

Entrepreneurial Journalism

Grenzen und grenzüberschreitende Potentiale.

Von Britta M. Gossel

Abstract Journalismus wird verändert, z. B. durch Digitalisierung bzw. digitalen Wandel, und kollaboriert zunehmend über Grenzen hinweg. In diesem Kontext spielt Entrepreneurial Journalism eine Rolle, beispielsweise wenn die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle im Journalismus oder zukünftige Kompetenzen in der Journalistenausbildung empirisch erforscht werden. Der folgende Beitrag versucht, die aktuelle Verwendung des Begriffs Entrepreneurial Journalism zu skizzieren, die dort vorhandenen Grenzen aufzuzeigen und grenzüberschreitende Potentiale aus Perspektive der Entrepreneurship-Forschung herauszuarbeiten.

Mit Beginn der 2010er Jahre findet der Ausdruck *Entrepreneurial Journalism* Eingang in die Literatur, meist in seiner englischen Bezeichnung, teilweise auch in der deutschen Übersetzung *Unternehmerischer Journalismus* (vgl. Lischka 2018; Stockleben 2012). Die frühe Diskussion in praxis-orientierter Perspektive prägten Jarvis (2010) mit einem Blog über einen Conference Call zur Lehre zum Thema an der CUNY Craig Newmark Graduate School of Journalism, Briggs' Praxishandbuch (2012) zur Entwicklung journalistischer unternehmerischer Initiativen oder aber die internationale Bestandsaufnahme von Nazhmidinova und Ruß-Mohl (2012).

Die Verbindung der Begriffe *entrepreneurial* und *Journalismus* in dieser Form ist vergleichsweise jung (vgl. Vos/Singer 2016). Ein erstes Special Issue zum Thema erschien in der Zeitschrift „Journalism Practice“ (Rafter 2016), in Vos' „Handbooks of Communication Science: Journalism“ (2018) gibt es ein Kapitel zum Thema (Singer 2018). Eine Reihe an Studien entstand in den vergangenen Jahren (eine Übersicht bietet Achtenhagen 2017), in denen es im Wesentlichen um vier Themenkomplexe geht:

Prof. Dr. Britta M. Gossel ist Professorin für Social Business Management und Leiterin des Masterstudiengangs „Sustainable Entrepreneurship and Social Innovation“ an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde.

- ▶ Ein erstes zentrales Thema ist die Frage und Diskussion der Einbettung von Entrepreneurship in die journalistische (Hochschul-)Ausbildung (vgl. Baines/Kennedy 2010; Sparre/Färgemann 2016; Casero-Ripolles et al. 2016; Barnes/de Villiers Scheepers 2017; Gossel 2017, 2019; Gossel/Kalka 2015a,b; Gossel/Konyen 2019; Hunter/Nel 2011).
- ▶ Ein weiterer Themenkomplex empirischer Forschung ist rund um die Interpretation von selbstständigen Journalist:innen als Entrepreneurial Journalists zu beobachten (vgl. De Cok/de Smaele 2016; Elmore/Massey 2012; Himma-Kadakas/Möttus 2021; Holton 2016; Mathisen 2017).
- ▶ Ein dritter Themenkomplex exploriert Entrepreneurial Journalism mit Blick auf sogenannte journalistische Start-ups (vgl. Appelgren/Lindén 2020; Buschow 2018; Price 2017; Slot 2021; Buschow/Wellbrock 2020; Zhang 2019).
- ▶ Und ein vierter Themenkomplex betrachtet im weitesten Sinne Fragen journalistischer Geschäftsmodelle bzw. der Finanzierung von Journalismus beispielsweise durch Micropayments oder Crowdfunding (vgl. Clement et al. 2018; Porlezza/Splendore 2016).

Seltener erfolgt die Auseinandersetzung mit Fragen der Darstellung von Entrepreneurship im Journalismus (vgl. Vos/Singer 2016), der unternehmerischen Fähigkeiten (Entrepreneurial Skills) von Journalist:innen (vgl. Salles 2019) oder einem Entrepreneurial Mindset (vgl. Caplan et al. 2020; Royle 2021).

