereits in das Budget übernommen. Das Pilotprojekt konnte allerdings aufgrund verwaltungstechnischer Probleme auf Seiten der Kommission nicht realisiert werden. Die Kommission wollte in die Bewerbungen für die Recherchestipendien Einsicht haben. Aus der Sicht von Journalismfund.eu war dies jedoch auf keinen Fall möglich. Dadurch wären die redaktionelle Unabhängigkeit und Freiheit in Gefahr. Die Kommission hätte damit das Recht gehabt, ebenfalls über die Zulassung bzw. Ablehnung von Projektanträgen zu entscheiden. Es erscheint naheliegend, dass nur Projekte genehmigt würden, die keine kritische Berichterstattung gegen Organe der EU im Projektantrag integriert haben. In weiterer Folge wurde das bereits bewilligte Pilotprojekt eingestellt und die entsprechenden Gelder anderweitig verwendet.

Das Fundraising für Journalismfund.eu gestaltet sich sehr schwierig. Noch gibt es wenige Stiftungen, die Journalismus fördern oder aufgrund gesetzlicher Beschränkungen keine Gelder für journalistische Organisationen vergeben können (Analogie zum charitable-Status des BIJ). Für beide Organisationen kann die redaktionelle Unabhängigkeit durch die Organisationsstruktur gewährleistet werden. Als Beispiel dient Scoop: Gelder werden durch IMS akquiriert und schließlich ohne Einfluss auf den Inhalt an die jeweiligen Projekte weitergegeben. IMS befolgt hier auch Verhaltensregeln und Grundsätze, die in einem Memorandum of Understanding festgeschrieben sind. Scoop garantiert den korrekten Ablauf und macht ihn transparent.

Das Grundkapital der taz Panter Stiftung wurde aus Spenden generiert und in die Gebäude des taz-Verlags investiert. Damit konnte das Darlehen gegenüber den Banken zurückgezahlt werden. Anstelle der Zinsen für das Darlehen bekommt die Stiftung vom taz-Verlag jährliche Zinsen in der Höhe von fünf Prozent. Kombiniert mit dem

Spendenaufkommen beträgt das jährliche Gesamtbudget etwa 100.000 EUR. Die Gründung der Stiftung brachte keine wesentlichen Probleme mit sich. Eine mäßige Herausforderung ist die Gewährleistung des jährlichen Spendenbetrags. Die Stiftung muss dadurch immer wieder klar machen, wofür die Gelder verwendet werden und welcher Zweck damit verfolgt wird. Es zeigt sich auch die Schwierigkeit, unabhängige und ungebundene Gelder akquirieren zu können. Die taz Stiftung hält jedoch das Spendenmodell und die gesetzliche Grundlage in Deutschland als gut geeignet.

Das Bewusstsein hinsichtlich der Abhängigkeit von Geldgebern ist jedoch vorhanden. Unterstützung durch größere Stiftungen (*BMW Herbert Quandt, Volkswagen Stiftung*) wäre aber durchaus willkommen. Die taz Panter Stiftung würde ihr bisheriges Programm dadurch weiter ausbauen und regelmäßiger abhalten, z. B. mehr Workshops, mehr öffentliche Veranstaltungen.

## **5.2 Verbreitung der Inhalte– Branchenaustausch**

Die untersuchten Organisationen sind klein, wodurch ein reger Austausch mit anderen Medienunternehmen erforderlich ist. Das BIJ betreibt diesen Austausch und diese Interaktion vor allem, um die produzierten Inhalte einem breiten Publikum zur Verfügung stellen zu können. Dabei können zwei Varianten unterschieden werden: (1) die Partner sind nicht in die Produktion involviert, sondern verbreiten lediglich die Story nach deren Fertigstellung; oder (2) die Partner sind im journalistischen Prozess beteiligt und stellen dafür auch Ressourcen bereit. Im letzteren Fall ergeben sich für das BIJ gewisse Spannungen. Das Organisationsziel und die Gründungsvision besagen, dass das Hauptaugenmerk auf der Qualität der journalistischen Projekte liegen soll. Zeitliche, ökonomische, politische oder sonstige Erfordernisse sind in dieser Hinsicht eher sekundär. Für das BIJ steht hingegen die umfangreiche Berichterstattung in den Projekten im Vordergrund. Ein Projekt muss auf öffentlichem Interesse basieren (Testverfahren im Advisory Board). Dieses öffentliche Interesse muss in weiterer Folge auch ausreichend bedient werden (z. B. zusätzliche Recherchezeit, Ausgaben für Gutachten etc.). Das BIJ ist in der Position, den Veröffentlichungsdruck weitgehend ausgleichen zu können, was involvierte Partner möglicherweise nicht können. Es kommt zu einer Verschmelzung unterschiedlicher organisatorischer Anforderungen und damit auch zu einer Übertragung der organisationstypischen Zwänge, die immer wieder ausgeglichen werden müssen.

