

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis	17
1. Einleitung	19
1.1 Relevanzbegründung und Forschungsziel	21
1.2 Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit	33
2. Journalismus, Mediennutzung und Medienvertrauen im Wandel	37
2.1 Journalismus im digitalen Zeitalter	37
2.2 Wandel der Mediennutzung	41
2.3 Vertrauen in Medien	49
2.4 Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse über den Wandel und Implikationen für öffentlich-rechtliche Medien	52
3. Konvergenz und neue Formen der Medialität	55
3.1 Definition zentraler Begriffe	55
3.1.1 Medienkonvergenz und redaktionelle Konvergenz	56
3.1.2 Multimedialität	58
3.1.3 Crossmedialität	58
3.1.4 Transmedialität	59
3.2 Dimensionen von Crossmedialität	62
3.3 Nutzen von Crossmedialität	64
3.4 Voraussetzungen für crossmediales Arbeiten	67
4. Öffentlich-rechtliche Medien in Deutschland	71
4.1 Der Auftrag öffentlich-rechtlicher Medien	73
4.2 Öffentlich-rechtliche Medien in der Kritik	76
5. Südwestrundfunk (SWR)	83
5.1 Der SWR – das Kind einer Fusion	84

Inhaltsverzeichnis

5.2	Standorte	89
5.3	Programme, Angebote und Ressourcen	90
5.4	<i>SWR Aktuell</i>	94
5.5	Der crossmediale Wandel des SWR im digitalen Zeitalter	96
6.	Change Management	111
6.1	3-Phasen-Modell nach Kurt Lewin	112
6.2	8-Step Change Model nach John Kotter	114
6.3	ADKAR-Modell nach Jeffrey M. Hiatt	116
6.4	Vergleich der Modelle und Nutzen für die vorliegende Studie	118
7.	Bourdieu's Œuvre und sein Nutzen für die Journalismusforschung	121
7.1	Felder und illusio	125
7.2	Habitus und doxa	130
7.3	Kapital	136
7.4	Journalismus bei Bourdieu	140
7.5	Kritik an Bourdieu	156
7.6	Nutzen von Bourdieus Habitus- und Feldkonzept für die vorliegende Studie	158
8.	Forschungsstand	163
8.1	Forschungsstand zur Konvergenz	163
8.1.1	Historischer Überblick zur Einführung integrierter Newsrooms	164
8.1.2	Modelle zur Messung der Newsroom-Konvergenz	167
8.1.3	Studiendesigns und empirische Forschungsmethoden zur Analyse redaktioneller Konvergenz	173
8.1.4	Überblick über zentrale Untersuchungsebenen im Bereich der Konvergenz	175
8.1.5	Studien zur Newsroomintegration im internationalen Vergleich	176
8.1.6	Studien zur redaktionellen Konvergenz in privatwirtschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen	178

Inhaltsverzeichnis

8.2	Forschungsstand zu den Auswirkungen von Newsroomkonvergenz und Crossmedialität auf den Journalismus	181
8.2.1	Neue Aufgabenfelder und benötigte Kompetenzen	182
8.2.2	Veränderte Arbeitsbedingungen, Reputations- und Prestigefragen	185
8.2.3	Auswirkungen auf die Qualität der Berichterstattung	187
8.2.4	Trägheit der journalistischen Strukturen	192
8.2.5	Konfligierende Newsroomkulturen	196
8.2.6	Herausforderungen für das Management	201
8.2.7	Dekonvergenzprozesse	205
8.2.8	Veränderte Beziehung zwischen Journalist:innen und Rezipierenden	207
8.3	Forschungsdesiderate und Forschungsfragen	212
9.	Methodik	223
9.1	Begründung des qualitativen Ansatzes und Auswahl des Untersuchungsobjekts	223
9.2	Qualitative Expert:inneninterviews	225
9.2.1	Kriterien und Ablauf der Befragtenauswahl	227
9.2.2	Erhebungsinstrument Leitfaden	235
9.2.3	Pretest der leitfadengestützten Expert:inneninterviews	238
9.2.4	Zur Situation der Datenerhebung	242
9.2.5	Technische und methodische Aspekte der Datenauswertung	244
9.3	Teilnehmende Redaktionsbeobachtung	251
9.3.1	Kriterien und Ablauf der Redaktionsauswahl	256
9.3.2	Erhebungsinstrument Beobachtungsprotokoll und Feldnotizen	259
9.3.3	Pretest	261
9.3.4	Zur Situation der Datenerhebung	262
9.3.5	Technische und methodische Aspekte der Datenauswertung	265
9.4	Berücksichtigung qualitativer Gütekriterien	265

