

SCHRIFTENREIHE
MEDIENFORSCHUNG

BAND 82

Christian-Mathias Wellbrock | Christopher Buschow

MONEY FOR NOTHING AND CONTENT FOR FREE?

Paid Content, Plattformen und
Zahlungsbereitschaft
im digitalen Journalismus



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.



Nomos

SCHRIFTENREIHE
MEDIENFORSCHUNG

BAND 82

Christian-Mathias Wellbrock | Christopher Buschow

MONEY FOR NOTHING AND CONTENT FOR FREE?

Paid Content, Plattformen und
Zahlungsbereitschaft
im digitalen Journalismus



Nomos



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

Landesanstalt für Medien NRW

Sabrina Nennstiel (Leiterin Kommunikation)
Dr. Meike Isenberg (Leiterin Forschung)
Zollhof 2, 40221 Düsseldorf
www.medienanstalt-nrw.de

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. Auflage 2020

© Christian-Mathias Wellbrock | Christopher Buschow

Publiziert von

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-8487-6646-8

ISBN (ePDF): 978-3-7489-0725-1

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748907251>



Onlineversion
Nomos eLibrary

Bis Band 48 erschienen bei VS-Verlag,
ab Band 49–80 erschienen bei VISTAS Verlag, Leipzig.



Dieses Werk ist lizenziert unter einer
Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell –
Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

Vorwort

Journalismus ist für eine demokratische Gesellschaft unverzichtbar – er transportiert mit Informationen und Meinungen quasi den Sauerstoff für einen demokratischen Organismus, der von Diskurs und Meinungsbildung lebt. Dennoch steht der Journalismus unter erheblichem wirtschaftlichem Druck. Journalismus ist schon seit langem kein stabiles Geschäftsfeld mehr und insbesondere die Finanzierung des digitalen Journalismus stellt sich als herausfordernd dar – und das, obwohl er zugleich in hohem Maße konsumiert wird. Allerdings werden, frei nach dem Motto „Money for nothing and content for free“, sowohl tagesaktuelle Informationen als auch aufwändig recherchierte Reportagen im Digitalen vornehmlich kostenfrei genutzt. Wie also können sich journalistische Angebote nachhaltig refinanzieren? Dies bleibt die Kernfrage für Medienhäuser und journalistische Startups bei der Entwicklung und beim Aufbau von digitalen Geschäftsmodellen.

Die vorliegende Studie stellt Nutzerinnen und Nutzer in den Mittelpunkt. Sie fragt sowohl nach den Gründen für fehlende Zahlungsbereitschaft als auch danach, warum und wofür gezahlt wird. Auch wenn die Grundtendenz einer stark ausgeprägten Gratismentalität gegenüber digitaljournalistischen Inhalten nicht überrascht, zeigt sich ein beim Musik- und Serienkonsum über die letzten Jahre erlerntes Verhalten: Nutzerinnen und Nutzer wünschen sich eine Art Netflix oder Spotify für Journalismus – zu vergleichbaren Preis- und Vertragsbedingungen. Im Sinne einer nutzerzentrierten Ausgestaltung von Paid-Content-Angeboten eröffnen die Autoren innovative Blickwinkel auf neuartige Plattformmodelle und geben empirisch basierte Handlungsempfehlungen mit Relevanz sowohl für die Wissenschaft als auch für die Medienpraxis. Die mangelnde intrinsische Motivation zur Zahlung nimmt Medienunternehmerinnen und -unternehmer in die Pflicht – egal, ob sie bereits am Markt etabliert sind oder neu gründen. Die vorliegende Studie bietet dazu eine Fülle von Ansatzpunkten.

Vorwort

Ich bedanke mich bei Prof. Dr. Christian-Mathias Wellbrock, Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow und ihren Teams für die hervorragende Arbeit und wünsche Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, eine anregende Lektüre.

Ihr

Dr. Tobias Schmid

Direktor der Landesanstalt für Medien NRW

Inhalt

<i>Teil A: Grundlagen</i>	9
Einführung in den Band: Money for nothing, content for free? – Paid Content, Plattformen und Zahlungsbereitschaft im digitalen Journalismus	11
<i>Christopher Buschow & Christian-Mathias Wellbrock</i>	
Bestandsaufnahme: Stand der Forschung zur Zahlungsbereitschaft für digitalen Journalismus	23
<i>Daniel O'Brien, Christian-Mathias Wellbrock & Christopher Buschow</i>	
<i>Teil B: Zahlungsbereitschaft</i>	39
Wie lässt sich Zahlungsbereitschaft für digitalen Journalismus erklären? Drei empirische Teilstudien	41
<i>Daniel O'Brien, Robin Riemann, Lea Püchel, M. Bjørn von Rimscha, Christian-Mathias Wellbrock & Christopher Buschow</i>	
„Free or Nothing“ – Gratis-Mentalität im Internet und Zahlungsbereitschaft für Digitaljournalismus	47
<i>Daniel O'Brien, Christian-Mathias Wellbrock & Christopher Buschow</i>	
Technologieakzeptanz und Zahlungsbereitschaft für digitalen Journalismus	69
<i>Lea Püchel, Christian-Mathias Wellbrock & Christopher Buschow</i>	
Nur Informieren ist nicht genug! Der Einfluss rezipientenseitiger Mediennutzungsmotive auf die Bezahlabsicht für digitaljournalistische Inhalte	91
<i>Robin Riemann, M. Bjørn von Rimscha, Christian-Mathias Wellbrock & Christopher Buschow</i>	

Inhalt

<i>Teil C: Plattformen</i>	<i>125</i>
„Netflix für Nachrichten“: Die Nutzersicht auf abonnementbasierte, anbieterübergreifende Plattformen im Journalismus	127
<i>Christopher Buschow & Christian-Mathias Wellbrock</i>	
Ein „Spotify für Journalismus“? Eine ökonomische Perspektive auf abonnementbasierte anbieterübergreifende Plattformen im Journalismus	153
<i>Christian-Mathias Wellbrock</i>	
„Spotify für Journalismus“, „Verlagsplattform“ oder „Digitales Presse-Grosso“ – Drei Szenarien für eine anbieterübergreifende Journalismusplattform	179
<i>Christian-Mathias Wellbrock</i>	
<i>Teil D: Schluss</i>	<i>201</i>
Paid Content, Plattformen und Zahlungsbereitschaft im digitalen Journalismus – Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen für die Medienpraxis	203
<i>Christopher Buschow & Christian-Mathias Wellbrock</i>	