Durch die Reputation und den inhaltlichen Schwerpunkt (investigativer Journalismus) werden auch gewisse Projekte an die Organisation herangetragen. Das BIJ erhielt beispielsweise eine Anfrage zur Bearbeitung von Teilen des *WikiLeaks*-Projekts. Auch *Channel 4* und andere Partner treten öfter an die Organisation heran und schlagen

potenzielle Themen zur Bearbeitung vor. Schnittstellen mit anderen Playern in der Branche gibt es vor allem in der erwähnten Variante 1, der Verbreitung von fertig produzierten Projekten. Hier ist die Einschätzung der Redakteurinnen und Redakteure hinsichtlich der Verbreitung wichtig. Ein Beispiel: Ein bestimmtes Projekt lässt sich am besten durch eine Fernsehdokumentation illustrieren. Das BIJ kontaktiert einen geeigneten Fernsehsender und fragt an, ob dieser interessiert ist. Falls ja, erfolgt die Ausstrahlung des fertig produzierten Projekts über das Programm dieses Senders. Auch thematisch wird auf die Verbreitung durch geeignete Partner geachtet. So lassen sich beispielsweise Enthüllungen zum Finanzmarkt am besten in jenen Medien platzieren, deren Schwerpunkt auf Wirtschaft liegt.

Für die Verbreitung der Inhalte aus den Projekten von Scoop und Journalismfund.eu wird meistens auf die Kooperation mit etablierten Medienunternehmen in den jeweiligen Ländern vertraut. Vor und während der Projektbearbeitung wird bereits das Interesse an der Publikation abgefragt. Da einzelne Journalistinnen und Journalisten die Projekte bearbeiten, sind eine Publikationsplattform und damit auch der Branchenaustausch enorm wichtig. Die Projekte von Scoop werden sowohl im nationalen Kontext, als auch auf der organisationsinternen Website veröffentlicht. Die Publikation in nationalen Medien hat aufgrund der höheren Relevanz aber Priorität und wird durch Kooperationen mit etablierten Medienunternehmen gewährleistet. Die Rechercheprojekte werden regelmäßig für journalistische Auszeichnungen und Preise vorgeschlagen – sehr oft schon erfolgreich. Die Bekanntheit der Projekte kann damit wiederum gesteigert werden.

Bei Journalismfund.eu liegt den Projektanträgen meist ein ‚Letter of Intent‘ bei. Darin bekunden etablierte Medienunternehmen ihr Interesse an der Story und die beabsichtigte Veröffentlichung. So bestehen bereits bei der Einreichung eines Projekts Vereinbarungen für die Publikation und die Verbreitung der Inhalte. Aufgrund der Anforderung zur grenzüberschreitenden Recherche liegen den Projekten meistens auch Herausgebererklärungen von Medienunternehmen in den jeweiligen Ländern bei.

Der Fokus der taz Panter Stiftung liegt wiederum mehr an der Herausbildung journalistischer Persönlichkeiten. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops werden später in einen ‚Nachwuchstopf‘ aufgenommen. Daraus werden sowohl Volontariatsstellen, als auch Praktikumsstellen für aktuelle Projekte vergeben. Sonderprojekte und die Volontariatsstelle in Hamburg werden aus diesem Topf besetzt. Die taz profitiert durch die Aktivität der Stiftung in der Form, dass eine Jobbörse geschaffen wird. Dabei können Talente in die Redaktion integriert werden.

