

Inhalt

1 Einleitung: Presse im Aufbruch – das Innovationsdilemma deutscher Zeitungsverlage	17
2 Gründe, Kontexte und Antriebe des digitalen Wandels in deutschen Zeitungsredaktionen	27
2.1 Damokles und die Zukunft der Zeitung	28
2.2 Strukturelle Verunsicherung der Pressebranche	35
2.3 Immer länger, immer mehr, immer mobiler	41
2.4 Aus der Not geboren: Der Aufstieg des Innovationsparadigmas	46
2.5 Auf dem Weg zu einer neuen Redaktionskultur: Der „neue Journalismus“	57
2.6 Inklusion und Partizipation als Innovationsmerkmale	67
2.7 Organisationales Lernen in Zeitungsredaktionen	73
2.8 Untersuchungsleitende Annahmen der vorliegenden Studie	78
3 Methode und Hintergrund der Repräsentativbefragung „Die Zeitungsmacher“	83
3.1 „Die Zeitungsmacher“ im Kontext vergleichbarer Berufsfeldstudien zum Journalismus in Deutschland	83
3.2 Methodisches Vorgehen	93
3.3 Fragebogen und Untersuchungsebenen	95
4 Einzelbefunde: Arbeitszufriedenheit, soziale Verantwortung und Innovationspotenzial in deutschen Zeitungsredaktionen	103
4.1 Medienwandel	107
4.2 Innovationsfelder & -potenzial	111
4.3 Finanzierung	128

4.4 Rollenselbstbild	133
4.5 Arbeitszufriedenheit	141
4.6 Hierarchische Clusteranalyse: eine Redaktionstypologie	154
5 Fazit: Zusammenfassende Ergebnisse und Handlungsempfehlungen	161
5.1 Soziodemografie und Ergebnisüberblick	161
5.2 Was der Medienwandel auslöst	162
5.3 Wo Innovationen ansetzen	165
5.4 Wie Zeitungsjournalismus zukünftig finanziert wird	169
5.5 Welche Rollen Zeitungsredakteure ausfüllen	171
5.6 Wie zufrieden Zeitungsredakteure sind Medienwandel	175
Literatur	179
Anhang	199
Autoren	237