



Pascal Zwicky

# Journalistische Produktion unter neoliberalen Bedingungen

Eine konflikttheoretische Analyse von  
Tageszeitungen aus Deutschland,  
Österreich und der Schweiz



Nomos

Reihe Medienstrukturen

herausgegeben von  
Otfried Jarren  
Matthias Künzler  
Manuel Puppis

Band 3

Pascal Zwicky

# **Journalistische Produktion unter neoliberalen Bedingungen**

Eine konflikttheoretische Analyse von  
Tageszeitungen aus Deutschland,  
Österreich und der Schweiz



**Nomos**

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im Herbstsemester 2011 auf Antrag von Prof. Dr. Otfried Jarren und PD Dr. Werner A. Meier als Dissertation angenommen.

Photo by Jürg Vollmer/maiak.info  
(<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)

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

Zugl.: Zürich, Univ., Diss., 2011

ISBN 978-3-8329-7335-3

1. Auflage 2012

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2012. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

## Inhaltsverzeichnis

|         |  |     |
|---------|--|-----|
| 1       | Einleitung: Problemstellung, Zielsetzungen und Aufbau der Arbeit                               | 15  |
| 2       | Gesellschaftstheoretischer Bezugsrahmen  | 21  |
| 2.1     | Konflikttheoretische Grundlagen  | 23  |
| 2.1.1   | Konflikttheorie nach Marx  | 23  |
| 2.1.2   | Konflikttheorie nach Weber   | 27  |
| 2.2     | Neoliberale Gesellschaftsformation   | 33  |
| 2.2.1   | Wandel der Arbeitswelt in neoliberalen Gesellschaften  | 40  |
| 2.2.2   | Ideologische Absicherung des Neoliberalismus   | 46  |
| 2.3     | Zusammenfassung  | 54  |
| 3       | Medien und Journalismus im gesellschaftlichen Kontext  | 57  |
| 3.1     | Strukturelle Probleme der privatwirtschaftlichen Institutionalisierung von Medien              | 57  |
| 3.1.1   | Kommerzialisierung der Medien  | 63  |
| 3.1.2   | Medienkonzentration  | 66  |
| 3.2     | Medienorganisationen und professioneller Journalismus  | 70  |
| 3.2.1   | Eigentumsverhältnisse von Medien   | 72  |
| 3.2.1.1 | Marktorientiertes Eigentum   | 73  |
| 3.2.1.2 | Verleger- und Familieneigentum   | 79  |
| 3.2.1.3 | Non-Profit-Eigentum  | 81  |
| 3.2.1.4 | Fazit Eigentumsverhältnisse  | 82  |
| 3.2.2   | Organisationshierarchie und Kontrolle journalistischer Produktion                              | 84  |
| 3.2.3   | Professioneller Journalismus   | 91  |
| 3.3     | Zusammenfassung  | 97  |
| 4       | Neoliberalismus als dominanter Institutionalisierungsmodus von Medien und Journalismus         | 101 |
| 4.1     | Neoliberaler Institutionalisierungsmodus und journalistische Produktion – empirische Evidenzen | 107 |
| 4.2     | Theoretischer Ansatz – Journalistische Produktion unter neoliberal geprägten Bedingungen       | 120 |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 4.3   | Forschungsleitende Thesen  | 124 |
| 4.3.1 | Auswirkungen des neoliberalen Institutionalierungsmodus  | 127 |
| 4.3.2 | Einfluss von Eigentumsverhältnissen  | 128 |
| 4.3.3 | Problembewusstsein von Medienschaffenden und Vertretern der Unternehmensseite  | 128 |
| 5     | Methodisches Vorgehen  | 131 |
| 5.1   | Forschungsschritt 1: Samplebildung, Dokumentenanalyse und schriftliche Befragung                                     | 134 |
| 5.2   | Forschungsschritt 2: Auswahl Vertiefungsfälle, Experteninterviews und Dokumentenanalyse                              | 141 |
| 5.3   | Schlussbemerkungen zum methodischen Vorgehen   | 148 |
| 6     | Empirische Befunde: Organisationale Bedingungen journalistischer Produktion bei qualitätsorientierten Tageszeitungen | 149 |
| 6.1   | Journalistische Infrastruktur  | 150 |
| 6.1.1 | Redaktionelle Ressourcen   | 150 |
| 6.1.2 | Publizistische Kooperationen   | 156 |
| 6.1.3 | Qualitätssicherung   | 159 |
| 6.2   | Medien als hierarchische Organisationen  | 166 |
| 6.2.1 | Organisationsaufbau  | 167 |
| 6.2.2 | Organisationale Führungsstrukturen   | 173 |
| 6.2.3 | Entscheidungsstrukturen  | 179 |
| 6.3   | Eigentumsverhältnisse  | 191 |
| 6.4   | Krisenbewältigung und Zukunft von Journalismus   | 204 |
| 6.4.1 | Unternehmerische Reaktionen auf die Medienkrise  | 204 |
| 6.4.2 | Medienpolitische Interventionen  | 211 |
| 7     | Schlussfolgerungen   | 217 |
| 7.1   | Zusammenfassung und Einordnung der Befunde   | 217 |
| 7.2   | Medienpolitik – Handlungsbedarf und Handlungsoptionen  | 226 |
| 7.3   | Vision eines zivilgesellschaftlichen Institutionalierungsmodus   | 238 |
| 7.4   | Forschungsperspektiven   | 240 |