### 5.3 Entscheidungsprozesse, Werte und Kontrolle

Die Arbeitsweise im BIJ ist sehr stark auf Teamwork und Kooperation ausgerichtet. Die unterschiedlichen Projekte und Stories sind zu groß, als dass sie einzelne Personen bearbeiten könnten. Bei der Teamarbeit wird auf eine Kombination aus jungen und älteren bzw. erfahreneren Journalistinnen und Journalisten gesetzt. Es kommt zu einer Verschmelzung von Erfahrung/Routine und Interesse/Recherchetalent. Diese Form der Aus- und Weiterbildung kommt für gewöhnlich in etablierten Medienunternehmen nicht vor. Für das BIJ bedeutet das sowohl detaillierte Recherche für die jeweiligen Projekte, als auch Verbesserung der Fähigkeiten und Erfahrung des Personals.

Journalistische Methoden müssen immer erst vom Advisory Board genehmigt werden. Sollte ein methodisches Vorgehen gegen journalistische Ethikkriterien verstoßen, so muss das Advisory Board dies zuerst genehmigen. Genehmigungen können nur erteilt werden, wenn das Projekt im öffentlichen Interesse ist und außerdem verhältnismäßig gegenüber der Verletzung der journalistischen Ethik ist. Das Board mit seiner professionellen Erfahrung wägt somit ab, ob entweder das öffentliche Interesse, oder die Einhaltung journalistischer Ethik wichtiger sind. Für diese Entscheidung ist das Advisory Board jedoch auch später verantwortlich. Darüber hinaus arbeitet das BIJ aufgrund der crossmedialen Ausrichtung unter den Regelungen des *Ofcom Code* (Rundfunk), den Vorgaben durch die *Press Complaints Commission* (PCC) und dem *Editor's Code*. Die Einhaltung dieser Regelwerke ist vor allem aufgrund der investigativen Tätigkeit wichtig. Es werden brisante Machtkonstellationen analysiert oder Machtmissbrauch aufgezeigt. Ethisch korrekte und gesetzeskonforme Arbeitsweisen sind daher zwingend erforderlich. In der Organisationsstruktur des BIJ herrscht redaktionelle Unabhängigkeit, sowohl vom Advisory Board, als auch vom Trust. Projekte und Stories sollen aus der Redaktion (einzelne Personen oder Gruppen) entstehen. Das BIJ wurde speziell dafür gegründet, um sämtliche Zwänge (ökonomische, politische etc.) im redaktionellen Umfeld zu umgehen. Durch unabhängige Finanzierung und die Stiftungsstruktur scheint dies auch möglich zu sein. Nachdem das Organisationsziel die Erstellung und Verbreitung von qualitativ hochwertigem Journalismus ist, besteht die größte Verpflichtung aber gegenüber der Öffentlichkeit. Das BIJ muss daher kontinuierlich publizieren und Inhalte in den öffentlichen Kommunikationsprozess einbringen.

Scoop hat einen internen Mechanismus, der sicherstellt, dass die journalistischen Inhalte auch rechtlichen Normen und ethischen Anforderungen entsprechen. Für jedes Projekt wird ein Legal-Screening-Prozess durchgeführt. Eine juristisch fachkundige Person überprüft die Projektanträge und die fertigen Projekte auf mögliche Problemfelder. Die Kriterien dafür sind bekannt und können sowohl in der Recherche,

als auch beim Einbringen des Projektantrags berücksichtigt werden. Dieser Mechanismus ist sehr erfolgreich, da durch die Vorabkontrolle teure Prozesskosten im Nachhinein vermieden werden. Für die Projektanträge gelten außerdem einige Richtlinien. Es müssen Informationen geliefert werden, die für die jeweiligen Regionen oder Staaten relevant sind, d. h. Sachverhalte der Lebenswelt transparent machen oder Zusammenhänge herstellen. Außerdem ist tiefgründige Recherchetätigkeit notwendig. Diese grobe Definition dient als Ausgangspunkt für Projektanträge. Scoop greift nicht in die redaktionelle Freiheit der Projektantragstellenden ein. Ist das Projekt erst einmal genehmigt, so obliegt es den Journalistinnen und Journalisten selbst, wie sie ihre Recherche durchführen und aufbereiten. Für Hilfestellung können sie sich immer noch an die Koordinationsstellen wenden.