Inhaltsverzeichnis

10. Ergebnisse	271
10.1 Veränderungen durch den crossmedialen Unternehmenswandel im <i>SWR</i> und bei <i>SWR Aktuell</i>	271
10.1.1 Organisatorische und strukturelle Veränderungen im <i>SWR</i> und bei <i>SWR Aktuell</i>	272
10.1.1.1 Ausspielwegübergreifende Reorganisation der an <i>SWR Aktuell</i> beteiligten Direktionen, Hauptabteilungen, Abteilungen, Fachredaktionen und Regionalstudios	273
10.1.1.2 Exkurs: Zuständigkeiten der an <i>SWR Aktuell</i> beteiligten Redaktionen und Regionalstudios	276
10.1.1.3 Stand der redaktionellen Konvergenz in den an <i>SWR Aktuell</i> beteiligten Zentralredaktionen und Regionalstudios	280
10.1.1.4 Veränderung der Finanzstruktur durch den crossmedialen Unternehmenswandel	303
10.1.2 Crossmediale Veränderung der Arbeitsprozesse und Arbeitsweisen der an <i>SWR Aktuell</i> beteiligten Einheiten	308
10.1.2.1 Themen- vs. kanalspezifische Arbeitsabläufe in den an <i>SWR Aktuell</i> beteiligten Zentralredaktionen und Regionalstudios	309
10.1.2.2 Spezialist:innen vs. Generalist:innen: Anforderungen an Journalist:innen in puncto crossmedialer Kenntnisse und Fähigkeiten	315
10.1.2.3 Auswirkungen des crossmedialen Unternehmenswandels auf die Publikationsrhythmen der einzelnen <i>SWR Aktuell</i> -Ausspielwege	324
10.1.2.4 Auswirkungen des crossmedialen Unternehmenswandels auf die Relevanz der Ausspielwege im <i>SWR</i> und bei <i>SWR Aktuell</i>	327

Inhaltsverzeichnis

10.1.2.5	Veränderte Beziehung zwischen den an <i>SWR Aktuell</i> beteiligten Journalist:innen und ihrem Publikum	330
10.1.2.6	Beeinflussung des Berufsbilds Journalist:in durch Crossmedialität	337
10.1.3	Veränderungsmanagement im <i>SWR</i>	339
10.1.3.1	Einbindung der Führungskräfte in die Gestaltung des crossmedialen Unternehmenswandels	341
10.1.3.2	Einbindung der Journalist:innen in die Gestaltung des crossmedialen Unternehmenswandels	345
10.1.3.3	Crossmediale Fort- und Weiterbildungsangebote für Journalist:innen	350
10.1.3.4	Wahrnehmung des crossmedialen Unternehmenswandels durch die Journalist:innen	356
10.1.3.5	Umgang der Führungskräfte mit Skeptiker:innen des crossmedialen Unternehmenswandels	358
10.2	Herausforderungen in Bezug auf Crossmedialität im <i>SWR</i> und bei <i>SWR Aktuell</i>	361
10.2.1	Herausforderungen auf Produktionsebene	361
10.2.1.1	Mangel an Ressourcen	361
10.2.1.2	Herausforderungen bei redaktionsübergreifender Zusammenarbeit	374
10.2.2	Herausforderungen auf Produkt ebene	403
10.2.2.1	Notwendigkeit der Stärkung der Alleinstellungsmerkmale des <i>SWR</i>	404
10.2.2.2	Fehlende Beteiligung der Regionalstudios an der <i>SWR Aktuell-Social Media-</i> Präsenz	406
10.2.3	Herausforderungen auf Ebene der Journalist:innen	409
10.2.3.1	Skepsis, Ängste und Verunsicherung	409
10.2.3.2	Überforderung	411

Inhaltsverzeichnis

10.2.3.3	Mangelnde Entwicklung eines medienübergreifenden Mindsets	414
10.2.4	Herausforderungen auf Managementebene	424
10.2.4.1	Mangel an einheitlicher Führung und verbindlichen Regeln bei <i>SWR Aktuell</i>	424
10.2.4.2	Schwierigkeiten bei der Etablierung und Vermarktung des Themenverticals <i>SWR Aktuell</i>	426
10.2.4.3	Unzureichende Priorisierung von Angeboten und Plattformen	427
10.2.4.4	Notwendigkeit der Stärkung digitaler Angebote und Innovationen	429
10.2.4.5	Herausforderungen bei der Überzeugung der Mitarbeitenden	432
10.2.4.6	Mängel bzw. Defizite der Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen	434
10.2.5	Herausforderungen auf Publikumsebene	436
10.2.5.1	Erreichbarkeit des Publikums	437
10.2.5.2	Herausforderungen bei der Messung digitaler und linearer Erfolge	438
10.2.5.3	Publikumsinteresse vs. öffentlich-rechtlicher Auftrag	440
10.2.5.4	Community Management	442
10.2.6	Herausforderungen auf rechtlicher Ebene	443
10.2.7	Zukünftige Herausforderungen	445
10.3	Mit Crossmedialität assoziierte Erfolge im <i>SWR</i> und bei <i>SWR Aktuell</i>	448
10.3.1	Erfolgreiche Angebote des <i>SWR</i>	448
10.3.2	<i>SWR Aktuell</i> -interne Erfolge: Einstellungswandel, Synergieeffekte und crossmediale Zusammenarbeit	452
10.3.3	Profiteur:innen des crossmedialen Wandels bei <i>SWR Aktuell</i>	455
10.3.4	Positive Auswirkungen der Crossmedialität auf die Qualität der <i>SWR Aktuell</i> -Inhalte	458
11.	Schlussbetrachtung	463
11.1	Beantwortung der übergeordneten Forschungsfrage	465
11.2	Methodenkritik	488

Inhaltsverzeichnis

11.3 Diskussion der Befunde und Rückbezug auf den Forschungsstand	494
11.4 Rückbezug der Ergebnisse auf Bourdieu	516
11.5 Aktuelle Entwicklungen und Ausblick	522
12. Literaturverzeichnis	531
13. Online-Anhang	569