|  |     |
|--|-----|
| Literaturverzeichnis   | 245 |
| <br>   |     |
| Anhang   | 263 |
| Anhang 1: Dokumenten- und Quellenverzeichnis                                 | 263 |
| Anhang 2: Redaktionelle Ressourcen   | 265 |
| Anhang 3: Eigentumsverhältnisse der untersuchten<br>Medienorganisationen     | 267 |
| Anhang 4: Tabellarische Übersicht zum Einfluss von<br>Eigentumsverhältnissen | 272 |

## 1 Einleitung: Problemstellung, Zielsetzungen und Aufbau der Arbeit

Seit einigen Jahren sind weltweit, vorab in den kapitalistisch-marktwirtschaftlichen Gesellschaften westlichen Zuschnitts, tiefgreifende Veränderungen der Medienlandschaften im Gange. Die klassischen Massenmedien resp. der an sie gebundene professionelle Journalismus sehen sich mit neuen Rahmenbedingungen konfrontiert und geraten unter erheblichen Konkurrenz- und Kostendruck. Weil vor allem auch sogenannte „Qualitätsmedien“ betroffen sind, wird über eine „Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation“ (Blum et al. 2011) debattiert. Diese „Medienkrise“<sup>1</sup> manifestiert sich besonders deutlich in Entlassungen von Journalistinnen und Journalisten, in einer weiteren Konsolidierung des Medienmarktes durch Firmenübernahmen und publizistische resp. redaktionelle Kooperationen sowie in einer Qualitätserosion von journalistischen Inhalten (vgl. bspw. fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft 2010). Was sind die Gründe dafür? Oberflächlich betrachtet kommen zwei Entwicklungen zusammen, die sich gegenseitig verstärken: Seit rund 10 Jahren führt das Internet zu strukturellen Veränderungen der klassischen Medien und des Journalismus, zu verändertem Nutzungsverhalten der Rezipienten (vgl. Mögerle 2009) und einem Werbeabfluss ins Netz. Beschleunigt und verschärft wurde dieser Wandel einerseits durch den Einbruch der Werbeeinnahmen ab 2008 in Folge der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise, und andererseits durch die von den Verlagen bewusst gepflegte „Gratiskultur“. Heute gilt es zu konstatieren, dass das bisherige Geschäftsmodell der Medienunternehmen, das ihnen jahrzehntelang hohe