Journalismfund.eu lässt die Projektanträge von einer Fachjury begutachten und auf ihre Durchführbarkeit überprüfen. Die Mitglieder der Jury sind renommierte Journalistinnen und Journalisten, meist mit langjähriger Erfahrung im investigativen Bereich. Die Jury ist anonym, um den Einfluss auf das Bewertungsverfahren ausschließen zu können. Die Projekte sind damit redaktionell unabhängig, einzig die erwartbare Qualität und die öffentliche Relevanz der geplanten Projekte werden durch die Fachjury als Bewertungskriterien herangezogen. In der Jury kommt es jährlich zu einem Wechsel der Mitglieder. Jedes Jahr verlässt ein Mitglied die Jury, der Name wird anschließend veröffentlicht. Die erste Person, die die Jury verlassen hat, war David Leigh – langjähriger Chef der investigativen Rechercheabteilung beim britischen *Guardian*. Journalismfund.eu hat keine Regeln für journalistische Ethik oder gewisse Standards, die vorab schon als Richtlinien für Projektanträge gelten. In dieser Hinsicht wird auf die Professionalität der Antragstellenden und der Jurymitglieder in der Bewertung vertraut.

Für die taz Panter Stiftung ist vor allem die Nähe zur Tageszeitung hervorzuheben. Allerdings gibt es neben der Integration der Stiftung in den taz-Verlag keinerlei Einfluss der Stiftung auf die reguläre Zeitung und vice versa. Einzig die Ergebnisse der Workshops werden in einer Sonderbeilage der Tageszeitung publiziert. Es handelt sich dabei um vier Seiten, die für die Workshop-Arbeiten reserviert werden. Darüber hinaus ist die Stiftung frei von Einflüssen der Geldgeber und Stifter. Dies kann durch die verschiedenen Gremien (Stiftungsvorstand, Kuratorium) gewährleistet werden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops werden sehr konkret ausgewählt. In den meisten Fällen ist es eine Mischung aus bereits erfahrenen Personen und solchen, die noch gar keine Erfahrung haben. In den Workshops wird über zentrale ethische Fragen und Werte diskutiert. Die Aktivitäten der taz Panter Stiftung sind überschaubar, leisten allerdings einen wichtigen Beitrag für die Partizipation von Bürgerinnen und

Bürger. In den Workshops sollen vor allem Kenntnisse über das journalistische Handwerk bzw. die entsprechenden Werte und Moralvorstellungen transportiert werden.

## 6. Fazit

Für die Gesamtbetrachtung der Ergebnisse ist der Ausgleich von Insuffizienzen in etablierten Medienunternehmen zentral. Die einzelnen Cases liefern dazu einige Anhaltspunkte. Die Tatsache, dass investigativer Journalismus nur mehr von wenigen etablierten Medienunternehmen betrieben wird, ist vor allem in den ersten drei Cases wesentlich. Erfahrene und langjährig tätige Journalistinnen und Journalisten waren mit den vorherrschenden Arbeitsbedingungen unzufrieden und gründeten alternative Organisationen, in denen ökonomische Zwänge in den redaktionellen Strukturen weitgehend ausgeschlossen werden können. Dementsprechend lässt sich das Rollenverständnis der Journalistinnen und Journalisten darin charakterisieren. Sie wollen ihre langjährige Berufserfahrung und Routine zur Herstellung von qualitativ hochwertigen Inhalten einsetzen und zusätzlich auch einen Beitrag zur Aus- und Weiterbildung des journalistischen Nachwuchses leisten. So ambitioniert das Vorhaben dieser Organisationen erscheint, so groß sind die Schwierigkeiten mit denen sie konfrontiert sind. Alle untersuchten Cases haben Probleme, die notwendigen finanziellen Ressourcen aufzubringen und eine Nachhaltigkeit der Organisation gewährleisten zu können. Selbst wenn die Nachhaltigkeit gewährleistet werden kann, so beschränken die verfügbaren finanziellen Mittel den Tätigkeitsbereich der Organisation.

