



Digital Media Regulation within the European Union A Framework for a New Media Order

Prof. Dr. Judit Bayer

Nomos, Baden-Baden | 383 S.

Buch: ISBN 978-3-7560-1617-4 | 94,00 Euro
eBook: ISBN 978-3-7489-4535-2 | 0,00 Euro

Open Access

Der Begriff der sogenannten Medienfreiheit ist in den letzten Jahren und Monaten im Lichte der international besonderen Kriegslagen in ein neues Licht gerückt. Auch wenn das GG als Artikelgesetz diesen Terminus nicht kennt – anders als die Verfassung der Schweiz in ihrem Verfassungstext vom 18. April 1999, darin der Titel zu Art. 17 die „Medienfreiheit“ als die Freiheit von Presse, Radio und Fernsehen sowie anderer Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen benennt – sondern nur davon spricht, dass jeder das Recht haben soll, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten, und hierzu die sogenannte Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film gewährleistet werden, ist mit der Verfasserin festzustellen, dass in unserer demokratischen Gesellschaft der öffentliche Diskurse hierüber und also über den Inhalt und die Grenzen der Meinungsfreiheit entbrannt ist. Die Bedeutung der Medienfreiheit ist insbesondere wegen des Internets in die öffentliche Diskussion gerückt und dies gilt insbesondere mit Blick auf die vielfältigen europäischen Regulierungsmaßnahmen bezüglich der elektronischen Medien. Dies führt zu der Frage, ob durch derartige neue digitale Regulierungen nicht eine neue Medienordnung herbeigeführt wurde, die es zu erklären und zu verstehen gilt. Die Verfasserin befasst sich mit der Überschneidung zweier Bereiche: der digitalen Infrastruktur der öffentlichen Kommunikation und dem demokratischen Funktionieren der EU.

Hierzu wird die neue Struktur des demokratischen öffentlichen Diskurses analysiert und die Bedeutung der Medienfreiheit gewissermaßen neu interpretiert. Dies erfordert zum einen die Erörterung der Entwicklung der europäischen Regulierung der elektronischen Medien in einer historischen und regulatorischen Dimension. Zum anderen ist der Frage nachzugehen, wie sich die neue digitale Regulierung organisch aus ihrer Grundlage entwickelt hat. Dies wird vor allem unter dem Aspekt vorgestellt, wie sie zur Etablierung einer neuen Medienordnung beiträgt.

In seinem Vorwort (S. 7 ff.) weist Bernd Holznagel auf den gegenwärtigen raschen digitalen Wandel hin, der durch das Zusammenspiel von Medien, Demokratie und Recht immer wichtiger wird. Gerade die Komplexität der Regulierung digitaler Medien in der Europäischen Union gelte es, sich ständig an die rechtlichen Rahmenbedingungen und deren neue Herausforderungen anzupassen. Wenn sich die Verfasserin mit dem umfassenden Legislativpaket von DSA, DMA, SLAPP und EMFA befasste und der Frage nachgehe, zu welchen Veränderungen diese neuen europäischen Gesetze mit Blick auf die sogenannte Medienfreiheit führen, dann sei dieses Buch für Wissenschaftler, politische Entscheidungsträger und alle, die sich für die Überschneidung von Recht, Medien und Technologie interessieren, eine unverzichtbare Quelle. Dem Leser wird hierbei zu Beginn eines jeden Kapitels eine kurze Einführung gegeben, woran sich eine ausführlichere Darstellung, Analyse und Bewertung der rechtlichen Regelungen aus der Perspektive des öffentlichen Diskurses anschließt.

Bevor die Verfasserin sich ihrem Hauptanliegen in den nachfolgend zu schildernden Ausführungen widmet, erläutert sie in der gebotenen Kürze (Preface by the author and acknowledgements, S. 15 ff.) die Idee zu diesem Buch: Ausgehend von den im Frühjahr 2021 veröffentlichten ersten Entwürfen des DSA und DMA folgte eine umfangreiche Regulierungswelle mit immer neuen Vorschlägen der Kommission, die sich nicht nur auf Plattformen bezogen, sondern auch auf Daten, auf strategische Klagen gegen die öffentliche Beteiligung (SLAPP) und auf die europäische Medienfreiheit. Bestimmend hierfür waren ferner nicht nur kriegerische Auseinandersetzungen der Ukraine mit Russland (hierzu die Verordnung (EU) 2022/350 des Rates vom 1. März 2022 zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 über restriktive Maßnahmen angesichts der Handlungen Russlands zur Destabilisierung der Lage in der Ukraine), sondern auch der amerikanische Milliardär Elon Musk als Eigentümer von Twitter, heute X, sorgte mit seinen willkürlichen, privatwirtschaftlichen Ideen für einen erheblichen Aufruhr, als er beschloss, sich nicht an den Europäischen Verhaltenskodex für Desinformation zu halten und sogar damit drohte, den Zugang zu X aus der EU zu sperren. Derartiges Verhalten und zuletzt seit November 2022 das sogenannte ChatGPT mit seiner generativen