Definitionen von Entrepreneurial Journalism sind eher selten in der Literatur zu finden (vgl. Cohen 2015). Einen der wenigen Definitionsversuche bietet Singer (2018, S. 356):

“[T]he term ‘entrepreneurial journalism’ is best understood as designating stand-alone enterprises that have a journalistic mission yet are dissociated from legacy media.”

Ähnlich beschreiben Wagemans et al. (2016, S. 165 f.):

“The term ‘entrepreneurial journalism’ [...] marries two parts long seen as needing to be separate, even at times in one individual, the entrepreneurial journalist: the business side of the enterprise and the journalistic side of the enterprise. Those two sides interact and influence the success of the startup.”

Obwohl der Begriff oft mit selbstständiger Tätigkeit gleichgesetzt wird (vgl. Baines/Kennedy 2010; Cohen 2015; De Cok/de Smaele 2016) gibt es in der Literatur den Vorschlag, diese Begriffe voneinander abzugrenzen (vgl. Gossel 2017; Singer 2018).

Grenzen der Betrachtung von Entrepreneurial Journalism

Forschung in den beschriebenen Themenkomplexen des Entrepreneurial Journalism wird insbesondere aus der kommunikationswissenschaftlich geprägten Journalismusforschung betrieben. Durch diese Perspektive entstehen nicht nur Einsichten, sondern insbesondere auch Grenzen in Perspektiven der Betrachtung von Entrepreneurial Journalism.

Eine erste Betrachtungsgrenze entsteht allein durch die Unklarheit des Begriffs Entrepreneurial Journalism an sich, die mehrfach kritisiert wurde (vgl. Vos/Singer 2016). An den illustrierend dargestellten Definitionen (siehe oben) wird deutlich, wie unklar bleibt, welche Dimension von Journalismus mit entrepreneurial beschrieben werden soll. Charakterisiert der Begriff orientierend an eine allgemeine Journalismusdefinition von Löffelholz und Rothenberger (vgl. 2017, S. 17) eine bestimmte Art und Weise der Beobachtung der Gesellschaft durch journalistische Organisationen, bestimmte Handlungsprogramme oder journalistischer Rollendifferenzierungen? Oder wird entrepreneurial charakterisierend gedacht für einzelne Aspekte des Struktur-/Normen-/Funktions- oder Rollenkontextes des Journalismus nach Weischenberg (1992)? Fokussiert *entrepreneurial* in diesem Kontext auf Phänomene der bekannten theoretischen Konzepte der Journalismusforschung (Löffelholz 2017, S.53)? Charakterisiert entrepreneurial eine weitere Dimension journalistischer Kompetenzen (Gossel 2019, S.14)? Diese Fragen zeigen: Durch diese unscharfe Zuordnung des Begriffs entsteht ein diffuser Raum an Möglichkeiten.

Eine weitere Grenze entsteht eher unterschwellig mit den verschiedenen Assoziationen oder impliziten Annahmen, welche die Bedeutungszuschreibung und Verwendung des Begriffs entrepreneurial prägen. Briggs brachte es vor zehn Jahren auf den Punkt:

"When I came up through journalism, I was taught that commerce was corrupting. I was told to keep my distance [...] from the moneychangers who brought in the revenue to support our work" (Briggs 2012, S.1).

*Entrepreneurial Journalism
wird insbesondere mit
journalistischen (for-profit) Startups
assoziiert.*

Und diese Grundhaltung scheint die Bedeutungszuschreibung der Perspektive der Journalismusforschung stark zu prägen. Benedetti (2020) präzisiert diese kritische Haltung zu Entrepreneurial Journalism, wenn er die Verquickung von Innovation und Entrepreneurship als „nachlässig“ – „sloppy“ (Benedetti 2020, S. 100) – bezeichnet und diese so interpretiert als würden die Grenzen zwischen den Möglichkeiten neuer Technologien zur besseren Berichterstattung und deren Nutzung zur Monetarisierung verwischen: “The result is a drift towards the colonization of journalism and journalism education by the market” (ebd.). Altmeyen (2019) betrachtet zwar unternehmerisches Denken als Chance für individuelle Karriereperspektiven von Journalist:innen, wertet es aber zugleich als einen weiteren „Schritt Richtung Ökonomisierung des Journalismus und somit eine Bedrohung journalistischer Autonomie“ (Altmeyen 2019, S. 97). Interessanterweise wird auch mit positiver Konnotation beobachtet, dass durch die Auseinandersetzung mit Entrepreneurial Journalism die Forschungsbereiche des Medienmanagements und der Journalismusforschung näher aneinanderrücken (vgl. Achtenhagen 2017). Auffällig ist: Der Begriff entrepreneurial wird kaum in der Literatur seines wissenschaftlichen Kontextes, der interdisziplinären Entrepreneurship-Forschung, bearbeitet.