1 Krisendiskurse sind immer auch durch manifeste Interessen und gesellschaftliche Macht- und Herrschaftsverhältnisse beeinflusst. Der Krisenbegriff bietet die Chance, substanzielle Eingriffe zu rechtfertigen; die Chance, eine Richtungsänderung vorzunehmen. Grundsätzlich kann diese Chance von verschiedenen Akteuren genutzt werden. Sprechen Verleger und Medienmanager von einer Krise, können sie damit unpopuläre Rationalisierungs- bzw. Sparmassnahmen besser durchsetzen und legitimieren. Mit dem Begriff der Krise wird zudem suggeriert, dass man nach „erfolgreicher“ Krisenbewältigung wieder zum Courrant normal zurückkehrt resp. zurückkehren kann. Auch dies ist für die Unternehmen von zentraler Bedeutung – eine Dauerkrise können sie sich nicht leisten. Geht es auf der anderen Seite beispielsweise darum, mit medienpolitischen Massnahmen auf die der „Medienkrise“ zugrunde liegenden strukturellen Probleme zu reagieren, muss einem mit Blick auf die langwierigen politischen Prozesse daran gelegen sein, dass die mit dem Krisenbegriff verbundene Dringlichkeit und Alarmiertheit möglichst lange aufrecht erhalten werden kann. Der Begriff der Krise, seine Angemessenheit und sein Einsatz, sind deshalb stets kritisch zu hinterfragen.



Gewinne garantierte und auch die Finanzierung von teurem Journalismus ermöglichte, zusehends wegbricht. Insbesondere die privatwirtschaftlich organisierte Presse gerät unter massiven ökonomischen Druck. Ihr traditionelles Finanzierungsmodell, das auf der Kombination von Werbeeinnahmen und Abonnements- resp. Verkaufserlösen basiert, wird grundsätzlich in Frage gestellt.

Der Erklärungsbedarf ist damit aber noch nicht erschöpft. Die Ursachen der gegenwärtigen Probleme von Medien bzw. Journalismus liegen tiefer.

„By the logic of conventional wisdom, if the internet had never come along and our economy was flush, newspapers and commercial journalism would be doing just fine, thank you. In fact, the evidence is very much to the contrary. Newspapers and much of commercial journalism have been in a pronounced and growing crisis for at least two decades. It is only because the crisis was no apparent in corporate profits that it received inadequate attention. What the internet and the economic downturn have done is simply make the final push against an already tottering giant“ (McChesney/Nichols 2010: 30).

Die beiden US-amerikanischen Autoren Robert McChesney und John Nichols anerkennen zwar, dass das Internet einen wichtigen Erklärungsfaktor für die Krise der privatwirtschaftlich-kommerziellen Medien darstellt, sie sehen die von den Medieneigentümern und -managern gezielt vorangetriebenen Kommerzialisierungsstrategien zur Profitmaximierung aber als viel entscheidender an.<sup>2</sup> Ähnlich argumentiert auch eine zweite Studie aus dem angelsächsischen Raum:

„The concern that news media are failing to deliver a high-quality news service is not new [...] and is not simply a consequence of the online environment. Rather, it is linked more fundamentally to the practices of neoliberalism – the increasing marketization of news and the ruthless logic of an economic system that demands ever-increasing profit margins resulting in fewer journalists doing more work, undermining the provision of news in the public interest“ (Fenton 2011: 65).

Diesem Argument folgend haben wir es also nicht einfach mit veränderten Marktbedingungen zu tun, sondern mit gesamtgesellschaftlichen Phänomenen (Fenton verweist auf die im weiteren Verlauf der Arbeit noch zu vertiefende Verbindung zum Neoliberalismus) und entsprechenden Macht- und Herrschaftsverhältnissen. Die „Medienkrise“ ist damit kein unvorhersehbares „Naturphänomen“, sondern u. a. das Resultat einer interessengeleiteten, einseitig an kommerziellen Zielen ausgerichteten Entwicklung, die innerhalb eines gesellschaftlichen Rahmens stattfand resp. stattfindet. In der Schweiz und anderen europäischen Ländern steht die Lancierung von sogenannten Pendler- oder Gratiszeitungen, die trotz anderslautenden Beteuerungen der Verleger ein rein kommerzielles Produkt darstellen, exemplarisch für diese Entwicklung.

2 In diesem Zusammenhang ist darauf aufmerksam zu machen, dass sich die „Medienkrise“ in den USA noch einiges dramatischer ausnimmt als in Europa (vgl. Russ-Mohl 2009) – aber auch auf dem „alten Kontinent“ und im deutschsprachigen Raum sind dieselben Entwicklungen zu beobachten.