künstlichen Intelligenz will die Verfasserin Bayer erklärtermaßen hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die demokratische Funktion und das Verständnis von Medienfreiheit und Pluralismus analysieren. Hierzu stellt sie vorausschauend fordernd fest, dass der Staat – und damit auch die Europäische Union – eine gewisse positive Verpflichtung hat, Medienfreiheit und -pluralismus aktiv zu gewährleisten. Dies erfordere heute einen anderen Ansatz als zu früheren Zeiten bis zum Ende des 20. Jahrhunderts.

Gefolgt wird dieser einleitende Ausblick von den zum zweiten Teil angekündigten Initiativen und Bemühungen der EU, eine gemeinsame, moderne, demokratische Medienordnung für die Union zu schaffen (European initiatives to develop a new democratic media order, S. 87 ff.). Historisch wird hierzu dargestellt, welche verschiedenen Schritte den Weg zum heutigen EMFA ebneten. Dies insbesondere, nachdem Internetplattformen ab Beginn dieses Jahrtausends den insbesondere kommerziellen Kommunikationsmarkt übernommen hatten. Die Zeitleiste der EU zur Medienfreiheit in der EU zu einem „Proposal for a digital service package“ und der Forderung, den digitalen Raum umfassend für die Menschen und Unternehmen in der EU zu regulieren, beginnt hierzu erst im Jahre 2020. Es hat sich bewahrheitet, was Monroe E. Price in seinem Vorwort des auch von der Verfasserin mitgetragenen Buches zu „Perspectives on Platform Regulation“ (Hrsg. Bayer/Holznagel/Korpisaari/Woods, Nomos 2021) feststellte: „These are startling times in the history of media and information regulation.“ Will die EU als wirtschaftliche Einheit und als zukünftige politische Gemeinschaft bestehen, wird sie mit der Verfasserin nicht umhinkommen, einen gemeinsamen Rechtsrahmen für die Medien zu schaffen, wie er nunmehr durch den EMFA begründet ist, der detailliert erläutert wird (The Media Freedom Act, nachstehend S.107 ff.).

Der vorausgehende Hinweis auf den dritten Teil (A regulatory framework for online platforms, S. 167 ff.), darin untersucht wird, wie sich der neue Rechtsrahmen für Online-Plattformen auf den öffentlichen Diskurs auswirken wird und kann, folgen die neugierig machenden, abschließenden Ausblicke aus der Vogelperspektive: „Bird's Eye View: Concluding Thoughts“, einer Zusammenfassung (nachstehend zu S. 333 ff.).

Das Werk ist – wie vorstehend einleitend angekündigt – insgesamt in drei Teile gegliedert: Im Ersten Teil (The media order, S. 21 ff.) untersucht die Verfasserin wie angekündigt die Medienordnung im Lichte der Fragen, welche Rolle der Öffentlichkeit in der Demokratie zukommt, wie öffentlich eigentlich der öffentliche Diskurs und wie rational der „rationale Diskurs“ ist und stellt rationale den rituellen Modellen der Kommunikation gegenüber. Sodann wird hierin der Inhalt der Medienfreiheit und dessen Pluralismus im Plattformzeitalter aufgezeigt. Grundlegend wird