In diesem wenig abgesteckten und vagen Gebiet kann als dritte Grenze beobachtet werden, dass innerhalb der größten empirischen Betrachtungen dann bestimmte Lesarten der Begriffe dominieren. So erfolgt einerseits eine eher verkürzte Sicht auf den Entrepreneurial Journalist, der in einem Atemzug mit freier bzw. selbstständiger Berufstätigkeit gedacht wird (vgl. Elmore/Massey 2012; Gossel/Kalka 2015a). Darüber hinaus wird Entrepreneurial Journalism insbesondere mit journalistischen (for-profit) Startups assoziiert (vgl. Appelgren/Lindén 2020; Buschow 2018; Price 2017; Slot 2021; Zhang 2019), bislang eher vereinzelt auch breiter gedacht zum Beispiel als journalistische (non-for-profit) Neugründungen (vgl. Buschow/Wellbrock 2020).

Grenzüberschreitende Potentiale von Entrepreneurial Journalism

Mit dem Blick in die Zukunft der wissenschaftlichen Exploration eines Phänomens Entrepreneurial Journalism soll als zielführender nächster Schritt eine Sichtachse zur Entrepreneurship-Forschung eröffnet werden, um Perspektiven für Po-

tentiale auszuloten, die grenzüberschreitend gedacht sind in dem Sinne, als die durch die Journalismusforschung dominierte Perspektive durch eine andere Sichtachse bereichert und herausgefordert wird.

Die Entrepreneurship-Forschung bietet als interdisziplinäres Forschungsfeld eine Vielzahl an anschlussfähigen Zugängen. Trotz der Entwicklung und primären Verortung in den Wirtschaftswissenschaften bzw. im Management bereichern Disziplinen wie Soziologie, Psychologie, Anthropologie, Geschichte oder Geographie die Debatte maßgeblich bzw. wird Entrepreneurship auch in diesen Disziplinen bearbeitet (vgl. Carlsson et al. 2013, S. 914). In einer der prominentesten Definitionen wird Entrepreneurship-Forschung als Auseinandersetzung mit den Ursprüngen von Möglichkeiten („opportunities“), Prozessen der Entdeckung, Bewertung und Ausschöpfung solcher Möglichkeiten sowie den Individuen, die diese Prozesse ausführen, beschrieben (vgl. Shane/Venkataraman 2000, S. 218). Bruyat und Julien (2001) beschreiben dies noch abstrakter als Prozess, in dem ein Entrepreneur als Individuum für die Erschaffung eines neuen Wertes (einer Innovation oder/und einer neuen Organisation) verantwortlich ist. Auch wenn diese Beschreibungen zunächst scheinbar ausschließlich auf die Gründung von neuen Unternehmen schließen lassen, so bieten sie Optionen zu weiteren Sichtachsen, wenn beispielsweise Wertschöpfung nicht ausschließlich als wirtschaftliche sondern auch als soziale verstanden werden kann (vgl. Korsgaard/ Anderson 2011).

Darüber hinaus bietet die Entrepreneurship-Forschung verschiedenste theoretische Zugänge. Wie bereits an anderer Stelle (vgl. Gossel 2018) beschrieben, wird Entrepreneurship in vielerlei Perspektiven konzipiert, z.B. als Methode oder Logik (vgl. Sarasvathy 2001, 2009), als Prozess (vgl. Hjorth et al. 2015) oder als Emanzipation (Rindova et al. 2009). Ohne diese im Detail hier beschreiben zu können, bieten diese verschiedensten Interpretationen des Begriffs entrepreneurial an, welche die Bedeutungszuschreibungen im Kontext von Entrepreneurial Journalism bereichern können. Wie dies bereits für den Begriff *Entrepreneurial Communication* in Abgrenzung zu *Strategic Communication* geschehen kann, wurde an anderer Stelle beschrieben (vgl. Gossel 2022).