„Retten nun die Stiftungen den Journalismus? Wird mit ihnen jetzt alles gut? Wohl kaum, denn bisher konnten die neuen Geldgeber nicht kompensieren, was die Medienkrise an Verwüstungen hinterlassen hat“ (Kleinsteuber 2009: 30). Dieser pessimistischen Aussage kann man aufgrund der empirischen Ergebnisse teilweise zustimmen. Dennoch muss auf eine, in Kapitel 3 getroffene Aussage erneut verwiesen werden. Ideologische Auseinandersetzungen in etablierten Modellen resultieren keinesfalls in einer vollständigen Ablöse der alten Strukturen durch ein ‚fertiges Paket‘ an neuen Strukturen. Veränderungen geschehen durch einen politischen Prozess, der lange dauert und ungleiche Machtverhältnisse gegenüber den dominanten Strukturen aufweist (vgl. Bailey/Cammaerts/Carpentier 2008: 15ff.). Aus dieser Perspektive erscheint das Potenzial stiftungsfinanzierter Organisationen etwas vielversprechender. Gerade als Reaktion auf Krisen in etablierten Medienunternehmen reagierten stiftungsfinanzierte journalistische Organisationen mit neuen Ideen und Arbeitsweisen. Wesentliche Stützen sind Erfahrung und Professionalität. Dadurch werden sowohl die

Aus- und Weiterbildung, die intrinsische Motivation und Kontrollfunktionen (Inhalt, interne Hierarchien, Ethik) sichergestellt.

Alle untersuchten Cases arbeiten mit etablierten Medienunternehmen zusammen und nutzen Synergieeffekte. Dadurch kommt es zu Stimulationen auf beiden Seiten. Stiftungsfinanzierte Organisationen können so ihre Inhalte an ein breiteres Publikum verteilen und verbessern dadurch den öffentlichen Kommunikationsprozess. Etablierte Medienunternehmen profitieren von qualitativ hochwertigen Inhalten, oft kostenlos oder zumindest zu einem Preis, der gegenüber den eingesetzten Ressourcen verhältnismäßig niedrig ist. Gerade die Verbreitung journalistischer Inhalte an ein möglichst breites Publikum, ohne daraus große Gewinne für Shareholder zu erwirtschaften, ist das eigentliche Ziel der untersuchten Organisationen und die Grundlage für die Institution Journalismus.

Für den weiteren Ausbau der Nachhaltigkeit stiftungsfinanzierter Organisationen bedarf es Änderungen in den gesetzlichen Grundlagen der jeweiligen Staaten. Aktuell können nur wenige Finanzierungsquellen, die unabhängige und ungebundene Gelder für Journalismus vergeben, genutzt werden. Die Stiftungsfinanzierung von Journalismus in Europa ist daher nicht mit der Situation in den USA vergleichbar. Stiftungsfinanzierte Organisationen müssten jedoch auch sicherstellen, dass durch ihre Organisationsstruktur Einflüsse auf die redaktionelle Leistung ausgeschlossen werden können. Soziale Verantwortung und die Etablierung demokratischer Werte im öffentlichen Kommunikationsprozess sind die Kernaufgaben journalistischer Medien. Unterschiedliche Probleme in journalistischen Medien führen jedoch dazu, dass diese Kernaufgaben mehr und mehr vernachlässigt werden (vgl. Fenton 2011: 69). Geeignete Maßnahmen könnten etwa innerhalb der Strukturen etablierter Medienunternehmen ansetzen. In diesen Strukturen sind jedoch liberale bzw. neoliberale Werte sehr stark verankert. Journalismus und Nachrichten befinden sich in einem ökonomisch ausgerichteten Modell, in dem gesellschaftliche Interessen hinter die Interessen der Shareholder gestellt werden. Veränderungen innerhalb dieses Modells sind daher nicht zu erwarten, sondern müssten von außen kommen, in Form von medienpolitischen Handlungen.

So how do we go about re-imagining a post-neoliberal news order? Re-stating and reclaiming the critical notion of *freedom of news media and news journalism* is not a bad place to start. (Fenton 2011: 70; Hervorhebung im Original)

Veränderungen der strukturellen Rahmenbedingungen zur Verbesserung der journalistischen Leistung etablierter Medienunternehmen finden kaum statt, weder durch interne Maßnahmen, noch durch medienpolitische Entscheidungsträger. Die