Es ist eines der primären Ziele der Arbeit, einen theoretischen Ansatz zu entwickeln, der die Einbettung von Medien in die vorherrschenden Gesellschaftsstrukturen erlaubt. Dazu braucht es ein gesellschaftstheoretisches Fundament. Bevor dieses entwickelt wird, soll jedoch mit Rekurs auf Hesmondhalgh/Toynbee (2008) das dieser Arbeit zugrunde liegende Theorieverständnis expliziert werden. Sie begreifen Theorie „as useful abstraction, never too far removed from concretising evidence and experience, yet nevertheless always removed to some degree – it is separation from the domains of the empirical and experiential which provides the conditions of possibility of theory“ (Hesmondhalgh/Toynbee 2008: 3). Damit wird das diffizile Gleichgewicht zwischen Theorie und Empirie betont, wobei die Eigenständigkeit ersterer als zwingend notwendig erachtet wird. Was die publizistikwissenschaftliche Theoriebildung anbelangt, identifizieren die Autoren zwei wesentliche Schwächen: zum einen die Engführung (gesellschafts)theoretischer Konzepte („parochialism“), zum andern eine medienzentrierte Sicht. Sie postulieren deshalb, Medientheorie müsse sich stärker um eine philosophische Rückbindung normativer Fragen bemühen. Zudem soll sie konsequenter nach Kausalitäten suchen – u. a. um herauszufinden, „why we have the media that we have“ (Hesmondhalgh/Toynbee 2008: 11). Das übergreifende Problem identifizieren die Autoren folglich in einem Mangel an metatheoretischer Reflexion, einem Mangel an einer stringenten Einbettung von Medien in die Gesellschaft resp. in gesellschaftstheoretische Ansätze.

Dies vor Augen, wird in einem ersten Schritt ein gesellschaftstheoretischer Bezugsrahmen aufgespannt (Kapitel 2). Er umfasst erstens eine Auseinandersetzung mit den Grundlagen einer konflikttheoretischen Sicht auf Gesellschaft. Dazu wird, nach einer kurzen Charakterisierung der basalen Annahmen der Konflikttheorie, zunächst auf konflikttheoretische Konzepte in marxistischer Tradition eingegangen, bei denen der Klassenkonflikt im Vordergrund steht. Mit Rückgriff auf Max Weber werden die Ausführungen dann vor allem um das Konzept der ständischen Lage sowie Webers Ausführungen zu Macht und Herrschaft angereichert. Der gesellschaftstheoretische Bezugsrahmen widmet sich zweitens dem Neoliberalismus als vorherrschender Gesellschaftsformation. Dabei wird der Schwerpunkt in Abschnitt 2.2.1 auf neoliberal geprägte Veränderungen in der Arbeitswelt gelegt und diskutiert, wie bürokratische Strukturen in Organisationen mit welchen sozialen Konsequenzen angepasst werden. Ergänzend dazu beschäftigen wir uns in Abschnitt 2.2.2 mit der ideologischen Absicherung des Neoliberalismus.

In Kapitel 3 geht es darum, Medien und Journalismus im gesellschaftlichen Kontext zu verorten. In Abschnitt 3.1 setzen wir uns dabei mit den strukturellen Problemen der privatwirtschaftlichen Institutionalisierung von Medien auseinander. In diesem Zusammenhang werden auch die beiden Themenbereiche Kommerzialisierung und Medienkonzentration angesprochen. Abschnitt 3.2 widmet

sich Medienorganisationen und professionellem Journalismus. Zunächst wird in Abschnitt 3.2.1 auf die Relevanz und den Einfluss unterschiedlicher Eigentumsverhältnisse im Zusammenhang mit Medienorganisationen eingegangen. In einem zweiten Schritt soll in Abschnitt 3.2.2 ein Eindruck des hierarchischen Aufbaus von Medien und der Kontrolle journalistischer Produktion vermittelt werden. In Abschnitt 3.2.3 liegt der Fokus schliesslich auf der Entstehung und Veränderung sowie der Bedeutung und Wirkung des professionellen Journalismus.