Weiterhin gibt es verschiedene Bereiche der Entrepreneurship-Forschung wie beispielsweise Digital Entrepreneurship,

*Entrepreneurship wird in vielerlei
Perspektiven konzipiert,
z. B. als Methode oder Logik,
als Prozess oder als Emanzipation.*

Media Entrepreneurship, Sports Entrepreneurship oder Technology Entrepreneurship. Für eine erweiterte Perspektive auf Entrepreneurial Journalism kann Social Entrepreneurship ein bereichernder Zugang sein. Social Entrepreneurship kann als unternehmerisches Denken und Handeln mit zweiseitiger Mission (sozialer *und* wirtschaftlicher) verstanden und dadurch von klassischem Entrepreneurship, Corporate Social Responsibility oder Non-profit Organisationen abgegrenzt werden (vgl. Saebi et al. 2019). Erkennbar ist diese Sichtachse bereits in ersten Publikationen im Kontext von Entrepreneurial Journalism (vgl. Konieczna 2018; Buschow/Wellbrock 2020), die auf weitere Integration dieser Perspektive mit ihren theoretischen Zugängen in Zukunft hoffen lassen.

Fazit

Mit Blick auf die skizzierten Zugänge der Entrepreneurship-Forschung zu weiteren Lesarten des Begriffs Entrepreneurial Journalism, könnten kritisch einschränkende Perspektiven von anderer Seite betrachtet und ihrerseits kritisiert werden:

“Journalists and journalism educators, instead of embracing ‘entrepreneurial journalism’ [...] should stand firm against new attempts to appropriate journalism as a commercial enterprise enlisted to serve the market instead of the public” (Benedetti 2020, S. 97).

Gerade um die aktuellen Herausforderungen des Journalismus zu lösen, kann ein Blick auf Journalismus durch die Linse der Erkenntnisse der Entrepreneurship-Forschung hilfreich sein, sofern nicht nur der Begriff entrepreneurial verwendet, sondern die breite und tiefe wissenschaftliche Debatte des interdisziplinären Feldes und deren Erkenntnisse Eingang finden. Ob und wie Entrepreneurial Journalism Lösungen für die aktuellen Herausforderungen des Journalismus mit entwickeln kann, kann im Grunde erst dann Teil der Forschungsagenda werden, wenn dies auf profunder wissenschaftlicher interdisziplinärer Basis geschieht.

Literatur

- Achtenhagen, Leona (2017): Media entrepreneurship – Taking stock and moving forward. In: *International Journal on Media Management*, 19. Jg., H. 1, S. 1-10, <https://doi.org/10.1080/14241277.2017.1298941>.
- Alfter, Brigitte (2019): *Cross-border collaborative journalism: A step-by-step guide*. London.