Suche nach journalistischen Alternativen neben den dominanten Playern wird dadurch relevant. Dabei muss die Suche nach geeigneten Alternativen an der Institution Journalismus selbst ansetzen. Journalistische Organisationen müssen die Produktion von gesellschaftlich relevanten Nachrichten und Information wieder als ihre primäre Aufgabe wahrnehmen. Die dargestellten Fallbeispiele offenbaren vorhandenes Potenzial, können allerdings privat-kommerzielle oder öffentliche Medienunternehmen nicht ersetzen. Stiftungsfinanzierter Journalismus kann Abläufe in etablierten Medienunternehmen stimulieren und zu Innovationen anregen. Darüber hinaus ergänzen stiftungsfinanzierte Organisationen das inhaltliche Sortiment der etablierten Player. Die Probleme für stiftungsfinanzierte Organisationen sind jedoch Nachhaltigkeit und Stabilität. Unabhängige Mittel und ungebundene Gelder für Journalismus zu lukrieren, stellt die große Herausforderung dar, um die journalistische Landschaft durch neue Player ergänzen zu können.

## Literatur

- Adloff, Frank (2010): *Philanthropisches Handeln. Eine historische Soziologie des Stiftens in Deutschland und den USA*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- Atteslander, Peter (2003): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Atton, Chris/Hamilton, James F. (2008): *Alternative Journalism*. Los Angeles (u. a.): Sage.
- Bailey, Olga Guedes/Cammaerts, Bart/Carpentier, Nico (2008): *Understanding Alternative Media*. New York: Open University Press.
- Benson, Rodney (2010): *Futures of the News: International Considerations and Further Reflections*. In: Fenton, Natalie (Hg.): *New Media, Old News. Journalism & Democracy in the Digital Age*. London (u. a.): Sage, S. 187-200.
- Benson, Rodney (2011): *Public Funding and Journalistic Independence: What Does Research Tell Us?*. In: McChesney, Robert W./Nichols, John (Hg.): *The Death and Life of American Journalism. The Media Revolution that will Begin the World Again*. New York: Nation Books, S. 314-319.
- Bergmann, Knut/Novy, Leonard (2012): *Chancen und Grenzen philanthropischer Finanzierungsmodelle*. Online unter: <http://www.bpb.de/apuz/140231/chancen-und-grenzen-philanthropischer-finanzierungsmodelle?p=all> (05.05.2013).
- Bergmann, Knut/Novy, Leonard (2013): *Zur Konkretisierung der Debatte über philanthropische Finanzierungsmodelle*. In: Kramp, Leif/Novy, Leonard/Ballwieser, Dennis/Wenzlaff, Karsten (Hg.): *Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten – Ansichten – Aussichten*. Wiesbaden: Springer VS, S. 201-212.
- BIJ (o.J.): *About the Bureau*. Online unter: <http://www.thebureauinvestigates.com/who/> (03.12.2014).