hierbei der Frage nachgegangen, wie eigentlich der Begriff der Medienfreiheit zu definieren ist (S. 39 ff.). Kern dieser Begriffsbestimmung sind die Elemente der Medienfreiheit und die Antwort auf die Frage, wer sich hierauf eigentlich berufen kann. Die hierzu gegebenen Erkenntnisse sind im Lichte der verschiedenen Internetplattformen besonders zu beleuchten. Sodann werden die Auswirkungen des sogenannten „algorithmischen Inhaltsrankings“, die Eigentumsverhältnisse auf den Plattformen und die Rolle des Journalismus bei der Bildung der öffentlichen Meinung dargestellt (S. 52 ff.) und es wird den Dimensionen des sogenannten Medienpluralismus – der institutionellen Unabhängigkeit, der Resilienz von Markt und Gesellschaft und der gegebenen strukturellen Vielfalt – nachgegangen (S. 58 ff.). Welche Verpflichtung besteht eigentlich für den Staat beim Aufbau einer demokratischen Medienordnung, wie bereits im Eingangsstatement hervorgehoben? Ist diese Frage mit dem Recht, Informationen zu erhalten, schon beantwortet? (S. 71 ff.). Mit der Erkenntnis, einer Pflicht des Staates zum Schutz des Meinungspluralismus (S. 77 ff.) wird abschließend gefragt, warum dies auch für die EU besonders gilt (S. 82 ff.).

Wie angekündigt fokussiert sich der Zweite Teil („European initiatives to develop a new democratic media order“, S. 87 ff.) auf die europäischen Initiativen für eine neue demokratische Medienordnung und hierzu auf die spezifische europäische Politik. Die Verfasserin schaut auf die Entwicklung des Medienpluralismus und seiner Politik, die diversen Regularien der Medien im Netz. Eingeleitet wird dieser Teil durch eine Schilderung der diversen Initiativen zum Medienpluralismus als turbulente Geschichte der Medienlandschaft im neuen Jahrtausend.

Dabei sind nicht nur der Wandel der Auslegung des Rundfunks im Gemeinschaftsrecht und damit die Fernsehrichtlinie, bezeichnet als „trojanisches Pferd“, von Belang, sondern hervorgehoben das sogenannte Medienfreiheitsgesetz, der European Media Freedom Act (EMFA) als Verordnung (EU) 2024/1083 vom 11. April 2024 zur Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für Mediendienste im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU (Europäisches Medienfreiheitsgesetz, Amtsbl. EU 2024 I, vom 17.4.2024, S. 1 ff.; in Kraft getreten am 5. Mai 2024 gem. Art. 29 S. 1 EMFA). Nach Art. 1 EMFA gilt: Mit dieser Verordnung werden – unter Wahrung der Unabhängigkeit und des Pluralismus von Mediendiensten – gemeinsame Vorschriften für das ordnungsgemäße Funktionieren des Binnenmarkts für Mediendienste festgelegt, und das Europäische Gremium für Mediendienste nach Art. 8 ff. EMFA eingerichtet.

Mit relativ unjuristischen Worten werden die Inhalte dieser „Grundrechte“ im Abschnitt 5 zum EMFA beschrieben, nämlich das Recht der Empfänger von Mediendiensten

Literatur

wie der Mediendiensteanbieter (Art. 3 und 4); sodann die Schutzvorkehrungen für die unabhängige Funktionsweise öffentlich-rechtlicher Mediendiensteanbieter und die von ihnen einzuhaltenden Transparenzpflichten nach Art. 5 und 6 EMFA, wie auf den Seiten 119 ff. ausgeführt.

Mit den oben erwähnten, einleitenden Worten von Bernd Holznagel spiegelt dieser Teil die Interaktion zwischen den Rechten des Publikums, der Verantwortung der Mediendiensteanbieter und der Rolle der Europäischen Union bei der Förderung eines demokratischen Medienumfelds besonders deutlich wider. Erst der langsame, sich über mehrere Jahrzehnte erstreckende Prozess des Zustandekommens der angeführten Verordnungen und die hierzu geführten Debatten, Kompromisse und die Rolle des privaten Mediensektors führten zu diesem Framework an Gesetzesformen.

Der dritte Teil (A regulatory framework for online platforms, S. 167 ff.) befasst sich mit den neuen rechtlichen Rahmenbedingungen für Online-Plattformen und konzentriert sich dabei auf die EU-Verordnungen über digitale Dienste (DSA), über digitale Märkte (DMA) und die nunmehr verabschiedete Richtlinie über künstliche Intelligenz. Die Darstellung der Ziele und des Anwendungsbereichs sowie der Struktur des DSA zeigt auf, dass hiermit mehr als nur Dienstleistungen in Frage stehen (S. 172 ff.). Die Regulierungsphilosophie des Digitalmarktgesetzes (S. 239 ff.) erläutert die Pflichten der Gatekeeper (S. 247). Hierzu blickt die Verfasserin auch auf die Grenzen in der politischen Werbung und Rede (S. 269 ff.); ein Vorhaben, das die Grenzen des europäischen Marktes weit überschreitet. Gleichwohl gilt mit der Forderung der EU-Generalsekretärin Martine Deprez vom 3.12.2020 (COM(2020) 790 final, S. 25) in ihren Conclusions on the European democracy action plan die Strategie, dass “the application of the Charter of Fundamental Rights as well as the package of measures taken to promote and protect equality across the EU, will be a key driver for the new push for European democracy to face the challenges and reap the benefits of the digital age. The commitment to democracy is also embedded in the EU's external action, and a central pillar of its work with accession and neighbourhood countries.”