- Altmeyden, Klaus-Dieter (2019): *Entrepreneurs und digitale Realisten. Von der sozialen Erwünschtheit des Sich-Ernähren-Könnens durch Irgendwas mit Medien*. In: Gossel, Britta M./Konyen, Kathrin (Hg.): *Quo Vadis Journalistenausbildung?* Wiesbaden, S. 93-106.
- Appelgren, Ester/Lindén, Carl-Gustav (2020): *Data journalism as a service: Digital native data journalism expertise and product development*. In: *Media and Communication*, 8. Jg., H. 2, S. 62-72, <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2757>.
- Baines, David/Kennedy, Ciara (2010): *An education for independence: Should entrepreneurial skills be an essential part of the journalist's toolbox?* In: *Journalism Practice*, 4. Jg., H. 1, S. 97-113, <https://doi.org/10.1080/17512780903391912>.
- Barnes, Renee/de Villiers Scheepers, Margarietha Johanna (2018): *Tackling uncertainty for journalism graduates: A model for teaching experiential entrepreneurship*. In: *Journalism Practice*, 12. Jg., H. 1, S. 94-114, <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1266277>.
- Benedetti, Paul (2020): *The big sellout: a critical snapshot of the rise of "entrepreneurial journalism"*. In: *Toward*, S. 94-104.
- Briggs, Mark (2012): *Entrepreneurial journalism: How to build what's next for news*. Thousand Oaks.
- Buschow, Christopher (2018): *Was der öffentlich-rechtliche Rundfunk von journalistischen Start-ups lernen kann*. In: Gonser, Nicole (Hg.): *Der öffentliche (Mehr-) Wert von Medien*. Wiesbaden, S. 23-40.
- Buschow, Christopher/Wellbrock, Christian-Mathias (2020). *Die Innovationslandschaft des Journalismus in Deutschland*. Düsseldorf. <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/69718>.
- Bruyat, C./Julien, P. A. (2001). *Defining the field of research in entrepreneurship*. In: *Journal of business venturing*, 16. Jg., H. 2, S. 165-180, [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00043-9).
- Caplan, Jeremy/Kanigel, Rachele/Tsakarestou, Betty (2020): *Entrepreneurial Journalism: Teaching Innovation and Nurturing an Entrepreneurial Mindset*. In: *Journalism & Mass Communication Educator*, 75. Jg., H. 1, S. 27-32, <https://doi.org/10.1177/2F1077695820904987>.
- Carlsson, Bo/ Braunerhjelm, Pontus/McKelvey, Maureen/Olofsson, Krister/ Persson, Lars/Ylinenpää, Hakan (2013): *The evolving domain of entrepreneurship research*. In: *Small Business Economics*, 41. Jg., H. 4, S. 913-930, <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9503-y>.
- Casero-Ripollés, Andreu/Izquierdo-Castillo, Jessica/Doménech-Fabregat, Hugo (2016): *The journalists of the future meet entrepreneurial journalism: Perceptions in the classroom*. In: *Journalism practice*, 10. Jg., H. 2, S. 286-303, <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1123108>.
- Clement, Michel/Leptien, Anke/Schulz, Petra (2018): *Alternative models of financing investigative journalism. Research Report commissioned by the*

- Greens/EFA Group in the European Parliament. Hamburg. https://hans-bredow-institut.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/p21vfeg_Financing-JournalismClement_et-al_180627.pdf.
- Cohen, Nicole S. (2015): *Entrepreneurial journalism and the precarious state of media work*. In: *South Atlantic Quarterly*, 114. Jg., H. 3, S. 513-533.
- De Cock, Rozane/De Smaele, Hedwig (2016): *Freelancing in Flemish News Media and Entrepreneurial Skills as Pivotal Elements in Job Satisfaction: Perspectives of masters or servants?* In: *Journalism Practice*, 10. Jg., H. 2, S. 251-265.
- Elmore, Cindy/Massey, Brian (2012): *Need for instruction in entrepreneurial journalism: Perspective of full-time freelancers*. In: *Journal of Media Practice*, 13. Jg., H. 2, S. 109-124, https://doi.org/10.1386/jmpr.13.2.109_1.
- Gossel, Britta M. (2017): *Unterschätzte Potenziale für die Medienökonomie in Zeiten der Digitalisierung?* In: Seufert, Wolfgang (Hg.): *Media Economics revisited. (Wie) verändert das Internet die Ökonomie der Medien?* Baden-Baden, S. 111-124.
- Gossel, Britta M. (2018): *Entrepreneurial journalism. Chance für die journalistische Freiheit? Reflexion des Freiheitsbegriffs und Konsequenzen für die Journalistenausbildung*. In: Czepek, Andrea et al. (Hg.): *Freiheit und Journalismus*. Baden-Baden, S. 79-96.
- Gossel, Britta M. (2019): *Eine empirische Studie zur Journalistenausbildung aus Sicht junger Journalistinnen und Journalisten*. In: Gossel, Britta/Konyen, Kathrin (Hg.): *Quo Vadis Journalistenausbildung? Befunde und Konzepte für eine zeitgemäße Ausbildung*. Wiesbaden, S. 7-67.
- Gossel, Britta M. (2022, im Druck): *Analogies in Entrepreneurial Communication and Strategic Communication: Definition, Delimitation of Research Programs and Future Research*. In: *International Journal of Strategic Communication*.
- Gossel, Britta M./Kalka, Romy (2015a): *Entrepreneurial Journalism – JournalistInnen als UnternehmerInnen? Eine empirische Bestandsaufnahme von Entrepreneurship Education im Rahmen der Journalistenausbildung in Deutschland*. In: Pagel, Sven (Hg.): *Schnittstellen (in) der Medienökonomie*. Baden-Baden, S. 143-163.
- Gossel, Britta M./Kalka, Romy (2015b): *Media Entrepreneurship Education. Ein studienfachspezifischer Ansatz und eine empirische Bestandsaufnahme*. In: *Zeitschrift für Hochschulentwicklung*, 10. Jg., H. 3, S. 51-70.
- Gossel, Britta M./Konyen, Kathrin (Hg.) (2019): *Quo Vadis Journalistenausbildung? Befunde und Konzepte für eine zeitgemäße Ausbildung*. Wiesbaden, <https://doi.org/10.1007/978-3-658-23123-1>.
- Himma-Kadakas, Marju/Möttus, Mirjam (2021): *Ready to Hire a Freelance Journalist: the Change in Estonian Newsrooms' Willingness to Outsource Journalistic Content Production*. In: *Central European Journal of Communication*, 28. Jg., H. 1, S. 27-43, [https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.1\(28\).2](https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.1(28).2).