- Christians, Clifford G./Glasser, Theodore L./McQuail, Denis/Nordenstreng, Kaarle/White, Robert A. (2009): Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies. Urbana und Chicago: University of Illinois Press.
- Downie, Leonard Jr./Schudson, Michael (2009): The Reconstruction of American Journalism. In: Columbia Journalism Review, 19. Oktober 2009. Online unter: [http://www.cjr.org/reconstruction/the\\_reconstruction\\_of\\_american.php?page=all](http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php?page=all) (15.07.2012).
- Duffek, Karl A. (2007): Politische Kommunikation im Kontext defizitärer politischer Öffentlichkeit. In: Filzmaier, Peter/Plaikner, Peter/Duffek, Karl A. (Hg.): Mediendemokratie Österreich. Wien/Köln/Weimar: Böhlau, S. 37-44.
- Fenton, Natalie (2011): Deregulation or democracy? New media, news, neoliberalism and the public interest. In: Continuum: Journal of Media & Cultural Studies, Vol. 25, No. 1, S. 63-72.
- Freedman, Des (2010): The Political Economy of the 'New' News Environment. In: Fenton, Natalie (Hg.): New Media, Old News. Journalism & Democracy in the Digital Age. London (u. a.): Sage, S. 35-50.
- Friedland, Lewis A./Konieczna, Magda (2011): Finanzierung journalistischer Aktivitäten durch gemeinnützige Organisationen in den USA. Online unter: [http://mediafunders.net/projekt/wp-content/uploads/2011/07/Studie\\_Stiftungsfinanzierter\\_Journalismus\\_in\\_USA\\_final.pdf](http://mediafunders.net/projekt/wp-content/uploads/2011/07/Studie_Stiftungsfinanzierter_Journalismus_in_USA_final.pdf) (08.05.2012).
- Gadringer, Stefan/Kweton, Sabrina/Vieth, Teresa (2012): Alte Wege, neue Wege. Kommerzielle Grenzen und alternative Chancen. In: Gadringer, Stefan/Kweton, Sabrina/Trappel, Josef/Vieth, Teresa (Hg.): Journalismus und Werbung. Kommerzielle Grenzen der redaktionellen Autonomie. Wiesbaden: Springer VS, S. 317-330.
- Gadringer, Stefan/Vieth, Teresa (2012): Kommerzialisierung in Medien. Ursachen – Manifestation – Folgen. In: Gadringer, Stefan/Kweton, Sabrina/Trappel, Josef/Vieth, Teresa (Hg.): Journalismus und Werbung. Kommerzielle Grenzen der redaktionellen Autonomie. Wiesbaden: Springer VS, S. 31-49.
- Gerth, Matthias A. (2012): Making Regional News. Ökonomische und publizistische Bedeutung politischer Berichterstattung für regionale Medien. Baden-Baden: Nomos.
- Greenslade, Roy (2012): New editor for the Bureau of Investigative Journalism. Online unter: <http://www.theguardian.com/media/greenslade/2012/dec/06/investigative-journalism-sundaytimes> (03.12.2014).
- Habermas, Jürgen (2010): Keine Demokratie kann sich das leisten. In: [sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de), 19.5.2010, Online unter: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/juergen-habermas-keine-demokratie-kann-sich-das-leisten-1.892340> (30.06.2013).
- Hanitzsch, Thomas (2013): Journalism, participative media and trust in a comparative context. In: Peters, Chris/Broersma, Marcel (Hg.): Rethinking Journalism. Trust and participation in a transformed news landscape. London/New York: Routledge, S. 200-209.
- Journalismfund (o. J.): About us. Online unter: <http://www.journalismfund.eu/about-us> (03.12.2014).

- Kiefer, Marie Luise (2010): Journalismus und Medien als Institutionen. Konstanz: UVK.
- Kleinsteuber, Hans J. (2009): Mit dem Geld der Superreichen. In: Message, o. Jg., H. 3, S. 28-31.
- Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2011): Innovationsreport Journalismus. Ökonomische, medienpolitische und handwerkliche Faktoren im Wandel. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Levy, David A. L./Picard, Robert G. (2011) (Hg.): Is There a Better Structure for News Providers? The Potential in Charitable and Trust Ownership. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Lilienthal, Volker (2011): Die Zukunft des Qualitätsjournalismus – und was Stiftungen dazu beitragen können (und was nicht). Vortrag „Forum Stiftungskommunikation“, 24.10.2011, Berlin. Online unter: <http://www.stiftungen.org/de/veranstaltungen/arbeitskreise-und-foren/forum-stiftungskommunikation/berlin-2011.html> (23.05.2014).
- Lobigs, Frank (2013): Finanzierung des Journalismus. In: Meier, Klaus/Neuberger, Christoph (Hg.): Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. Baden-Baden: Nomos, S. 53-74.
- McChesney, Robert W./Nichols, John (2010): The Death and Life of American Journalism. The Media Revolution that Will Begin the World Again. New York: Nation Books.
- Media Trust (2010): Meeting the news needs of local communities. Online unter: <http://www.mediatrust.org/uploads/128255497549240/original.pdf> (12.06.2013).
- Novy, Leonard (2012): Neue Medienpolitik für neue Medien. Online unter: <http://blog.enquetebeteiligung.de/2012/01/neue-medienpolitik-fur-neue-medien/> (29.10.2012).
- NRWSPD – Bündnis 90/Die Grünen NRW (2012): Koalitionsvertrag. Online unter: [http://www.nrwspd.de/db/docs/doc\\_40518\\_2012121111516.pdf](http://www.nrwspd.de/db/docs/doc_40518_2012121111516.pdf) (31.05.2013).
- o. A. (2012): In praise of ... the Bureau of Investigative Journalism. Online unter: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2012/nov/18/in-praise-bureau-investigative-journalism> (03.12.2014).
- PEJ – Project for Excellence in Journalism (2012): The State of the News Media 2012. An Annual Report on American Journalism. Online unter: <http://stateofthemedias.org/overview-2012/> (04.06.2013).
- Philips, Angela/Witschge, Tamara (2011): The changing business of news.Sustainability of news journalism (Chapter 1). In: Lee-Wright, Peter/Philips, Angela/Witschge, Tamara: Changing Journalism. Abingdon/New York: Routledge, S. 3-20.
- Picard, Robert G. (2006): Historical Trends and Patterns in Media Economics. In: Albarran, Alan B./Chan-Olmsted, Sylvia O./Wirth, Michael O. (Hg.): Handbook of Media Management and Economics. Mahwah (NJ) (u.a.): Erlbaum, S. 23-36.
- Picard, Robert G. (2011): Charitable Ownership and Trusts in News Organisations. In: Levy, David A. L./Picard, Robert G. (Hg.): Is There a Better Structure for News