In Kapitel 4 folgt dann die explizite Verbindung von Medien mit der in Kapitel 2 thematisierten neoliberalen Gesellschaftsformation. Es wird argumentiert, dass es im Zuge des neoliberalen Gesellschaftswandels ab den 1990er-Jahren auch zu einem Wandel des fordistisch (vgl. Hirsch/Roth 1986) geprägten, hin zu einem neoliberalen Institutionalierungsmodus der Medien gekommen ist. Der Fokus der Analyse liegt dabei auf der Tagespresse. Damit wird der Versuch unternommen, theoretisch darzulegen, weshalb wir die Medien haben, die wir haben. Unter dem neuen Modus werden kommerzielle Ziele (vor allem Profitmotive) in dominanter Weise organisationsübergreifend regelbildend. Das Primat der Ökonomie setzt sich in einem gegenüber früher deutlich gesteigerten Masse durch. Anhand ausgewählter Studien wird in Abschnitt 4.1 gezeigt, wie sich dies auch in den organisationalen Bedingungen journalistischer Arbeit bzw. Produktion niederschlägt. In Abschnitt 4.2 wird sodann ein idealtypischer Vergleich zwischen „altem“ und „neuem“ Institutionalierungsmodus erarbeitet. In Abschnitt 4.3 werden abschliessend drei forschungsleitende Thesen formuliert.

Im empirischen Teil werden qualitätsorientierte Tageszeitungen resp. die hinter den Titeln stehenden Medienorganisationen untersucht. Als qualitätsorientierte Tageszeitungen werden überregionale sowie regionale Titel mit nationaler Ausstrahlung verstanden, die kontinuierlich über Ereignisse in den gesellschaftlichen Teilbereichen Politik, Wirtschaft und Kultur berichten und diese Ereignisse einordnen und kommentieren. Ausserdem positionieren sich diese Zeitungen selbst als „Qualitätsmedien“ und ihnen wird auch von aussen eine entsprechende – normativ definierte – Qualität zugeschrieben.

Die journalistischen Produktionsbedingungen resp. die organisationalen Bedingungen journalistischer Arbeit umfassen nicht allein die Redaktion, sondern die Gesamtorganisation. Es geht um Führungs- und Entscheidungsstrukturen, den Organisationsaufbau bzw. die Unternehmensgliederung, die Koordination einzelner Unternehmensbereiche, die konkrete Ausgestaltung der Organisationshierarchie oder die journalistische Infrastruktur in den Redaktionen, inklusive redaktioneller Ressourcen. Die Analyse dieser strukturellen Aspekte orientiert sich massgeblich an zwei Fragestellungen. Die erste lautet:

- Wie sind die organisationalen Bedingungen journalistischer Produktion bei qualitätsorientierten Tageszeitungen im neoliberalen Kontext ausgestaltet?

Eine Besonderheit der vorliegenden Arbeit ist dann der Fokus auf den Einfluss von Eigentumsverhältnissen hinsichtlich der Ausgestaltung von Organisationsstrukturen. Die Frage stellt sich, ob und wie spezifische Eigentumsverhältnisse die Auswirkungen des vorherrschenden Institutionalierungsmodus im Medienbereich verändern. Untersucht werden deshalb auch voneinander unabhängige Zeitungen resp. Unternehmen mit je unterschiedlichen Eigentumsverhältnissen. In der zweiten Fragestellung wird dieser Schwerpunkt aufgegriffen:

- Welchen Einfluss haben die Eigentumsverhältnisse von Medienorganisationen auf die organisationalen Bedingungen journalistischer Produktion?

In Kapitel 5 wird das Auswahlverfahren der 16 untersuchten Tageszeitungen/Medienorganisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz beschrieben. Umgesetzt wird das empirische Vorhaben in einem zweistufigen Forschungsprozess: Zur Generierung der Datenbasis für das gesamte Sample wurden eine explorative Dokumentenanalyse sowie eine schriftliche Befragung eingesetzt. Für die Vertiefung (acht Fälle) wurden Experteninterviews durchgeführt und weitere Dokumente wie Redaktionsstatute analysiert.