- Hjorth, Daniel/Holt, Robin/Steyaert, Chris (2015): *Entrepreneurship and process studies*. In: *International Small Business Journal*, 33. Jg., H. 6, S. 599-611, <https://doi.org/10.1177%2Fo266242615583566>.
- Holton, Avery E (2016): *Intrapreneurial informants: An emergent role of freelance journalists*. In: *Journalism Practice*, 10. Jg., H. 7, S. 917-927, <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1166069>.
- Hunter, Anna/Nel, François P. (2011): *Equipping the entrepreneurial journalist: An exercise in creative enterprise*. In: *Journalism & Mass Communication Educator*, 66. Jg., H. 1, S. 9-24, <https://doi.org/10.1177%2F107769581106600102>.
- Jarvis, Jeff (2010): *Teaching entrepreneurial journalism*. <https://buzzmachine.com/2010/01/11/teaching-entrepreneurial-journalism/>.
- Konieczna, Magda (2018): *Journalism without profit: Making news when the market fails*. Oxford.
- Korsgaard, Steffen/Anderson, Alistair R. (2011): *Enacting entrepreneurship as social value creation*. In: *International Small Business Journal*, 29. Jg., H. 2, S. 135-151, <https://doi.org/10.1177%2Fo266242610391936>.
- Lischka, Juliane. A. (2018): *Schwierige Voraussetzungen für innovative Journalismus-Start-ups*. In: *Die Volkswirtschaft*, 91. Jg., H.5, S. 46-48, <https://doi.org/10.5167/uzh-151274>.
- Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hg.) (2016): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden.
- Löffelholz, Martin (2016): *Paradigmengeschichte der Journalismusforschung*. In: Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden, S. 29-58.
- Mathisen, Birgit Røe (2017): *Entrepreneurs and idealists: Freelance journalists at the intersection of autonomy and constraints*. In: *Journalism Practice*, 11. Jg., H. 7, S. 909-924, <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1199284>.
- Nazhmidinova, Rukhshona/Ruß-Mohl, Stephan (2012): *Entrepreneurial Journalism. Eine Bestandsaufnahme in Europa*. In: *vocer.org* vom 17.10. <http://www.vocer.org/entrepreneurial-journalism-eine-bestandsaufnahme-in-europa/>.
- Neuberger, Christoph (2020): *Journalismus und digitaler Wandel: Krise und Neukonzeption journalistischer Vermittlung*. In: Jarren, Otfried/Neuberger, Christoph (Hg.): *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre*. Baden-Baden, S. 119-154, <https://doi.org/10.5771/9783748909729>.
- O'Brien, Daniel/Wellbrock, Christian-Mathias/Kleer, Nicola (2020): *Content for free? Drivers of past payment, paying intent and willingness to pay for digital journalism – a systematic literature review*. In: *Digital Journalism*, 8. Jg., H. 5, S. 643-672, <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1770112>.
- Price, John (2017): *Can The Ferret be a watchdog? Understanding the launch, growth and prospects of a digital, investigative journalism start-up*. In: *Di-*