- Providers? The Potential in Charitable and Trust Ownership. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, S. 17-29.
- Picard, Robert G. (2014): Twilight or New Dawn of Journalism? In: Journalism Studies, Jg. 15, Nr. 5, S. 500-510.
- Plunkett, John (2014): BBC expected to cut up to 600 jobs in news and radio. In: theguardian.com, 3.6.2014. Online unter: <http://www.theguardian.com/media/2014/jun/03/bbc-cut-600-jobs-news-radio-james-harding> (05.06.2014).
- Puppis, Manuel (2012): Öffentliche Finanzierung als Antwort auf die Medienkrise? In: Meier, Werner A./Bonfadelli, Heinz/Trappel, Josef (Hg.): Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird. Zürich/Berlin: Lit Verlag, S. 297-312.
- Rohlfing, Ingo (2012): Case Studies and Causal Inference. An Integrative Framework. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Scoop (o. J.): About Scoop. Online unter: <http://i-scoop.org/scoop/about-us/> (03.12.2014).
- Storsul, Tanja/Krumsvik, Arne H. (2013): Media Innovations. A Multidisciplinary Study of Change. Göteborg: Nordicom. S. 13-28.
- Strachwitz, Rupert Graf (2012): Concepts of Philanthropy. Online unter: [http://c.ymcdn.com/sites/www.istr.org/resource/resmgr/wp2012/strachwitz\\_istr\\_concepts\\_of\\_.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.istr.org/resource/resmgr/wp2012/strachwitz_istr_concepts_of_.pdf) (26.06.2013)
- Syvertsen, Trine (2003): Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization. In: Television & New Media, Vol. 4, No. 2, S. 155-175.
- Taz (o. J.): Struktur der Stiftung. Online unter: <http://www.taz.de/!p4261/> (03.12.2014).
- Trappel, Josef/Maniglio, Tanja (2009): On Media Monitoring – the Media for Democracy Monitor (MDM). In: Trappel, Josef/Meier, Werner A. (Hg.): On Media Monitoring. The Media and Their Contribution to Democracy. New York: Peter Lang, S. 65-134.
- Weichert, Stephan (2013): Der dritte Weg. Warum wir stiftungsfinanzierte Medien brauchen. In: Kramp, Leif/Novy, Leonard/Ballwieser, Dennis/Wenzlaff, Karsten (Hg.): Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten – Ansichten – Aussichten. Wiesbaden: Springer VS, S. 213-231.
- Zwicky, Pascal (2012): Von den „Alternativen“ lernen. Medienkrise, Alternative Medien und Gesellschaftswandel. In: Meier, Werner A./Bonfadelli, Heinz/Trappel, Josef (Hg.): Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird. Zürich/Berlin: Lit Verlag, S. 313-331.

## **Kurzbiographie des Autors**



**Stefan Gadringer, M.A.,** studierte Kommunikationswissenschaft, sowie Recht und Wirtschaft an der Universität Salzburg. Derzeit ist er Dissertant am Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Abteilung Medienpolitik und Medienökonomie (Universität Salzburg). In seinen bisherigen Arbeiten beschäftigte er sich mit dem Zusammenhang von Journalismus und Werbung, Kommerzialisierung in Medien und alternativen journalistischen Angeboten bzw. deren Finanzierung. Weitere Forschungsbereiche darüber hinaus: nationale und internationale Medienpolitik, Medien in Demokratien, Wandel und Innovation durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien, Internet Governance.