Für die Analyse der organisationalen Bedingungen journalistischer Produktion bei qualitätsorientierten Tageszeitungen vor dem Hintergrund des vorherrschenden neoliberalen Institutionalierungsmodus spricht insbesondere deren Bedeutung als Meinungsführer in der öffentlichen Debatte – und damit für demokratische Prozesse. Wenn sich die Strukturen der entsprechenden Organisationen aufgrund eines Primats ökonomischer Ziele und Strategien zu Ungunsten des Journalismus verändern, ist das aus demokratietheoretischer Sicht ein Problem (vgl. prominent dazu Habermas 2008: 131-137). Obschon in jüngster Zeit verschiedene Studien erschienen sind, die auch strukturelle Merkmale von „Qualitätsmedien“ einbezogen (vor allem im Kontext unternehmerischer Reaktionen auf die „Medienkrise“), fehlt es nach wie vor an Arbeiten, die sich explizit und systematisch den Organisationsstrukturen von qualitätsorientierten Medien widmen – und dabei auch die gesellschaftstheoretische Kontextualisierung nicht vernachlässigen.

Ausgehend vom theoretischen Argument der Dominanz eines neoliberalen Institutionalierungsmodus wird angenommen, dass sich dieser Modus auch in den Organisationsstrukturen der untersuchten Unternehmen manifestiert. Kapitel 6, in dem die empirischen Befunde dargestellt werden, ist in vier Abschnitte gegliedert. Zuerst wird in Abschnitt 6.1 auf die journalistische Infrastruktur der untersuchten Organisationen eingegangen. Darunter werden die redaktionellen Ressourcen, der Aspekt der publizistischen Kooperationen sowie die Qualitätssicherung gefasst. In Abschnitt 6.2 folgt eine Gegenüberstellung struktureller Merkmale von Medienkonzernen auf der einen, und kleineren Zeitungsverlagen („Ein-Titel-Unternehmen“) auf der anderen Seite. Dann geht es darum, wie die

Führungs- und Entscheidungsstrukturen der Medienorganisationen ausgestaltet sind. Dabei wird der Blick unter anderem auf die Stellung der Chefredaktion in der Unternehmenshierarchie sowie auf die Mitwirkungsmöglichkeiten von nicht-leitenden Medienschaffenden<sup>3</sup> gerichtet. In Abschnitt 6.3 stehen die Eigentumsverhältnisse der analysierten Medien im Vordergrund. Nach deren Beschreibung und Einordnung widmen wir uns ihrem Einfluss auf die organisationalen Bedingungen journalistischer Produktion. Es wird davon ausgegangen, dass die jeweiligen Eigentumsverhältnisse sowohl die ökonomischen Zielsetzungen als auch die publizistischen Leitplanken von Tageszeitungen prägen. Schliesslich werden in Abschnitt 6.4 einerseits die unternehmerischen Reaktionen der untersuchten Organisationen auf die jüngste „Medienkrise“ diskutiert, andererseits wird die Frage nach Bedarf und Möglichkeiten medienpolitischer Interventionen zur Stärkung des professionellen Journalismus aufgeworfen. Die entsprechende These ist, dass die Probleme im Zusammenhang mit der „Medienkrise“ zwar als solche wahrgenommen, Alternativen zum Status quo jedoch äusserst skeptisch eingeschätzt werden.

Das abschliessende Kapitel 7 gliedert sich ebenfalls in vier Unterabschnitte. In Abschnitt 7.1 werden die empirischen Befunde insbesondere mit Bezug auf die forschungsleitenden Thesen zusammengefasst. In Abschnitt 7.2 wird zum einen ein besonderer Fokus auf die medienpolitische Situation in der Schweiz gelegt, zum andern werden aktuelle Vorschläge zur Journalismusförderung aus der Publizistikwissenschaft eingebracht. Auf den Erkenntnissen der Arbeit aufbauend geht es in Abschnitt 7.3 darum, die gesellschaftlichen Voraussetzungen für einen alternativen Institutionalisierungsmodus zu benennen und diesen in seinen Grundzügen zu skizzieren. Zuletzt widmet sich Abschnitt 7.4 einer kritischen Würdigung der Arbeit und versucht Forschungsperspektiven aufzuzeigen.

3 Der geschlechtsneutrale Begriff Medienschaffende wird in der Arbeit analog zum Begriff Journalistin resp. Journalist verwendet.