- gital Journalism, 5. Jg., H.10, S. 1336-1350, <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1288582>.
- Porlezza, Colin/Splendore, Sergio (2016): Accountability and transparency of entrepreneurial journalism: Unresolved ethical issues in crowdfunded journalism projects. In: *Journalism Practice*, 10. Jg., H. 2, S. 196-216, <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1124731>.
- Rafter, Kevin (2016): Introduction: Understanding where entrepreneurial journalism fits in. In: *Journalism Practice*, 10. Jg., H. 2, S. 140-142, <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1126014>.
- Rindova, Violina/Barry, Daved/Ketchen Jr., David J. (2009): Entrepreneurship as emancipation. In: *Academy of management review*, 34. Jg., H. 3, S. 477-491, <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40632647>.
- Royle, Jo (2021): From skillset to mindset: the reconceptualisation of entrepreneurial journalism in higher education. Diss. Bournemouth University.
- Saebi, Tina/Foss, Nicolai J./Linder, Stefa (2019): Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. In: *Journal of Management*, 45. Jg., H. 1, S. 70-95, <https://doi.org/10.1177%2F0149206318793196>.
- Salles, Chloe (2019): Disrupting journalism from scratch. In: *Nordic Journal of Media Studies*, 1. Jg., H. 1, S. 29-46, <https://doi:10.2478/njms-2019-0003>.
- Sarasvathy, Saras D. (2001): Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. In: *Academy of Management Review*, 26. Jg., H.1, S. 243-263, <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>.
- Sarasvathy, Saras D. (2009): *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. Cheltenham.
- Shane, Scott/Venkataraman, Sankaran (2000): The promise of entrepreneurship as a field of research. In: *Academy of management review*, 25. Jg., H. 1, S. 217-226, <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>.
- Singer, Jane B. (2018): *Entrepreneurial Journalism*. In: Vos, Tim P. (Hg.): *Journalism*. (Handbooks of Communication Science, Band 19). Boston/Berlin, S. 355-372.
- Slot, Mijke (2021): About introvert incumbents and extravert start-ups: An exploration of the dialectics of collaborative innovation in the Dutch journalism field. In: *Journalism*, 22. Jg., H. 2, S. 414-429, <https://doi.org/10.1177%2F1464884918794303>.
- Sparre, Kirsten/Færgemann, Helle Meibom (2016): Towards a Broader Conception of Entrepreneurial Journalism Education: starting with everyday practice. In: *Journalism Practice*, 10. Jg., H. 2, S. 266-285, <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1123110>.
- Stockleben, Björn (2012): *Entrepreneurial Journalism im Kontext der Aufmerksamkeitsökonomie*. In: Michitsch, Christine/Goutrié, Christine/Wuschig, Ilona (Hg.): *Think CROSS-Change MEDIA: Eine Standortbestimmung im Jahr 2012*. Magdeburg, S.104-118.

- von Streit, Alexander (2020): „Krautreporter“. Journalismus als Gemeinschaftsprojekt. In: *Communicatio Socialis*, 53. Jg., H. 2, S. 215-217, <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2020-2-215>.
- Vos, Tim P. (Hg.) (2018): *Journalism. Handbooks of Communication Science*, Band 19. Boston/Berlin.
- Vos, Tim P./Singer, Jane (2016): Media discourse about entrepreneurial journalism: Implications for journalistic capital. In: *Journalism Practice*, 10. Jg., H. 2, S. 143-159, <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2015.1124730>.
- Wagemans, Andrea/Witschge, Tamara/Deuze, Mark (2016): Ideology as resource in entrepreneurial journalism: The French online news startup Mediapart. In: *Journalism Practice*, 10. Jg., H. 2, S. 160-177, <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1124732>.
- Weischenberg, Siegfried (1992): *Journalistik. Band 1. Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Opladen.
- Zhang, Shixin Ivy (2019): The business model of journalism start-ups in China. In: *Digital journalism*, 7. Jg., H. 5, S. 614-634, <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1496025>.