An dieser Stelle wird insbesondere das weltweite Problem bedeutsam, wenn die Verwendung von Systemen künstlicher Intelligenz (KI-Systeme) zum Datensatz wird, wie im Abschnitt 9: The wider technological environment: AI Act, der KI-Verordnung dargestellt. Gerade das Potenzial von KI hat gleichzeitig auch die Risiken in den Blick zu nehmen, die gegenüber der Demokratie bestehen. Der Schritt in die Zukunft ist nicht nur von kulturpolitisch-wirtschaftlichem Interesse, sondern eignet hierin auch eine Bedrohung. Auch wenn man einen einheitlichen, deutlichen Begriff dessen, was KI eigentlich ist, vermissen mag, so bestimmt Art. 3 Nr. KI-VO doch verständlich, was „KI-System“ als ein

maschinengestütztes System umfasst: eine Ordnung und Methode, die für einen in unterschiedlichem Grade autonomen Betrieb ausgelegt ist und das nach seiner Betriebsaufnahme anpassungsfähig sein kann und das aus den erhaltenen Eingaben für explizite oder implizite Ziele ableitet, wie Ausgaben etwaiger Vorhersagen, Inhalte, Empfehlungen oder Entscheidungen erstellt werden, die physische oder virtuelle Umgebungen beeinflussen können.

Das Ziel der Richtlinie ist insbesondere den Erwägungsgründen der am 1. August 2024 in Kraft getretenen die EU-KI-Verordnung 2024/1689 vom 13.6.2024 zu entnehmen. Hiermit wird ein einheitlicher, verbindlicher Rahmen für alle EU-Länder eingeführt, der auf einer zukunftsgerwandten Begriffsbestimmung für KI und einem risikobasierten Ansatz gemäß Art. 6 KI-VO beruht: Festgelegt sind erstens die Voraussetzungen für KI-Systeme mit minimalem Risiko; zweitens besondere Transparenzverpflichtungen für Systeme wie Chatbots, die ihre Nutzer darauf hinweisen müssen, dass sie es mit einer Maschine zu tun haben; sodann solche KI-Systeme mit hohem Risiko, die als hochriskant eingestuft werden wie zum Beispiel KI-basierte medizinische Software, hochwertige Datensätze oder der menschlichen Aufsicht gelten (Section 2 Art. 8 KI-VO: Requirements for high-risk AI systems); und sodann KI-Systeme, für die ein unannehmbares Risiko besteht, weil von ihnen eine klare Bedrohung für die Grundrechte der Menschen ausgeht. Zu letzteren sollen Systeme gehören, die Behörden oder Unternehmen eine Bewertung des sozialen Verhaltens ermöglichen (s. Erwägungsgrund 31, Social Scoring oder inakzeptable soziale Bewertungspraktiken).

Judit Bayer untersucht hierzu die bedeutsamen Auswirkungen von Online-Plattformen und KI auf den öffentlichen Diskurs und geht den Auswirkungen der Integration von ChatGPT in den Journalismus nach. Sie hebt hierzu die Notwendigkeit eines differenzierten Verständnisses des Ökosystems der digitalen Medien unter Hinweis auf Entwicklungen hervor, die beispielsweise die wirtschaftlich-private Übernahme der Plattform Twitter, heute X, durch Elon Musk, und die sich hierdurch entwickelnden Machtstrukturen in der digitalen Sphäre verdeutlicht.

Gerade die Analyse der europäischen Regulierungsinitiativen und ihrer Rechtsrahmen auf dem Gebiet der Medien mit Blick auf die Komplexität des zeitgenössischen demokratischen Diskurses verdeutlicht deren zukünftige Auswirkungen für jedermann. Das gilt schon deshalb, weil heute auch jedermann mehr oder weniger im Rechtsrahmen für Online-Plattformen gefangen ist, wenn er beispielsweise nur noch über WhatsApp den Familienkontakt aufrechterhält.

Die besondere Bedeutung des hier vorgestellten Werkes, welches seinen Schwerpunkt wie gezeigt in der Bewertung

der Einführung von Maßnahmen zum Schutz von Journalisten und Medienanbietern vor politischer Einflussnahme und der Erleichterung ihrer Tätigkeit über die EU-Binnengrenzen hinweg hat, kommt auch durch zwei weitere im Jahre 2024 verabschiedete Gesetzesvorhaben zum Ausdruck.

Zum einen: das auch von der Verfasserin angesprochene Ziel umzusetzen, gegen offensichtlich unbegründete Klagen oder missbräuchliche Gerichtsverfahren in Zivilsachen mit grenzüberschreitendem Bezug vorzugehen, die gegen natürliche und juristische Personen aufgrund ihrer öffentlichen Beteiligung angestrengt werden. Mit der am 11. April 2024 verabschiedeten EU-Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates der Europäischen Union über den Schutz von Personen, die sich am öffentlichen Diskurs beteiligen, vor offensichtlich unbegründeten Klagen oder missbräuchlichen Gerichtsverfahren zu schützen.

Mit Art. 1 der Anti-SLAPP-Directive 2024/1069 „Strategic Litigation [oder] Lawsuits against Public Participation“ – der Richtlinie gegen strategische Klagen gegen öffentliche Beteiligung sind die EU-Mitgliedstaaten gehalten, den Schutz von Personen, die sich am öffentlichen Diskurs beteiligen, vor offensichtlich unbegründeten Klagen oder missbräuchlichen Gerichtsverfahren gegen ihre öffentliche Beteiligung in Zivilsachen zu gewährleisten.

Hierzu müssen also nationale Bestimmungen einschließlich wirksame Verfahrensgarantien in Bezug auf das Recht auf Freiheit der Meinungsäußerung und Informationsfreiheit eingeführt oder gesichert werden (Art. 2 SLAPP-RL). Für die Bundesrepublik Deutschland hat die Bundesregierung im Oktober 2024 erklärt, nach ihrer Kenntnis habe die Praxis der deutschen Gerichte bislang gar keine Erfahrungen mit dem Phänomen solcher „SLAPP -Klagen“. Bislang habe für die deutschen Gerichte kein Anlass bestanden, gesondert festzustellen, ob – wie in Art. 4 Nr. 3 SLAPP-RL definiert – Personen, die sich am öffentlichen Meinungsaustausch beteiligen, vor offensichtlich unbegründeten Klagen oder missbräuchlichen Gerichtsverfahren und damit unbegründeten Ansprüchen zu schützen seien, weil der Hauptzweck der Klage darin bestehe, öffentliche Beteiligung zu verhindern, einzuschränken oder zu sanktionieren. Solche Gefahren bestünden in Deutschland nicht – was man durchaus hinterfragen darf. Gleichwohl werde im Rahmen des Prozesses der Integration der Richtlinie geprüft, wie die entsprechenden Richtlinienvorgaben umgesetzt werden müssen und ob bzw. wie hierbei auch der sich aus dem Grundgesetz ergebende Justizgewährungsanspruch zu wahren ist (BT-Drs. 20/13237).

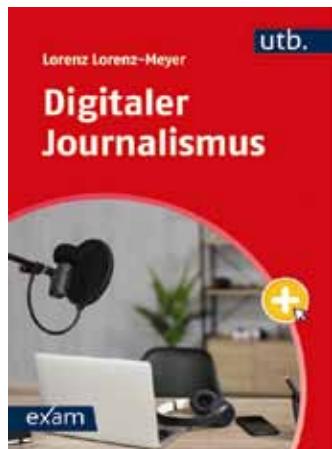
Zum anderen wurde nunmehr Endes des Jahres 2024 in der EU die Notwendigkeit des Schutzes der freien Presse ergänzend darin anerkannt, dass auch Verbraucher im di-

gitalen Raum besser vor Manipulation und Suchtgefahren zu schützen sind. Hierzu ist ein Digital Fairness Act (DFA) geplant. Dieses weitere europäische Gesetzgebungsvorhaben, wozu ein offizieller Entwurf noch nicht vorliegt, soll als zentralen Handlungsbedarf Regelungen zum Schutz gegen sogenannte Dark Patterns – Dunkle Muster, also Tricks, mit denen mehr Geld im Internet ausgegeben werden soll – und einen effektiven Schutz gegen manipulatives Design oder Prozesse, die Nutzer einer Website oder App ganz allgemein zu einer Handlung überreden sollen, im digitalen Raum sichern. Wenn die KI-Verordnung die Verwendung von Dark Patterns innerhalb von KI-Systemen verbietet, dann geht der Schutz nicht darüber hinaus. Dark Patterns werden häufig verwendet, um an persönlichen Daten zu kommen oder Abonnements und andere Verträge zu unterschreiben. Hierin sollen auch Regelungen zum Influencer-Marketing europäeinheitlich grundgelegt werden. Ziel ist es ganz allgemein, auch einen umfassenden gesetzlichen Verbraucherschutz vor „Datenkraken“, insbesondere auch der großen Intermediäre wie Google, META, YouTube, X und Co. zu schaffen. Medienfreiheiten, die eine wesentliche Rolle zum Verständnis des Inhalts und Umfangs der Demokratie bilden, erfordern einen immerwährend nachzufragenden gesetzlichen Schutz, der sich den jeweiligen aktuellen technischen Neuerungen stellen muss.

Zusammenfassend wird die Verfasserin Judit Bayer mit ihrem gesamteuropäischen Blick, insbesondere über die EU-Verordnungen, zitiert als Gesetz, über digitale Dienste, über digitale Märkte und über künstliche Intelligenz sowie ihre Auswirkungen auf die Meinungsfreiheit und den öffentlichen Diskurs als ein „Framework for a New Media Order“ zu bieten, mehr als gerecht.

Dabei überzeugt sie auch in ihrem selbst gesetzten Ziel, hinsichtlich des sehr anspruchsvollen Inhalts nicht nur und ausschließlich für Medienwissenschaftler verständlich zu sein. Dies selbst auch dann, wenn vielen Lesern die Bedeutung des europäischen Rechtsrahmens neu sein dürfte. Und dies gilt nicht nur für ihre Zusammenfassung sämtlicher behandelter Themen aus der Vogelperspektive (S. 333 ff.), wobei ihr Blick weltweit und über die europäischen Grenzen hinweg reicht. Diese Aussage gilt auch dann, wenn man sich gewünscht hätte, dieses Buch in deutscher Sprache zu kennen und lesen zu dürfen. Die umfassenden Literaturhinweise (S. 343 bis 383) geben einen weiteren tiefen Einblick in die Komplexität des Werkes, das zu lesen nicht nur aufschlussreich ist, sondern auch zu eigenem Nachdenken und wie gesehen weiteren Ergänzungen führt.

Prof. Dr. Norbert P. Flechsig
Eberhard Karls-Universität Tübingen
Rechtswissenschaftliche Fakultät
Urheber- und Medienrecht



Digitaler Journalismus

Lorenz-Meyer, Lorenz
UTB | transcript Verlag, Bielefeld 2024 |
354 Seiten | 29,00 Euro
Einband kartoniert | ISBN 978-3-8252-6232-7
eBook | ISBN 978-3-8385-6232-2

Der Journalismus erlebt derzeit einen tiefgreifenden Wandel durch die Digitalisierung. Soziale Medien und digitale Plattformen gewinnen als primäre Nachrichtenquellen an Bedeutung, während traditionelle Printmedien an Reichweite verlieren. Künstliche Intelligenz und Algorithmen revolutionieren die Art und Weise, wie Inhalte erstellt und verbreitet werden. Im Datenjournalismus wird Big Data zum zentralen Ausgangspunkt für das Storytelling. Weil die Digitalisierung auch die traditionellen Geschäftsmodelle der Medienunternehmen auf den Kopf stellt, setzen viele Marken heute vermehrt auf Abo-Modelle oder digitale Werbung und nutzen Native Advertising, Branded Content und Affiliate-Marketing. Diese Situation wird in Forschung und Praxis viel diskutiert – unterschätzt werden dabei häufig die Auswirkungen auf die Ausbildung der angehenden Journalistinnen und Journalisten. Denn sie benötigen neue Kompetenzen im Umgang mit den digitalen Tools.

Das ist die Ausgangssituation, die Lorenz Lorenz-Meyer in seinem Lehrbuch „Digitaler Journalismus“ aufgreift. Insgesamt umfasst der Band 17 Kapitel bzw. 354 Seiten, die sich in drei Teile einordnen lassen. Im ersten Teil zeichnet Lorenz-Meyer die Geschichte des Onlinejournalismus nach. Der zweite Teil widmet sich journalistischen Tätigkeiten. Er befasst sich mit grundlegenden Aktivitäten wie der Themenfindung und Recherche oder dem Wissens- und Projektmanagement, aber auch mit Multimedia, Social Media und Innovationen wie dem Datenjournalismus oder der Automatisierung der Berichterstattung. Redaktionelles Marketing bildet schließlich den Schwerpunkt im dritten Teil. Zentrale Themen sind hier Content oder Community

Management. Über die drei Teile hinweg will Lorenz-Meyer die „Effekte der Digitalisierung auf den Journalismus“ (S. 13) aufarbeiten. Das Einführungswerk fußt dabei auf seinen praktischen Erfahrungen: Lorenz-Meyer hat acht Jahre als Onlinedektor für den Spiegel, die Zeit oder die Deutsche Welle gearbeitet. Seit 20 Jahren lehrt er an der Hochschule Darmstadt in den Studiengängen Onlinejournalismus, Medienentwicklung und Media, Technology and Society. Damit ist es kaum verwunderlich, dass sich ein klarer Anwendungsbezug durch das gesamte Lehrbuch zieht.

Gleich im ersten Teil zeichnet Lorenz-Meyer die historische Genese des Onlinejournalismus auf stark komprimierte und trotzdem nachvollziehbare Weise in drei Dekaden nach. Technologie, Markt und Gesellschaft sind für ihn die wichtigsten Treiber der Digitalisierung (S. 24). Im ersten Jahrzehnt unternehmen frühe Digitalpioniere wie Der Spiegel die ersten Schritte im Internet (S. 19). Das zweite Jahrzehnt ist geprägt von einer Professionalisierung, wobei es den Medienorganisationen weiter schwerfällt, tragfähige Geschäftsmodelle zu etablieren (S. 22). Der gesamte Journalismus wird in der dritten Phase in der gesamten Wertschöpfungskette von der Produktion bis zur Rezeption von der Digitalisierung erfasst. Dabei hat sich der Onlinejournalismus gewandelt hin zu einem „digitalisierten (oder digitalen) Journalismus, der sich in den vergangenen drei Jahrzehnten in permanenter Revolution befunden hat und sich dabei ganz zwangsläufig als ein Journalismus mit eingebautem Innovationsmanagement etabliert hat und weiterhin bewähren muss“ (S. 34). Die dritte Dekade handelt Lorenz-Meyer allerdings nur kurz auf einer halben Seite ab. Künstliche Intelligenz und Algorithmen lässt er an dieser Stelle erstaunlicherweise vollständig unerwähnt, auch wenn sie die Branche in den letzten Jahren tiefgreifend verändert haben. Immerhin widmet er der Automatisierung im Journalismus später ein ganzes Kapitel.

Im zweiten Teil steht das Handwerk der Journalistinnen und Journalisten im Mittelpunkt. Natürlich befasst sich Lorenz-Meyer mit den überaus relevanten Themen wie Social Media, Mobile Reporting oder Data Journalism. Im zweiten Teil hält der Autor aber auch einige Überraschungen für seine Leserinnen und Leser bereit und arbeitet Themen auf, die in anderen Handbüchern vermisst werden: So werden zum Beispiel Wissensmanagement im Journalismus und Techniken wie Personal Knowledge Management (S. 71) oder Agile Methoden wie Scrum (S. 87) vorgestellt. Einige Journalistinnen und Journalisten mögen hieraus neue Ideen und Inspiration für die Organisation der Zusammenarbeit in ihren Redaktionen ziehen. Lorenz-Meyer greift aber auch Fragen rund um die Datensicherheit im Journalismus auf. Spätestens seit dem Angriff auf die Informationsinfrastruktur der Neuen Zürcher Zeitung im März 2023 erscheint das notwendig. Während die Hinweise zur digitalen Gefahren-

abwehr wichtig sind, kommen die Ausführungen zur Generierung von sicheren Passwörtern (S. 253) dann aber doch eher unerwartet in einem Handbuch für Journalismus.

Insgesamt hat das Einführungswerk einen praktischen Charakter. Das zeigt sich vor allem dann, wenn Lorenz-Meyer mit viel Know-how mögliche Workflows im Mobilen Journalismus (S. 160), für die Produktion von Podcasts (S. 187) oder die Recherche im Datenjournalismus (S. 210) in großer Ausführlichkeit und in einzelnen Schritten skizziert. Immer wieder spricht Lorenz-Meyer konkrete Empfehlungen für Software aus, beispielsweise erläutert er die Funktionen von Tools wie Outwit Hub für Scraping, Tableau für Visualisierungen oder Open Refine zur Datenbereinigung aus. Gerade für Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteigern dürften die Hinweise sehr hilfreich sein. Aber auch erfahrene Journalistinnen und Journalisten finden in dem Buch viele Anregungen, um ihr Fachwissen auf den aktuellen Stand zu bringen.

Weil traditionelle Erlösmodelle rund um Werbung und Vertrieb im digitalen Raum nicht ausreichen, um hochwertigen Journalismus zu refinanzieren, skizziert Lorenz-Meyer im dritten Teil, wie der digitale Journalismus aktuell um nachhaltige Finanzierungsmodelle und ein neues Verhältnis zum Publikum ringt. Die vielen Beispiele machen die entsprechenden Kapitel nicht nur durchgängig gut lesbar, sondern auch besonders interessant. Lorenz-Meyer wirft Schlaglichter auf verschiedene Erlösmodelle, darunter die tageszeitung mit ihrer Strategie der freiwilligen Digitalabos (S. 342), die Krautreporter mit erfolgreichem Crowdfunding in der Gründungsphase (S. 343) oder die Riffreporter mit einer Mischung aus Vertriebserlösen, Privat- oder Institutionenspenden (S. 344).

Zu allen Buchteilen und Kapiteln stehen für die Leserinnen und Leser auf der Homepage des Verlags zahlreiche Zusatzmaterialien bereit. Der Zugang zu den Testfragen über die Website ist teils noch umständlich. (Ein entsprechender Account muss angelegt und freigeschaltet werden.) Im Buch finden sich außerdem auch verschiedene Übungsaufgaben, die für Dozentinnen und Dozenten konkrete Impulse und praktische Ideen für Lehrveranstaltungen an Hochschulen (oder auch in Volontariatslehrgängen etc.) geben können. Daneben stehen Begriffserklärungen oder Merksätze. Auf eine Referenzierung aktueller Forschung verzichtet Lorenz-Meyer im gesamten Buch bewusst, stattdessen bietet er am Ende jedes Kapitels eine kurze Liste mit ausgewählten und handverlesenen Lektüreempfehlungen, in denen sich die Leserinnen und Leser die fachwissenschaftlichen Diskussionen selbst erschließen können.

In der Gesamtschau lässt sich festhalten: Lorenz Lorenz-Meyer hat ein kompaktes Praxisbuch zum digitalen Journa-

lismus vorgelegt, das besonders durch seine anwendungsorientierte Ausrichtung und die didaktische Aufarbeitung überzeugt. Seinen Leserinnen und Lesern bietet er einen umfassenden Überblick über die aktuellen Herausforderungen und Entwicklungen im Journalismus – von A wie Algorithmus bis Z wie Zielgruppenanalyse.

Jun.-Prof. Dr. Vera Katzenberger
Universität Leipzig
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Medien Wirtschaft

Perspektiven der digitalen Transformation

Aktuelles Thema: Abonnements

Grenzen des digitalen Abo-Wachstums. Lösungsansätze für die Praxis
Thomas Breyer-Mayländer, Hochschule Offenburg

Die Transition von Print- zu Digitalabonnements. Erfahrungen, Implikationen,
Forschungsbedarf
Christopher Buschow, Hamburg Media School und Technische Universität Hamburg

Markus Kaiser, Technische Hochschule Nürnberg

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Diskussion (V)

Nachhaltigkeitsmanagement in der Medienbranche. Erfahrungen und
Einordnungen im Regulierungskontext
Jens Müller, Zweites Deutsches Fernsehen

... und mehr

Medien Wirtschaft bezieht viermal im Jahr Stellung zu aktuellen betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Fragen aus den Bereichen Medienmanagement und Medienökonomie.

Jetzt bestellen!

Ja, ich möchte keine weitere Ausgabe versäumen und bestelle MedienWirtschaft im Jahres-Abonnement (4 Ausgaben) zum Preis von 98 Euro zzgl. Versandkosten und USt. Mein Abonnement verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich kündige.

Ja, ich bestelle das Studenten-Abonnement MedienWirtschaft (4 Ausgaben) zum Preis von 49 Euro zzgl. Versandkosten und USt. Mein Abonnement verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich kündige.

Firma:

Name, Vorname:

Funktion:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

E-Mail:

Datum/ Unterschrift:

Widerrufsgarantie: Mir ist bekannt, dass ich diese Bestellung innerhalb der folgenden zwei Wochen beim New Business Verlag schriftlich widerrufen kann. Dies bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

2. Unterschrift: