

Tanja Godlewsky, Christoph Jacke, Stefanie Roenneke, Thomas Venker

**Hoffnung POP:
Publizistisch-gestalterische Arbeits- und Lebensmodelle
im postdigitalen Zeitalter unter Berücksichtigung der
transformierenden Rahmenbedingungen.
Drei beobachtend-teilnehmende Fallstudien vor dem
Hintergrund einer gemeinsamen Forschungsperspektive¹**

Einleitung und Rahmung: Pop, Journalismus, Transformation

„Aus jedem Ton
Spricht eine Hoffnung
Transformation
Aus jedem Klang“
(„Hoffnung“, Tocotronic, 2020)

Pop selbst ist immer Transformation „[...] im Sinne einer dynamischen Bewegung, bei der kulturelles Material und seine sozialen Umgebungen sich gegenseitig neu gestalten und bis dahin fixe Grenzen überschreiten: Klassengrenzen, ethnische Grenzen oder kulturelle Grenzen“ (Diederichsen 2013, 188). Inwiefern lassen sich diese nachhaltigen Grenzüberschreitungen, Übergänge, Brüche und Crossovers (Düllo 2011) ganz besonders auf dem Bereich von Popmusikjournalismus (Produktion, Gestaltung, Distribution und Archivierung) ablesen?

Popmusikjournalismus mit seinen Zuständen, Akteur*innen und Perspektiven als System (Siegfried Weischenberg), Feld (Pierre Bourdieu), Diskurs (Michael Foucault) oder eigensinniges Handeln (André Doehring) ist ein zentraler professioneller, institutionalisierter kritischer Beobachter von Gesellschaft im Allgemeinen (Mediensysteme/Normenkontext, Medieninstitutionen/Strukturkontext, Medienaussagen/Funktionskontext, Medienakteure/Rollenkontext sensu Siegfried Weischenberg 1992, 1994, 1995, 2007 sowie Weischenberg, Malik und Scholl 2006) und von Popmusikulturen im Besonderen, und daher ein wichtiger symbolischer Diskurs(un)ordner zwischen Publizistik, Literatur und Werbung (Jacke 2005).

Dieser Resonanzraum für umfassendere soziale, wirtschaftliche, mediale, musikalische und (musik-)technologische Transformationen der Gesellschaft ist ein prägnanter Seismograf für gesellschaftliche Metaprozesse (Krotz 2007) wie etwa (Post-)Digitalisierung, Mediatisierung, Globalisierung und Regionalisierung, Demokratisierung und Anti-Demokratisierung, Inklusion und Exklusion, Vergemeinschaftung und Vereinzelung, Publikum und Stars oder Amateurisierung und Professionalisierung sowie Wandel von Arbeits- und Lebensverhältnissen, Wertschöpfung, kreativem Schaffen zwischen Kritik und Werbung, neuen digitalen Formaten, Rollenbildern, Gatekeeping und Opinion Leadership in der digitalen Gesellschaft. Popmusikjournalismus – ebenso wie der Journalismus insgesamt – unterliegt bereits seit Jahrzehnten erheblichen Disruptions- und Transformationsprozessen (Anastasiadis 2019), welche ebenso die

¹ Wir danken ausdrücklich Diana Pfeifle und Nikolai Schirrmeister für ihre Durchsicht und Unterstützung.

Produktion, Distribution und Wertschöpfung der gesamten Musikindustrie und somit auch des Popmusikjournalismus grundlegend verändert haben. Einerseits sind tradierte Formate und Wertschöpfungsketten erodiert, andererseits sind durch Blogs, Online-Magazine und soziale Medien für viele Musikhörende wichtige neue teilhabende Formen der Popmusikauswahl, des Popmusikerlebens, der Popmusikvermittlung und der Popmusikreflexion entstanden, die mal niedrigschwellig im Amateur- und Fanbereich, mal hoch professionalisiert und intellektualisiert in Feuilletons oder Special-Interest-Sparten operieren. Diese sind vornehmlich entstanden durch das Aufkommen und die massenhafte Verbreitung von Digitaltechnologien (v.a. Social Media und Streaming-Dienste). Popmusikjournalismus als professioneller, mal institutionalisierter (Redaktionen, Organe, Feuilletons, Verlage etc.), mal populärer, partizipativer (Do-it-Yourself wie Fanzines, Blogs, Podcasts) kritischer Beobachter lässt als Forschungsfeld Wandel- und Transformationsprozesse der Strukturen der Gesellschaft analytisch adressieren, bisher oftmals durchaus wissenschaftlich von Journalist*innen selbst beschrieben.

Anders als im Bereich des durch die allgemeine Journalistik gut erforschten politischen Journalismus sind Popmusik- und Kulturjournalismus weiterhin quer durch die Disziplinen (u.a. Medien-, Kultur-, Kommunikations- und Musikwissenschaften) und speziell auch in den Popular Music Studies erstaunlich wenig oder eher nur punktuell erforscht (siehe auch die auch international eher rare Fachliteratur von u.a. Frith 2019; Inglis 2010; Jacke, James und Montano 2014; Jones 2008; Lindberg, Gudmonsson, Michelsen und Weisethaunet 2005), wodurch noch keine Popmusikjournalistik zu identifizieren ist. Eine umfassende Studie zur Veränderung des Popmusikjournalismus durch digitalisierte Medienwelten liegt bislang nicht mal ansatzweise vor – weder in Deutschland noch anderswo.

Es bleibt also auch 2021/2022 dabei, was schon seit geraumer Zeit im deutschsprachigen Wissenschaftsraum konstatiert wird: Die eher periphere Behandlung des komplexen Bereichs Popmusikjournalismus, besser müsste eigentlich von Popmusikjournalisten gesprochen werden, steht der Bedeutung dieses Feldes für etwa Studierende, Interessierte, Fans und vor allem die Musikindustrien geradezu diametral entgegen.² Nicht einfacher werden umfassende historische und besonders systematische Analysen durch die Dynamiken sowohl der Popmusikindustrien als auch der Popmusikmedien. Hier scheinen (mal wieder) größere Transformationen frühzeitig beobachtet werden zu können. Von daher seien dem vorliegenden umfangreichen Beitrag schon jetzt von den Leser*innen bitte eine gewisse Toleranz für verschiedene Schreibweisen und Perspektiven und eine besonders quellenreiche Rahmung verziehen. Wir kommen darauf zurück.

Forschungsstand

Erst seit circa 15 Jahren lassen sich auch im deutschsprachigen Wissenschaftsraum immer wieder einzelne, zumeist kürzere Untersuchungen zu Popmusikjournalisten beobachten. Die bisher weiterhin einzige veröffentlichte größere empirische Studie hat André Doehring (2011) mit seiner sehr ertragreichen, verdienstvollen, interdisziplinären Dissertationsschrift zum Selbstverständnis von Musikkommunikatoren vorgelegt. Daneben stehen weiterhin Ralf Hinz (1998) und Nadja Geer (2012) größere Arbeiten zu Schreibweisen von und im Pop hervor. Zudem sind entweder auch medial weit verstreut kleinere grundlegende oder fallbezogene Beiträge (siehe auch die Beiträge in Bonz, Büscher und Springer 2005 sowie Doehring 2014;

² Eine Evaluation akademischer Studienprogramme zu Pop(musik)kulturen würde mit ziemlicher Sicherheit diverse Arten von Modulen, Schwerpunkten oder sogar ganz eigene Programme zu (popular) music journalism auflisten können.

Jacke 2005, 2014, 2021; Reus 2008, 2009; Schäfer 2011), punktuelle empirische Studien (Otte und Lehmann 2019; Reus und Naab 2018), Diskussionen der Rolle von Digitalisierungen für die Musikjournalisten (Anastasiadis 2019; Bunz 2012; Lange 2013; Schmidt 2017) oder Beiträge von (ehemaligen) Musikjournalist*innen selbst (wie etwa Bunz 2006a, 2006b, 2008 oder Dax 2021) festzustellen. Unbenommen sind daneben noch weniger popmusikjournalistisch-spezifische Überlegungen zur Entwicklung des Journalismus oder der Musikindustrien im Ganzen (siehe auch Buschow 2018; Krüger 2017; Lünenborg 2007; Neuberger 2010; Schmidt 2021).³ Auch wenn hier durchaus der Eindruck entstehen kann, dass es doch eine Menge wissenschaftlicher Analysen geben würde, so bleibt zu bemängeln, dass diese selten einmal systematisch zusammengefasst worden sind und oftmals journalistische und akademische Perspektiven strikt getrennt vorliegen. Das geschieht, obwohl bemerkenswerterweise zahlreiche, vor allem avancierte Popmusikjournalist*innen mittlerweile an Universitäten und Hochschulen lehren und das auch immer wieder wissenschaftlich sowie reflektierend und nicht „nur“ in popmusikjournalistischen Praxis-Übungen betreiben. Es sei nur auf Jens Balzer, Diederich Diederichsen, Sonja Eismann, Hans Nieswandt oder Thomas Venker verwiesen.⁴

Was der Medienwissenschaftler Jens Schröter jüngst für die Rolle von Künstler*innen und Autor*innen in Gänze beschrieb, gilt im Prinzip schon jeher und wohl auch in zukünftigen Konzeptualisierungen für Popmusikjournalist*innen:

„Autor*innen erzeugen nichts aus dem Nichts, sie sind aber auch nicht bloß Knotenpunkte von Diskursen. [...] Vielleicht müssten Autor*innen, [sic!] mit einer bezeichnend technischen Metapher als ‚Filter‘ beschrieben werden. [...] Sie nehmen Erfahrungen auf und re-kombinieren sie auf so komplexe und undurchschaubare Weise, dass das Resultat neu anmutet.“ (Schröter 2021, 101)

Vorgehen

Dieser Beitrag schließt an Schröters Überlegung an und blickt in die oftmals schwer durchschaubaren Black Boxes des Popmusikjournalismus und seine zentralen Transformationen. Wir haben uns daher bewusst für einen multiperspektivischen Ansatz aus eigenen, gesättigten, erfahrenen und miteinander in den Personen und Bereichen vernetzten Arbeits- und Lebensmodellen heraus entschieden, wie er bezogen auf Popmusik(kultur)industrien an anderen Stellen bereits praktiziert und reflektiert wurde (vgl. Burkhalter, Jacke und Passaro 2012; Passaro, Peters und Jacke 2016; Jacke und Passaro 2011, 2014). Dieser Ansatz ermöglicht es zudem, eine bisher auch in den Popular Music Studies gelinde gesagt schlichtweg übersehene Ebene der Gestaltung und ihrer Konzeptionen und Theorien zu integrieren.

Anstelle einer*s von außen an Personen und Felder herantretenden Wissenschaftlers*in haben wir unsere eigenen vier popmusik(industrie)kulturell und akademisch unterschiedlich veranlagten und gesättigten Perspektiven zumindest ansatzweise lebensweltlich (auto-)ethnografisch zusammengefügt (siehe dazu Honer 1989; Muncey 2010; O'Reilly 2009; Warneken 2006). Wir selbst fungieren gleichermaßen als Key Persons wie auch als teilnehmend Beobachtende und kristallisieren eigene erste Fallstudien aus dem Material der eigenen Erfahrungen heraus. In diesem ersten Projekt, einer länger angelegten gemeinsamen Kooperation, sind die

3 Diese Liste beansprucht bei weitem keine Vollständigkeit, man denke nur an zahlreiche universitäre Abschlussarbeiten, populärwissenschaftliche (Selbst-)Beobachtungen und im Prozess befindliche Projekte u.a. zu Zusammenhängen aus dem kreativen, oftmals prekären Schaffen und pandemischen Transformationen.

4 Vgl. auch die Beiträge von Balzer, Eismann und Nieswandt in Jacke und Flath 2017.

Standpunkte und Perspektiven hier noch eher additiv gestaltet. Neben der eher popkultur-, medien- und kommunikationswissenschaftlichen Rahmung von Christoph Jacke sind das eigene Abschnitte der hiesigen anderen Mit-Autor*innen mit eigenen Schreibweisen zu den Fallstudien. Thomas Venker als ehemaliger Chefredakteur des Magazins *Intro* fokussiert aus der journalistischen Berufspraxis heraus auf Produktion und Distribution. Tanja Godlewsky als selbstständige Designerin spricht aus Designberufspraxis und -wissenschaft. Mit der Rezeption, Weiterverarbeitung und Archivierung beschäftigt sich Stefanie Roenneke aus Archivberufspraxis und Literaturwissenschaft. Sie decken somit zumindest grob alle freilich immer schon dynamischen und porösen Ebenen des popmusikjournalistischen Kommunikationsprozesses (Produktion, Distribution, Rezeption/Nutzung, Weiterverarbeitung/Re-Produktion) ab (Jacke 2005).

Im weiteren Verlauf der Kooperation wurde bereits das gemeinsame Forschungsseminar „Musikjournalismus im postdigitalen Zeitalter“ von Stefanie Roenneke und Christoph Jacke zu den letzten Ausgaben der ehemals etablierten und renommierten Musikzeitschriften *De:Bug*, *Groove*, *Intro*, *Juice* und *Spex* im Sommersemester 2021 umgesetzt, in dessen Verlauf die Studierenden der beiden Master-Studiengänge „Populäre Musik und Medien“ des Fachs Musik der Universität Paderborn und „Populäre Musik“ des Instituts für Pop-Musik der Folkwang Universität der Künste eigene Analysen der jeweils letzten Print-Ausgaben sowie ein Experten-Interview mit Jan Müller (Reflektor, Tocotronic) produziert haben, die an anderer Stelle publiziert werden sollen.⁵ Ferner schreiben alle vier Autor*innen des vorliegenden Beitrags gerade für einen wissenschaftlichen Sammelband zur „Musik nach dem Internet“ einen gemeinsamen und damit dann an Beginn an integrativeren Beitrag zu Problemen, Herausforderungen und Zukünften des post-digitalen Popmusikjournalismus in Deutschland.

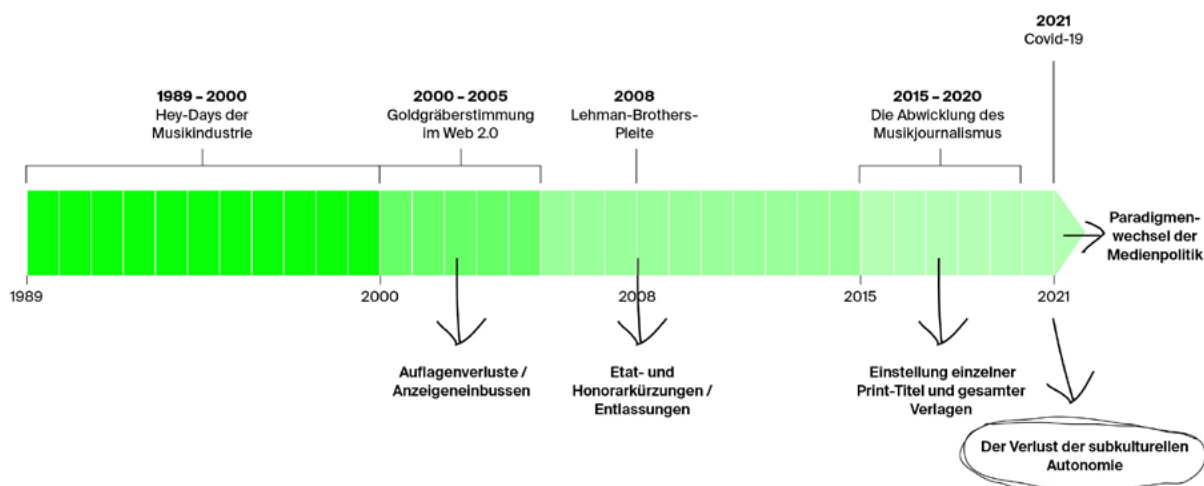


Abbildung 1: Musikjournalismus im Spannungsfeld aus kulturellem Kapital, individualisierten Karrieremodellen, Endzeitkapitalismus und Staatssubventionen – eine Längsbetrachtung, 1989-2021; Grafik: Tanja Godlewsky

5 Für die dortigen ausgiebigen Diskussionen und Studien danken wir Niklas Bäuerle, Valentin Ulrich Behr, Niklas Blömeke, Linda Bockholt, David Augusto Corrales Medina, Merve Coskun, Keywan Ensani, Jule Feldner, Alissa Geese, Konrad Henry Geschwinder, Michelle Heise, Moritz Holstein, Sophie Holzmann, Lisann Korfmacher, Daniel Oldemeier, Mathea Pittelkow, Oliver Johannes Posmayer, Felix Constantin Steinle, Simon Tubbesing, Hanitra Wagner, Alena Weber, Joshua Wick und Emanuel Winkler.

„Die prekäre Kontinuität (sub)kulturellen Publizierens“ – Musikjournalismus im Spannungsfeld aus kulturellem Kapital, individualisierten Karrieremodellen, Endzeitkapitalismus und Staatssubventionen – eine Längsbetrachtung, 1989-2021 (Thomas Venker)

In den Jahren unmittelbar nach der Insolvenz der US-amerikanischen Investmentbank Lehman Brothers im September 2008 (Sorkin 2008) und der darauf folgenden globalen Finanzkrise konnten Popmusikjournalist*innen nicht nur einen massiven Veränderungsprozess des Bankenwesens im Speziellen und der gesamtwirtschaftlichen Grundstrukturen im Allgemeinen beobachten, in diese Dekade fallen auch die einschneidenden Umgestaltungsprozesse der Medienlandschaft seit der Kommerzialisierung des Internets ab Ende der 1980er Jahre.

Rückblickend lässt sich in den auf die Lehman-Brothers-Pleite folgenden Monaten der Wendepunkt der digitalen Publikationseuphorie der frühen 2000er Jahre festmachen. Urplötzlich wurde den im Verlagswesen Beteiligten klar, dass die Goldgräberstimmung von Web 2.0 rasant ihrem Ende zugeht, da die digitalen Zuwachsraten, die jahrelang schöngeredet wurden, nicht die massiven Auflagenverluste und Anzeigeneinbußen auffangen konnten. Es kam folglich zu einschneidenden Transformationsprozessen in den Verlagshäusern. Die Auswirkungen waren unter anderem: Stellen wurden massiv gekürzt, Arbeitsverhältnisse verscheinselbständigt und die Honorare für freie Mitarbeiter*innen wurden reduziert und oft gar gestrichen und somit mehr Last auf die Rücken der Pauschalist*innen und Redakteur*innen gelegt.

Erste Anzeichen, dass sich das nun wiederholen könnte, gab es bereits unmittelbar nach Ausbruch der weltweiten Covid-19-Pandemie seit Ende Januar 2020. Die Unsicherheiten waren bei allen Akteur*innen (Verlage, Journalist*innen, Verbände, staatliche Institutionen mit kulturellen Aufträgen) erkennbar und die Forderungen nach Unterstützung wurde lauter – so laut, dass der Staat plötzlich bereit war, direkte Subventionen nicht nur als Option anzudenken, sondern sie im Sommer 2020 umgehend auf den Weg zu schicken. Es stellte nicht weniger als einen Paradigmenwechsel der Medienpolitik dar, als mit dem Haushaltsbeschluss vom 2. Juli 2020 im Zweiten Nachtragshaushalt für das Haushaltsjahr 2020 Kapitel 0910 Titel 683 03 (N.N. 2020) das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) damit beauftragt wurde, sich der „Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern“ (N.N. 2021g) anzunehmen. Hierfür wurden 220 Millionen Euro zur Verfügung gestellt. Was sich zunächst erfreulich anhörte, sollte im Nachgang allerdings für viel Kritik sorgen – dazu später mehr.

Die Nullerjahre

Mit Blick auf die erste Umstrukturierungsphase Mitte der 2000er Jahre kam es zunächst zu einer steten Mehrbelastung der bestehenden Redaktionsteams von Kulturpublikationen bei gleichbleibender Bezahlung, die zudem oft jenseits von tariflichen Regelungen lag (Stichworte sind hier: Fehlender Betriebsrat, nur vereinzelte Gewerkschaftsmitgliedschaft der Belegschaft, Sondertitel, Markenaufträge, Advertorials, geteilte Stammredaktionen). Am Prozessende ab 2015 prägte schließlich ein massiver Kahlschlag das kulturelle Milieu der Musikpublikationen. Die Hörstmann Gruppe stellte beispielsweise sämtliche Titel ein. Neben *Festivalguide*, *Splash!*

Mag, Sneaker Freaker, Bolzen und *PutPat* gehörte dazu auch das Magazin *Intro*, dessen Auflage zwischen 2000 und 2005 auf bis zu 140.000 Exemplare pro Ausgabe angestiegen war und einen Umfang von 168 Seiten hatte. 2015 lag die Auflage nur noch bei circa 50.000 Exemplaren und der Seitenumfang war auf 100 bis 116 Seiten geschrumpft. Ein ähnliches Schicksal ereilte die Print-Ausgaben von *Juice, Spex* und *Groove* (Kedves 2018), die ebenfalls eingestellt wurden. Ebenso verschwanden internationale Titel wie beispielsweise der britische *New Musical Express (NME)*, der von 1952 bis 2018 publiziert wurde.

Seit diesem Transformationsprozess ab Mitte der 2000er Jahre konnten die den Kulturjournalismus schon immer prägenden ökonomischen Probleme nicht mehr kokett mit Coolness-Zuschreibungen ins Positive gewendet werden. Denn spätestens, wenn Journalist*innen auf Kurzarbeit gesetzt oder ganze Ressorts eingestellt und die betreffenden Redakteur*innen entlassen werden, spielen plötzlich die nackten Zahlen eine größere Rolle als der ästhetische Diskurs. Entscheidende Bedeutung erhalten Auflagenzahlen, Honorare, Arbeitszeiten, sogenannte Payola-Zahlungen von Plattenfirmen für Radioeinsätze oder Covergeschichten an die Sender und Verlage, direkt und indirekter Art (Kelly 2016), oder Advertorials, gekaufte Artikel im Look'n'Feel der regulären Magazinhalte und oft auch von der Redaktion für den Kunden produziert.

Von diesem Prozess können sich auch die Journalist*innen selbst sowie die Künstler*innen im Milieu nicht frei machen – sei es durch Ernüchterung oder das Erreichen eines bestimmten Alters jenseits des 30. Lebensjahrs. Aufgrund dieser Entwicklung dominieren kurz- und langfristige Existenzsorgen plötzlich auch die Pop-Agenda. Das geschieht nicht immer direkt erkannt und strategisch durchgeführt, aber doch in kausalen Erklärungsketten erkennbar.

Popkultur und Vorsorge

Das Thema Rentenerwartung tauchte ab 2010 plötzlich verstärkt in Gesprächen, Interviews und in den Social-Media-Posts von Journalist*innen und Künstler*innen auf. Davon ange-regt, publizierte das *Kaput – Magazin für Insolvenz & Pop* eine Gesprächsserie, bei der die oft prekären Arbeitsbedingungen auf Seiten der Künstler*innen im Popbetrieb im Mittelpunkt stehen – unter anderem gaben hierfür Gudrun Gut und Hans-Joachim Irmner (Faust) sowie Frank Spilker (Die Sterne) in langen Gesprächen Auskunft zum Thema Prekärer Arbeitsalltag und ernüchternde Rentenerwartungen unter Berücksichtigung alternativer Rentenmodelle wie Einnahmen durch Urheberrechte, den Besitz von Kunstsammlungen, Plattensammlungen oder Immobilien.

Die Musikerin Gudrun Gut beschreibt ihre Situation folgendermaßen:

„Als es vor ein paar Jahren hieß, man müsse sich unbedingt noch privat absichern, habe ich in der Tat mehrere Versicherungen abgeschlossen. Man sagte damals ja auch, das sei steuerlich total reizvoll. Aber setze ich da wirklich etwas von ab? Ich verdiene ja gar nicht genug. Ich musste diese Rentenzusatzversicherungen aber leider beleihen, da ich ein paar Jahre später unerwartet viel Steuern nachzahlen musste. Jetzt sind die alle hoch verschuldet und ich zahle auch noch jedes Jahr Zinsen für diesen Scheiß.“ (Venker 2015)

Auch Hans-Joachim Irmner sagt: „Musik und davon leben ist an sich schon ein Widerspruch“ (ebd.). Und Frank Spilker von Die Sterne führt zu dem Aspekt aus:

„Das ist eine Frage, die an die Grundfeste von künstlerischer Arbeit herangeht. Es gibt unterschiedliche Typen und Herangehensweisen an die Kunst. Für jene, die ich am meisten schätze, ist es keine Frage der Kalkulation oder der Wette auf die künstlerische berufliche Zukunft – sprich, ich halte mich selbst für so gut, dass ich schon irgendwann mein Auskommen haben werde –, sondern eine innere Notwendigkeit, die einem keine andere Möglichkeit lässt, als Kunst zu produzieren. Für jene ist es eine psychosoziale Sache, aus der man nicht rauskommt, eine Überlebensgeschichte. Da stellt sich die Frage der Alternative nicht. Es geht um das Überleben, nicht um irgendeine Form des Auskommens.“ (Venker 2015)

Zustandsbeschreibungen wie diese sind auch auf die meisten Journalist*innen im Kulturbetrieb übertragbar – nur dass die Geschichten der Musiker*innen mehr Interesse bei Leser*innen wecken, da die Fallhöhe größer ist zwischen ihrer Pop-Inszenierung und der Tristesse des Alltags. Das ist doppelt tragisch, da sich mit Kulturjournalismus nur in den seltensten Fällen eine ähnlich mit Glamour und Einkommen aufgeladene Karriere erleben lässt. Stattdessen leben Popmusik- und Kulturjournalist*innen vom Versprechen der Teilhabe – vom Goldstaub, der von der Bühne herab weht. Es sei denn, einige haben das „Glück“ bei den wenigen öffentlich-rechtlichen Sendern angestellt oder zumindest als freie*r Mitarbeiter*in angebunden zu sein, beziehungsweise eine von vielleicht noch fünf in jeglicher Hinsicht gut aufgestellten Feuilleton- und Magazin-Stellen zu ergattern im Koordinatensystem aus *Der Spiegel*, *Die Zeit*, *Süddeutsche Zeitung* und *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.

Für die meisten Kulturjournalist*innen bleibt jedoch das Feld aus marginalisierten Positionen (mit zumindest soliden Einkommensstrukturen) im Feuilleton einer durchschnittlichen deutschen Tageszeitung – wo sich nicht wirklich jemand für jene Form von Kulturjournalismus interessiert, von der hier gesprochen wird, weder in der Redaktion selbst noch in der Leser*innenschaft – oder eben der Zustand „hip aber arm im Zentrum des Pop-Diskurs“ wie früher bei *Spex* und *Intro*, heute noch bei *Vice* – wobei auch taumelnd –, *taz*, *Groove* oder *Jungle World*.

Die Tradition prekärer popkultureller Arbeitsverhältnisse

Bei der Analyse der Arbeitsbedingungen und Zukunftsprognosen stellt sich heraus, dass diese nicht ausschließlich Folgeerscheinungen der beschriebenen heftigen Umbruchssituation sind und waren, sondern ihnen lediglich die Rolle eines Verstärkers zukam.

Ende der 1980er und Anfang der 1990er Jahre erlebte der Musikjournalismus noch eine goldene Zeit. Die Basis für erfolgreiche Verlagsgründungen wie *Intro* (1992), *Groove* (1989) und *Visions* (1989) war der kommerzielle Erfolg sowohl von Alternative Rock (repräsentiert von Bands wie Nirvana, Pearl Jam, Soundgarden, Alice in Chains oder den Smashing Pumpkins) als auch von elektronischer Musik (Love Parade, Easy Jet Techno u.a.). Durch stilistische Verifizierung und dank der digitalen Aufbruchsstimmung in der Ära des Web 2.0 konnten diese Titel auch nach dem Abklingen der Hypes um die beiden genannten Musikgenres noch einige Zeit erfolgreich weitergeführt werden. Das geschah jedoch ohne die Belegschaft angemessen ökonomisch mitzunehmen und zu honorieren, und ohne die Bereitschaft, die guten Einnahmen jener Jahre in die Zukunft der Magazine und Zeitschriften zu investieren. Statt die Titel für die digitale Zukunft nach Print gut aufzustellen, wurde oft diversifiziert und in andere Felder investiert wie im Fall der Hörstmann Gruppe in den Festivalmarkt. Statt einen gemeinschaftlichen Zukunftsvertrag zu etablieren, wurde somit auf ein unabhängiges Geschäftsfeld gesetzt: Das mit Journalismus erwirtschaftete Geld wurde genutzt, um neue Firmen zu erwer-

ben. Die dort getätigten Einnahmen wurden jedoch nicht dazu genutzt, um den taumelnden Journalismus im Hause zu stützen.

Diese Prozesse stehen jedoch in Abhängigkeit zu der sozio-politischen Verortung des jeweiligen Mediums und der individuell-journalistischen Positionierung der Akteur*innen. Je subkultureller eine Agenda ist, desto „normaler“ die prekären Umstände des Arbeitsalltags für die Belegschaft. Anzumerken ist dabei, dass im digitalen Aufbruchstaumel plötzlich viele glauben, ihre Journalismusansätze seien wirklich massentauglich. Während ein Verkaufsmagazin wie *Spex* gerade mal eine Leser*innenschaft zwischen 10.000 und 15.000 Menschen erreichte, wurde die *Intro* mit einer Auflage von bis zu 150.000 Exemplaren monatlich über ein eigenes Netzwerk an Verteilstellen ausgelegt und kostenfrei zugänglich gemacht. Es bestand daher die Annahme, dass die Reichweite im Netz noch deutlich vergrößert werden könnte.

In der Realität kulturellen Publizierens spielen hierbei aber viele Einflussfaktoren eine Rolle. Neben den naheliegenden Aspekten wie der Auswahl von Beitragsthemen, der Herangehensweise und des Duktus ist auch die Leser*innenschaft ein entscheidender Faktor. Diese ist oft merklich weniger an der Lesart von Kultur interessiert, die die Journalist*innen antreibt. Im Fokus stehen viel mehr die Künstler*innen selbst als „Publizist*innen“. Eine Rolle, die im Zeitalter von Social Media via Facebook, Instagram, Twitter et al sehr gut von den Künstler*innen eingenommen werden kann. Wenn außerdem „nur“ ein Interesse an den kulturellen Artefakten (Musik, Filme, Bücher, Bilder) vorherrscht, dann kann dieses mittlerweile ebenfalls ohne den Inszenierungsvorsprung der Musikpresse sofort in jeden Haushalt per Streaming-Dienst gepflegt werden.

Wer wie die vorhin zitierten Musiker*innen Gut, Irmeler und Spilker in den 1970er und 1980er Jahren mit der Produktion von Musik in subkulturellen Kontexten begonnen hat, wer wie seit Beginn der 1990er Jahre über zumeist subkulturell anzusiedelnde Kunst (von Musik über Film bis hin zu Bildender Kunst) publiziert, der hat dies sicherlich nicht unter dem falschen Versprechen von großen Honoraren und Sicherheiten getan. Sie waren eingebunden in subkulturelle Haltungs- und Wertekontexte, in Communities und somit verbunden mit anderen „Bezahlungssystemen“.

Auch Autor*innen oder Fotograf*innen, die in den frühen 1990er Jahren für identitätsstiftenden Medien wie *Spex*, *Texte zur Kunst*, *Groove* oder *Intro* arbeiteten, statten sich zur Habitus-Pflege im eigenen subkulturellen Biotop vielmehr mit kulturellem Kapital (Bourdieu 1992) aus. Honorare hatten rein symbolischen Charakter und reichten kaum aus, um davon mehr als einen Barabend zu finanzieren. Die Tätigkeit galt als Empfehlungsschreiben auf dem kulturellen Sekundärmarkt (Werbeagenturen, Auftragsarbeiten für Labels und Künstler*innen sowie weniger kulturell nahestehenden, aber zahlungskräftigere Medien) und war ab Mitte bis Ende der 1990er Jahre auch die Ausgangsbasis für Karrieren in sich langsam, aber sicher für die Themen der (Sub)kultur öffnenden Medien. So gab es bei *Spex* bis weit in die 1990er Jahre hinein für Musikrezensionen gar kein Honorar, für einen größeren Artikel etwas in der Größenordnung von 80 DM. *Intro* zahlte bis zur Einstellung 15 Euro pro Besprechung, und eine Titelgeschichte wurde mit 350 Euro honoriert, die in der Regel einen Tag Vorarbeit, einen Reise- und Interviewtag sowie einen Schreibtage und einen weiteren für Korrekturrunden mit sich brachte, also summa summarum vier Arbeitstage erforderte. Beim *Musikexpress* sieht es trotz Springer Young Media als Verlagshaus nicht viel besser aus, da kann man als Multiplikator 1,3 ansetzen.

Das kurze Fenster, diese Umstände zu verändern, wurde zwischen Anfang und Mitte der 2000er Jahre verpasst zu öffnen. Die Protagonist*innen des Musikjournalismus hatten besseres zu tun gehabt, sie verschwendeten — frei nach der Band Deutsch Amerikanische Freundschaft (DAF) – ihre Jugend. Und die Verleger*innen freuten sich darüber.

Insofern wundert es nicht, dass sich die Publizierenden oft den Marktmechanismen ergaben und die wenigen honorierten Positionen angesteuert wurden. Das sind vereinzelte Erfolgsgeschichten innerhalb des Systems, wobei auch hier die veränderten ökonomischen Rahmenbedingungen der Verlagsbranche nicht außer Betracht gelassen werden dürfen. Als in anderen Branchen Inflationsanpassungen vorgenommen wurden, gab es hier eine Nullrunde nach der anderen zu vermelden. Hinzu kommt, dass von Pauschalist*innen und Redakteur*innen heutzutage viel mehr Arbeitsleistung erwartet wird als noch vor einem Jahrzehnt. Nicht wenige halten dieses Hamsterrad dementsprechend nur kurz aus.

Medienvielfalt in der Post-Internet-Kultur-Popkultur

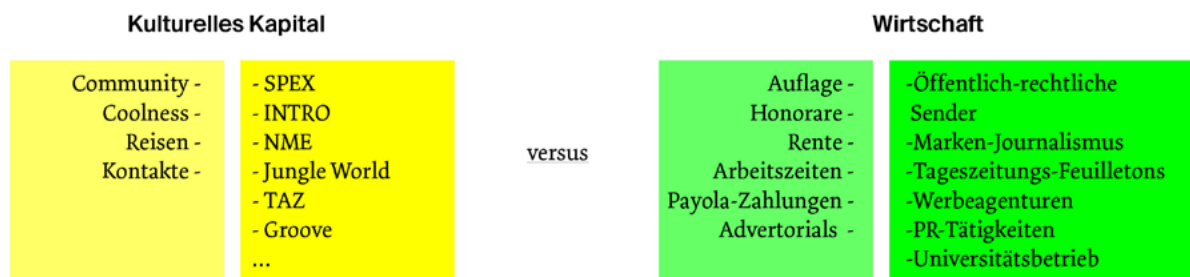


Abbildung 2: Kulturelles Kapital versus Wirtschaft; Grafik: Tanja Godlewsky

Es gibt heutzutage eine prinzipiell viele breitere Medienlandschaft für (sub)kulturelle Themen als noch vor zwei Jahrzehnten. Sie werden berücksichtigt in Tageszeitungen und Monatstiteln wie *Die Tageszeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Der Freitag*, *Jungle World*, *Groove Online*, *Musikexpress*, *Rolling Stone* oder in Stadtmagazinen wie *Zitty Berlin* (bis März 2020), *Tip Berlin*, *Stadtrevue Köln* sowie in den durch die Krise der Print-Musikmagazine einen Zweiten Frühling erlebenden Radiosendern wie Deutschlandfunk Kultur, WDR Cosmo, WDR 1Live oder Deutschlandradio Kultur. Diese Entwicklung sagt jedoch noch nichts über die hauseigene Bedeutung der Kultur und über die angemessene Honorierung aus. Hinzu kommt, dass aus oft eine Nivellierung des Duktus folgt, gerade wenn man genug Einkommen generieren will.

Dieser Prozess geht einher mit der Verschiebung der Deutungshoheiten. In den 1990er Jahren waren Musikjournalist*innen zumindest mit hohem kulturellem Kapital aufgeladen, da ihnen die Rolle der Königsmacher*innen zukamen. Ein Cover oder eine Platte des Monats bei *Spex* hatte noch eine immense Strahlkraft. Im Gegensatz dazu sind die Künstler*innen heutzutage – es wurde bereits angesprochen – ab einem gewissen Bekanntheitsgrad ihr eigenes Medium über ihre Social-Media-Kanäle und erreichen mit einem Post so viele Leute und generieren so viele Reaktionen wie ein ehemaliges Leitmedium im ganzen Jahr.

Dieser Transformationsprozess von Publizist*in hin zur*m Künstler*in als Medium ist doppelt tragisch für die Verlage, da die Musiklabels und Musikvertriebe in Folge des digitalen Para-

digmenwechsels (Napster, Spotify, iTunes u.a.) das ökonomische Kapital verloren haben, um trotz des Bedeutungsverlustes der Musikmedien und der Berichterstattung das Schaulaufen der Rezeption noch zu stützen. Nicht umsonst waren und sind es zuletzt von Marken gestützte Institutionen wie die Red Bull Music Academy⁶ (Kedves 2018) oder Telekom Electronic Beats, die noch einen sinnstiftenden und sozio-ökonomisch verantwortbaren Kulturjournalismus abzusenden wissen – und zudem akzeptable Honorare zahlen.

Diese Gemengelage wirkt sich massiv auf das Rollenverständnis aus, mit dem Publizierende dem Betrieb begegnen. Statt eines Semi-Prominenz-Status, der half, das monetäre Prekariat zu ignorieren, finden sie sich in der Rolle der Bittsteller wieder, die bei wenig auf kultureller Augenhöhe agierenden Redakteur*innen, die sichtlich überarbeitet und vom Betrieb depressiv gemacht kaum zum angemessenen Feedbacken und Redigieren kommen, ihre Vorschläge unterbreiten müssen.

Staatliche Förderung: pro/contra und Ableitungen

Im Prozess des stetig weniger signifikant stattfindenden Primärmarktes werden Künstler*innen von staatlichen Einrichtungen wie der Kulturstiftung des Bundes, Musicboard Berlin, Initiative Musik, den Kulturämtern der Städte oder dem Goethe Institut unterstützt. Für Verlage, Musikmedien und Einzelakteure wie Journalist*innen und Fotograf*innen gibt es derzeit noch keine Förderung. Außer Acht bleibt in diesem Kontext die Frage, was es für die Psyche und den Arbeitsalltag von Künstler*innen bedeutet, wenn sie plötzlich beim Staat, von dem man sich bis in die 2000er Jahre hinein explizit abgegrenzt hatte, ihre Anträge und Abrechnungen einreichen müssen. Sie sind somit in einen Amtsalltag integriert oder werden unter deutscher Flagge als Staatsvertreter*innen auf Reisen geschickt. Auch wenn der Gefühlskontext auf Publizierendenseite sicherlich ähnlich ambivalent wie bei den Künstler*innen ausfallen würde, so ist dies doch ein großes Manko. Viele der finanziell begünstigten Künstler*innen durch die oben genannten Einrichtungen brauchen gewöhnlich einen Medienechoraum.

Das Presseförderungsprogramm der Bundesregierung, das im Juni 2020 verabschiedet wurde, könnte als klares Signal dafür gesehen werden, dass der Staat einen Handlungsbedarf erkannt hat, um eine vielfältige und somit auch für kleinere und noch unbekanntere Künstler*innen offene kulturelle Medienlandschaft zu schützen. In diesem wird davon gesprochen, die „Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern“ (N.N. 2021g) zu stützen. Für eine nachhaltige, strukturelle Innovationsförderung wurden dabei bis zu 220 Millionen Euro zur Verfügung gestellt, wobei die Verlage einen Zuschuss von 45% bekommen, wenn sie eine Eigenleistung von 55% investieren. Für die Umsetzung zuständig ist das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Es war ein Paradigmenwechsel der Medienpolitik, da erstmals eine direkte Förderung beschlossen wurde, statt bis dato lediglich indirekte Förderung via beispielsweise den reduzierten Mehrwertsteuersatz.

Die Kritik an dem Gesetzentwurf und der Umsetzung war jedoch massiv. Auf politischer Ebene wurde die fehlende parlamentarische Debatte im Vorfeld beanstandet und die Ausrichtung an Lobbyismus seitens der Verlagsbranche zulasten wissenschaftlicher Expertise. Wissenschaftler wie Christopher Buschow (2021) und Frank Lobigs (Sterz und Borgers 2020) kritisier-

⁶ Mittlerweile auch eingestellt aufgrund eines politischen Konfliktes zwischen dem Finanzier Dietrich Mateschitz und der Dienstleistungsagentur Yadastar.

ten die Beschränkung auf drei Mediengattungen (Abonnementzeitungen, Abonnementzeitschriften und Anzeigenblätter mit einem redaktionellen Anteil von mindestens 30 Prozent) als nicht zweckgerichtet, da hierbei alle Verlage außen vor bleiben, die bereits rein digital agieren. Neue innovative, digital ausgerichtete Netzwerke wie *Krautreporter*, *Perspective Daily*, *Correctiv* und *Rums* (Münster) fallen damit explizit unter den Tisch. Das gilt auch für journalistische Einzelakteur*innen wie beispielsweise Stefan Niggemeier (*Übermedien*).

Mit diesem Ansatz werden also explizit jene unterstützt, die bis dato nicht durch Innovationen aufgefallen sind. Hinzu kommt, dass als einziges Verteilkriterium die gedruckte Auflage herangezogen wird, sodass jene am meisten bekommen, die sowieso schon gut dastehen. Zudem wurde auf jegliche Verknüpfung mit strukturellen Bedingungen wie Tarifvertragsbezahlung und Nichtkündigungszusagen verzichtet.

Die Kritiker*innen mahnten an, dass die ursprünglich geplante Zustellförderung für die Presse – um die im Nachgang der Mindestlohneinführung drastisch gestiegenen Vertriebskosten aufzufangen – in eine Innovationsförderung umetikettiert wurde. Zudem kann zumindest kritisch hinterfragt werden, ob die geförderten Maßnahmen wie Online-Shops, Rubrikenportale und Apps am Ende nicht zu einer Verschiebung weg vom journalistischen Kerngeschäft führen.

Aus Sicht der kleineren und jüngeren und somit bereits rein digital aufgestellten Verlage bleibt nur die Hoffnung, dass bald mit einem weiteren Programm die Zielgruppe eines solchen Presseförderungsprogramm erweitert wird, sodass nicht nur die anachronistischen Dinosaurier gefördert werden, sondern eben auch die wirklich innovativen Digital Native-Akteur*innen.

Ein Schritt hierzu wäre es, das Bundeswirtschaftsministerium aus der Verantwortung für die Verteilung zu nehmen und eine selektive, am Ideenwettbewerb orientierte Förderung mit einer politik- und staatsfern organisierten Governance-Struktur zu etablieren. Denn nur ein pluralistisch zusammengestelltes Gremium aus Expert*innen kann den Innovationsgrad der dann eingereichten Projekte angemessen beurteilen.

Wenn es dem Staat wirklich um die Sicherung der Pressevielfalt und der demokratisch-publizistischen Strukturen geht, dann gilt es hierbei explizit auch die journalistischen Einzelakteur*innen in den Fokus zu nehmen, denn diese Gruppe wird im digitalen Publikationsdschungel immer größer. Bedingt durch die Krise der etablierten Verlagshäuser und die potenziellen Möglichkeitsräume des Selbstpublizierens im digitalen Möglichkeitsraum versuchen es immer mehr Journalist*innen allein oder in kleineren Netzwerkzusammenhängen. Sie sind hierbei dringend auf Finanzierungshilfen, Recherchestipendien und Journalismuspreise angewiesen, wenn sie nicht den journalistischen Auftrag vor lauter wirtschaftlichen Aufgaben aus dem Blick verlieren sollen.

In Absenz solcher Förderungen lässt sich aktuell einer Zunahme von sogenannten Community-Modellen erkennen, bei denen über Plattformen wie Steady oder Patreon der Versuch unternommen wird, eine Zielgruppe so an sich und/oder das eigene Medium zu binden, dass diese monatlich einen bestimmten Betrag als Abo zahlt. Das klingt zunächst reizvoll, im Alltag folgt daraus aber nicht selten ein neoliberalistisches Hamsterrad der Selbstausbeutung. Das Community-Modell mag im größeren Kontext für ein Verlagshaus wie die *Tageszeitung* (taz) funktionieren, für einzelne Journalist*innen und Gruppierungen frisst dabei jedoch oft die Angst die journalistische Seele im Alltag auf, um es frei mit Rainer Werner Fassbinder zu sagen.

Diese Situation ist umso tragischer, da die Digitalisierung ja eigentlich die Möglichkeitsräume für einzelne Publizierende rasend größer gemacht hat. Statt ein Magazin für viel Geld drucken zu lassen, kann man heute ein Magazinprojekt relativ unkompliziert digital publizieren und mit einem weltweiten Publikum in Austausch treten.

Doch für den Schritt hin zu einem Medium, das langfristig und über die erste Phase der Begeisterung hinaus journalistischen Standards gerecht wird, bedarf es Förderstrukturen, da auf absehbare Zeit weder über Anzeigenerlöse noch über Community-Modelle genug Einnahmen erwirtschaftet werden können. In der Folge wird sonst vielen vielversprechenden Verlagsprojekten die Luft ausgehen oder aber die Publizierenden müssen einen Großteil ihrer Zeit und Energie in anderen Aktivitäten stecken und für Kund*innen Projekte umsetzen, um sich so die journalistische Plattform als Visitenkarte leisten zu können – wie beispielsweise *Das Filter* oder auch *Kaput – Magazin für Insolvenz & Pop*. Wobei sich der Idealismus in dieser Form kaum länger aufrechterhalten lässt und langfristig viele abwandern auf andere Felder wie Dozierentätigkeiten an Universitäten (wobei diese ähnlich prekär honoriert werden wie Kulturjournalismus), Kurator*innentätigkeiten, Pressearbeit oder Werbeagenturen.

Die Situation ist dem Status Quo der frühen 1990er Jahre nicht unähnlich, bevor die Mainstreamisierung der Subkulturen aus Fanzines gar nicht mal so kleine und funktionierende Verlagshäuser hat werden lassen. Es ist jedoch kaum mit einer Deus ex Machina im Markt zu rechnen, die eine Wiederholung dieses Prozesses stimulieren könnte. Es bleibt die Frage, ob der Staat entsprechend handeln wird, um die Pressefreiheit und die demokratisch-publizistischen Strukturen zu stärken.

Digitales Korsett und neue Perspektiven für und mit Design. Transformation der Pop-Publikationen im Wandel von analog zu digital. (Tanja Godlewsky)

Mit weitreichenden technischen Entwicklungen geht auch eine Veränderung des Berufsbildes des*der Designers*in einher. Dabei nimmt die Digitalisierung und ihre Ausprägungen einen besonderen Stellenwert ein. Im Folgenden wird daher die Entwicklung der Arbeit von Designer*innen im Bereich Musikmagazine diskutiert. Daran schließt ein Vorschlag für Bereiche an, in denen Designer*innen zukünftig zur Entwicklung von Produkten und Formaten beitragen können, um Musikjournalismus und seine Akteur*innen zu unterstützen. In der Herangehensweise bildet ein erweiterter Designbegriff den Ausgangspunkt, wie dieser beispielsweise von Thomas Friedrich formuliert wird:

„Gemeint ist damit die Auffassung, dass Designer grundsätzlich an der Schnittstelle arbeiten, wo bloß Gedachtes in Wirklichkeit überführt wird. Was Entwickler aller Art zum Beispiel Ingenieure, Techniker, Schreiber sich ausgedacht haben, wird erst, nachdem der Designer entschieden hat, wie es aussehen soll, in Wirklichkeit umgesetzt. Die phänomenale Welt, wie wir sie als Alltagswelt wahrnehmen, ist Resultat von Designprozessen.“ (Friedrich 2020, 343)

Design ist demnach nicht nur die bloße Gestaltung und Formung von zum Beispiel Produkten und Inhalten, sondern bringt diese überhaupt erst hervor.

Die Entwicklung der Rolle von Design im Kontext von Musikzeitschriften

Der Funktionsradius von Designer*innen innerhalb von Musikzeitschriften, wie sie sich seit den 1960er Jahren in Deutschland ausgeprägt haben, bezog sich bis zur Durchsetzung digitaler Verbreitungsformate auf der Erarbeitung und Umsetzung eines konsistenten visuellen Gestaltungsrasters. Dieses wurde durch eine zielgruppenspezifische Festlegung des Layouts aber auch durch die Konzeption von Farbklima, Typografie und Bildsprache erzielt. Damit war es möglich, ein Magazin gestalterisch popkulturell zu verorten und eine Genrezugehörigkeit wie auch das Preissegment zu kommunizieren. Neben der Heftgestaltung erfolgte zudem eine markentypische Konzeption und Umsetzung von begleitenden Inhalten und Materialien wie Advertorials, Beilagen oder das Heft begleitende Veranstaltungskonzepte und Merchandising.

Zu Beginn der Entwicklung von analog zu digital stand zunächst eine Erweiterung der gedruckten Inhalte durch digitale Medien im Mittelpunkt. Das bedeutete, Texte und Bilder wurden zunächst weitgehend für die gedruckte Magazine geschrieben und fotografiert und anschließend in die digitalen Erweiterungen übertragen.

Der Rückgang von den bereits von Thomas Venker beschriebenen Print-Verkäufen und Anzeigenkunden – und die daraus resultierenden Transformationsprozesse in den Verlagshäusern – hat zum Verlust von klassischen Tätigkeitsfeldern geführt, jedoch neue Geschäftsfelder durch eine wachsende digitale Erweiterung eröffnet wie zum Beispiel die Konzeption und Gestaltung von Webseiten und smarten Anwendungen für Apps. Dadurch haben sich die Gestaltungsanforderungen an die Designer*innen ebenfalls deutlich erweitert. Neben einem stringenten und übergeordneten Gestaltungskonzept wurden nun zusätzlich ansprechende Benutzer*innenoberflächen (User Interface) und intuitive Benutzer*innenführungskonzepte (User Experience) benötigt. Ein gutes Interaktionsdesign wurde zur Grundlage für ein tragfähiges und erfolgreiches Produkt. Hinzu kommt, dass digitale Inhalte einer kontinuierlichen Veränderung unterliegen, damit sie zu einer sich wandelnden technischen Umgebung passen.

Auf der Gestaltungsebene bedeutete diese Entwicklung eine Veränderung der Inhalte. So wurden zunehmend nicht nur statische, sondern auch bewegte Inhalte in Form von Animationen und Filmbeiträgen – zum Beispiel Interviews – erstellt. Durch den Konsum von Inhalten auf Smartphones und Tabletcomputern wurden die Texte zudem kürzer und die Anzahl an Bildern, Videos und Infografiken vergrößert. Dies ist auch der Ursache geschuldet, dass Leser*innen meistens zum Smartphone greifen, wenn sie sich in Warte- oder Übergangssituationen befinden. Das bedingt eine kurze Aufmerksamkeitsspanne, was sich wiederum auf die Inhalte auswirkt. Die Inhalte müssen schnell aufgefasst und verstanden werden.

Standardisierung und Universalisierung

Die technische Entwicklung hat außerdem ein breites Angebot an vorgefertigten, standardisierten Anwendungen und Vorlagen hervorgebracht, die es jedem halbwegs begabten Laien ermöglichen, eigene Webseiten zu gestalten. Mit freien oder sehr günstigen Content-Management-Systemen wie zum Beispiel Wordpress lassen sich auch ohne Designer*innen-Expertise einfache Blogs und Webseiten bauen. Die Zugänglichkeit zu ebenfalls kostenlosen oder -günstigen Bildportalen erübrigen darüber hinaus die Beauftragung von Fotograf*innen. Die verbesserten Kameras in jeder neuen Smartphone-Generation, sowie die bereits in den Smartphones integrierte Bildbearbeitungssoftware, ermöglichen außerdem die Erstellung von qualitativ

hochwertigem Bildmaterial. So kann jedes gute Smartphone mittlerweile Bilder in ausreichender Qualität produzieren. Die implementierten Bildbearbeitungsfunktionen verstärken gegenwärtig nicht nur die Gefahr einer ästhetischen Universalisierung, sondern machen an dieser Stelle die Designer*innen überflüssig.

Diese Tools haben zu einer Zunahme von Inhalten auf kostenlosen Kanälen geführt und somit den Druck auf Magazine in der Hinsicht erhöht, dass sie ihren Mehrwert immer wieder unter Beweis stellen müssen. Rezipienten sind nicht mehr ohne Weiteres bereit, für Musikjournalismus zu bezahlen, den sie vermeintlich auch aus kostenlosen Quellen beziehen können.

Ungleichgewicht Sender*in-Empfänger*in

Letzteres steht ebenfalls im Zusammenhang mit einer generellen Veränderung der Inhalte, wie sie Musikjournalist*innen produzieren und dem, was heute Fans und Follower*innen zu interessieren scheint, wie es bereits von Thomas Venker aus Sicht des Popmusikjournalist*innen beschrieben wurde. Längst ist es den Rezipient*innen möglich, direkt mit den Musiker*innen in Kontakt zu kommen. Diese verbreiten über ihre Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram, Twitter oder TikTok neben Einblicke in ihr künstlerisches Schaffen – zum Beispiel das Geschehen auf der Bühne, Backstage, beim Videodreh oder im privaten Umfeld – auch ästhetische Inspirationsquellen oder politische Botschaften. Zum Beispiel wird Instagram in der Regel mit Bildern bestückt, welche die jeweiligen Künstler*innen selbst mit dem Smartphone aufnehmen und verbreiten. Es ist weder eine grafische Überarbeitung noch ein Bildkonzept durch externe Designer*innen notwendig. Sie kreieren so eine eigene Form der Kommunikation und unmittelbare Intimität mit den Betrachtenden und stellen einen Zusammenhang zwischen öffentlichen und privaten Räumen her. So lässt sich die von Diedrich Diederichsen dargestellten Funktionen von Musikvideos auch und gerade auf die Inhalte von Instagram übertragen.

„Jedenfalls war aus der Latenz der pop-musikalischen Verbundenheit von Tönen mit visuellen Vorstellungen auf diese Weise ein form- und studierbares Objekt geworden, dessen Strukturen auch andere grundsätzliche, aber in der Musik nicht enthaltene Elemente manifest machte: Tänze, Dresscodes, kulturelle Solidaritäten, politische Position, Marken und Produkte etc.“ (Diederichsen 2014, 148)

Durch Anwendungen wie TikTok wird außerdem eine große Plattform für die Selbstinszenierung geboten, welches zeitgleich als wirksames Instrument zur Verbreitung von Musik dient.

Die Verwendung von Social Media-Anwendungen hat Rezipient*innen in die Lage versetzt, selbst Inhalte zu produzieren und zu senden. Dadurch entsteht ein Überangebot von „Sendenden“. Dem steht eine immer kleiner werdende Gruppe von aufmerksamen „Empfangenden“ entgegen.

Auflösung der Zunftgrenzen und Zukunft des Designs

Ebenso wie bei Thomas Venker ist im Bereich Design eine Auflösung der „Zunftgrenzen“ durch digitale Anwendungen (soziale Medien, Blogs, digitale Baukästen) festzustellen. Diese Entwicklung geht einher mit einer sich verschlechternden ökonomischen Situation der Akteur*innen, was in diesem Feld ebenso den Wunsch nach qualitativer Wertsteigerung hervorruft. Des Weiteren verändert sich dadurch nachhaltig das Rollenverständnis der Gestaltenden, aber auch das der Künstler*innen und Rezipierenden.

Die dargestellte Entwicklung stellt Designer*innen vor die Aufgabe, drei wichtige Fragen zu bearbeiten.

1. Wie können Designer*innen guten Musikjournalismus erhalten - auch als sich monetär tragendes Konzept?
2. Wie kann in der durch neue Technologien entstandenen DIY-Kultur Möglichkeiten eine Qualitätssicherung stattfinden?
3. Wie können Designer*innen der Standardisierung durch vorgefertigte Layouts und implementierte Bildbearbeitungssoftware entgegenwirken und Vielfältigkeit erhalten und sichtbar machen?

Demzufolge muss die Ausarbeitung von Konzepten und Prozessen in den Fokus geraten, die Einkommen und Verdienste sowohl für Musikjournalist*innen als auch für in diesem Kontext arbeitenden Designer*innen generieren können. Wenn es für die Texte und ihre Medien kein Geld mehr gibt, wie können diese Magazine querfinanziert werden? Wie kann eine Wertsteigerung stattfinden?⁷

Zum anderen muss das schablonenhafte Gestaltungssystem, das sich dem durch große Konzerne geprägten technischen Umfeld unterwirft, gestört und neue Formate entwickelt werden. Das ist auch vor dem Hintergrund bedeutsam, weil die „Elite“, die in der Lage ist, Generisches von Kreativen zu unterscheiden, immer kleiner wird. Aus diesem Grund muss der Mehrwert und die Qualität von Popmusik und -medien begreifbar gemacht und die frustrierende Standardisierung gestoppt werden. Bei dieser Zielsetzung stimmt der Designtheoretiker Michael Erlhoff optimistisch:

„Die Frage demnach ist, wer wie und wann, warum und wodurch eine Entscheidung für das Besondere fällt, mithin schier plötzlich aus dem Allgemeinen, aus dem Standard herausfällt und eine ganz andere Idee oder Lösung vorschlägt, die dann wiederum auf ein großes allgemeines Interesse stößt und allgemein begeistert.“ (Erlhoff 2013, 46)

Die Voraussetzung für dieses Besondere ist der Mut von Designer*innen, Verlagen und Redaktionen dieses auch zu wagen.

Wahr: Ein Online-Archiv als Reaktion auf Veränderungsprozesse in Pop-Journalismus und Verlagswesen. (Stefanie Roenneke)

Ebenso wie die vorhergehenden Einschätzungen kreist die Diskussion des Online-Archivs Wahr um die Frage, ob es als Folge der Krise in Journalismus und Verlagswesen gesehen werden kann und was es dieser Entwicklung entgegengesetzt. Darüber hinaus wird gefragt, inwiefern es auch als Symptom für die Selbst-Archivierung von Pop selbst zu verstehen ist.

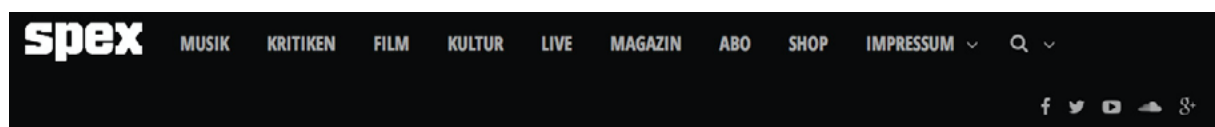
Wahr beschreibt sich als Online-Archiv für literarischen Journalismus. Es wurde 2012 von dem Schriftsteller Joachim Bessing, dem Schriftsteller und Künstler Ingo Niermann und der

⁷ Versuche in diesem Bereich gibt es bereits. Hervorzuheben sind das Online-Magazin *kaput-mag.com*, das über die Crowdfunding-Plattform Steady versucht, Beiträge zu generieren; der Blog des Labels The Triology Tapes; das Internetradio Byte FM oder das Magazin *Das Wetter*, das sich mit einer Merchandising-Kollektion finanziert.

Journalistin und Sachbuchautorin Anne Waak gegründet. Im Juli 2013 wurde die dazugehörige Website „waahr.de“ der Öffentlichkeit vorgestellt. Waahr wurde zudem mit einem Video sowie Textthinweisen in den sozialen Medien beworben und es wurde der Blog *Das Archiv* auf der Website dasarchiv.spex.de eingerichtet, auf dem von Juli bis Dezember 2013 wöchentlich einzelne Artikel vorgestellt wurden (N.N. 2021a). Realisiert werden konnte das Projekt durch Mitarbeiter*innen aus unterschiedlichen Bereichen von Literaturwissenschaft bis Design. Dazu zählen Designerin Judith Banham, Autor Karl Wolfgang Flender, Literaturwissenschaftler Till Huber, Fotograf Tom Plawecki, Journalistin Eva Munz, Filmemacher Jonas Weber Herrera und Komponistin Katrin Vellrath.



Abbildung 3: Screenshot der Website waahr.de vom 11. Juli 2013, Quelle: privat.



Neu auf SPEX.de: Das Archiv

10. Juli 2013

Von Thomas Vorreyer



SPEX.de begrüßt herzlich das neue Blog »Das Archiv«. Dahinter verbirgt sich das neue Online-Archiv für literarischen Journalismus, *Waahr.de*. Die drei Gründer – die Schriftsteller Joachim Bessing und Ingo Niemann und die Journalistin und SPEX-Autorin Anne Waak – sammeln hier jene besonderen journalistischen Texte, die seit Heinrich Kleists Kleists *Berliner Abendblättern* die Welt in neue Lichter zu setzen wussten, durch sterbende Magazine oder fehlende bis lückenhafte Publikationsarchive bislang nicht im Internet zu finden waren.

Im Blog kommentieren sie von nun an gemeinsam mit den Autoren und den Redakteuren Karl Wolfgang Flender und Stefanie Roenneke Woche für Woche einzelne dieser Texte. Den Anfang macht heute eine Agitation von Clara Drechsler von 1990 in SPEX; gewohnt schnippisch, arrogant, aber auch dringlich, intensiv und lustig formuliert – und nachzulesen auf dasarchiv.spex.de.

Abbildung 4: Screenshot der Website spex.de vom 11. Juli 2013, Quelle: privat.

Seit 2012 sind ausgewählte Texte von 107 Autor*innen auf Waahr online verfügbar. Darunter befinden sich historische Feuilleton-Texte wie unter anderem von dem Dramatiker und Publizisten Heinrich von Kleist (1777-1811), dem Schriftsteller, Theaterkritiker und Humoristen Alfred Kerr (1867-1948) oder von dem österreichischen Schriftsteller Peter Altenberg (1859-1919). Weiter gehören dazu ein Beitrag von der deutschen Schriftstellerin Irmgard Keun (1905-1982) und von einigen Autor*innen, die in dem ersten deutschen Zeitgeist-Magazin *Twen* (1959-1971) veröffentlicht haben. Die Mehrzahl der auf Waahr versammelten Namen können jedoch einem Pop-(Musik-)Journalismus zugerechnet werden, die in einschlägig bekannten Feuilletons sowie in Musik- und Lifestyle-Magazinen veröffentlicht haben oder weiterhin veröffentlichen. Einige davon sind zudem schriftstellerisch tätig. Auf Waahr vertretene Autor*innen sind neben den Herausgeber*innen zum Beispiel Airen, Ann Cotten, Max Dax, Marc Degens, Clara Drechsler, Timo Feldhaus, Mirna Funk, Tom Kummer, Henning Kober, Ingeborg Harms, Sarah Kahn, Katja Kullmann, Christian Litz, Joachim Lottmann, Eva Munz, Anne Philippi, Christa Ritter, Christopher Roth, Lorenz Schröter, Ilja Trojanow, Moritz von Uslar und der 2016 verstorbene Wolfgang Welt. Ausnahmen bilden Beiträge von Künstlern wie Thomas Bayrle und Tobias Zielony, dem Soziologen Georg Simmel (1858-1918), zusammengestellte Tweets der Twitter-Autoren Marcel Louis und Justin Andre sowie vereinzelt Texte, die Anthologien entnommen sind. Zudem wird auf Waahr auch Unveröffentlichtes zugänglich gemacht. Ein Beispiel hierfür ist die Kolumne „Remember New Journalism“ von Joachim Lottmann, die von 2016 bis 2017 auf Waahr.de veröffentlicht wurde.

Die Bandbreite der Texte umfasst dabei kleine Formen wie Feuilletons und Glossen sowie vornehmlich Reportagen, Interviews und literarische Essays. Darüber hinaus wird auf Waahr im Einzelfall analog zum Director's Cut der „Author's Cut“ zur Veröffentlichung bevorzugt, insbesondere wenn Autor*innen bei einem bereits erschienenen Text mit den redaktionellen Korrekturen und Kürzungen unzufrieden sind.

Neben dem Textarchiv operierte Waahr auch als Verlag und war eine Publikationsplattform für die Tagebücher der Herausgeber*innen Joachim Bessing und Anne Waak.

Vom 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2020 veröffentlichte Joachim Bessing ein fortlaufendes Tagebuch (Bessing 2016-2020). Seit 2021 führt er dieses auf seiner eigenen Website weiter. Ebenso verfasste Anne Waak von Oktober bis Silvester 2017 ein westafrikanisches Tagebuch mit dem Titel „The Life Ghanatic“, das ihren dreimonatigen Aufenthalt in Ghana begleitet hat (Waak 2017). Beide Tagebücher sind weiterhin online verfügbar.

„Zeit essen Texte auf“: Zum Entstehungskontext von Waahr

Das Motto von Waahr lautet „Zeit essen Texte auf“, womit auf ein Verschwinden von journalistischen Texten verwiesen wird. In der Beschreibung „Über uns“ auf der Archiv-Website wird diese Entwicklung mit folgenden Gründen in Verbindung gesetzt: „[s]terbende Zeitungen und Zeitschriften verschwinden mitsamt Archiv aus dem Netz, und in den online verfügbaren Archiven bleiben Artikel häufig hinter Paywalls verborgen“ (N.N. 2021b). Eine zentrale Bündelung und freie Verfügbarkeit von journalistischen Texten, wie es etwa im Bereich Buch, Film und Musik üblich sei, wird anno 2012 bemängelt.

Zu den weiteren gesellschaftlichen und persönlichen Umständen gehören zudem eine sich verschlechternde berufliche Situation von Journalist*innen. Dabei spielt die unzureichende

Konservierung von journalistischen Texten zunächst keine Rolle. Joachim Bessing fokussiert eine solche ökonomische Perspektive, wenn er auf die Jahrtausendwende zurückblickt und anmerkt, dass er „aus heutiger Sicht abstrus viel Geld verdient“ (Joachim Bessing, E-Mail an die Autorin, 7. Februar, 2018) habe. Das Sinken der Honorare führt Bessing auf den Einbruch des Anzeigenmarktes nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 zurück sowie auf die Durchsetzung der digitalen Fotografie: „Die Honorare der Fotografen halbierten sich mangels Materialkosten. Die Honorare der Schreiber wurden denen der Fotografen angepasst“ (ebd.). Nach der Finanzkrise 2008 wurden sie „sogar noch einmal stark gedrückt“ (ebd.), so Bessing, worunter auch die Qualität der journalistischen Texte seiner Meinung nach leide: „Da es schlicht nicht mehr lohnt zu schreiben, man sogar neuerdings nicht mehr davon leben kann, werden die Texte nicht besser, sondern schlechter (ebd.).“

Ingo Niermann formuliert in seinem Vorwort zu dem bisher nicht veröffentlichten Buch *Unwirtlichkeit//: Zur Situation des Journalismus in den deutschen Städten*, dass das Aufkommen der Online-Portale als ökonomische Zukunftsperspektive (Dot-Com-Ära) an den klassischen Print-Medien eine Angstblüte hervorgebracht habe und Journalismus weiterhin als eine verkäufliche Ware begriffen wurde (Niermann n.d.). Zur Unterstreichung führt er an, dass zum Beispiel die *Berliner Seiten* der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* (1999-2000), die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* (seit September 2001), die *SZ am Wochenende*, *InStyle* (1999), *Glamour* (2001), *Neon* (2003-2018) oder *Vanity Fair* (2007-2009) entstanden. Jedoch hebt er auch die Auflösung der „Zunftgrenzen des Journalismus“ (ebd.) durch mobile Kommunikationsformen und soziale Medien hervor, die mit der Durchsetzung des Smartphones sowie der damit verfügbaren Anwendungen weiter vorangetrieben wurde:

„Doch die Zunftgrenzen des Journalismus wurden porös durch die Professionalisierung der Alltagskommunikation durch multifunktionale Mobiltelefone, kostenlos überall verfügbare Suchmaschinen sowie Archivierungs- und Formatierungsdienste wie Spotlight, iPhoto und Wordpress. Heute wäre diese Liste noch zu erweitern. [...] Zum Zeitpunkt von 9/11 taugte jeder mit einem Mobiltelefon ausgestattete Zeuge als rasender Reporter, zum Zeitpunkt der grünen Revolution im Iran war durch Facebook und Twitter jeder mit einem Smartphone ausgestattete Zeuge auch sein eigener, augenblicklicher Verleger – das Verlagshaus in der Gesäßtasche.“ (ebd.)

Die dargestellte negative Tendenz wird durch Thomas Venkers bereits dargelegte Diagnose deutlich wie auch durch regelmäßig wiederkehrende öffentliche Honorar-Debatten (siehe dazu Bärtels 2007 und Sezgin 2009) und Vergütungen: Der Freischreiber-Report ermittelte zum Beispiel 2019 aus 1443 Datenspenden zu rund 580 Medien ein Stundenhonorar freier Journalist*innen im Mittel von 22,50 Euro brutto, was einen Gewinn von 7,50 Euro netto pro Stunde bedeute (Jakob et al. 2019). 2020 wurde auf der Basis von 2064 Datenspenden ein Mittelwert von 22,73 Euro errechnet. Der Report hebt zudem die Bandbreite der Honorare hervor, die von knapp 200 Euro für 1000 Zeichen für das *Greenpeace Magazin* reichen bis hin zu 8 Euro bei *Jungle World* (Eber et al. 2020).

Des Weiteren reagierte Waahr durch die erwähnte Verlagstätigkeit auch auf eine Entwicklung im Verlagswesen, in dem Kleinverlage schwinden oder bei größeren ein Fokus auf Spitzentitel vorherrscht. Das erste 2014 veröffentlichte Buch *Hartz IV und wir. Protokolle* von Anne Waak sollte ursprünglich bei dem Münchner Indie-Verlag Blumenbar veröffentlicht werden, der jedoch eingestellt wurde⁸. „Doch Blumenbar, wo drei Mitarbeitern schon länger am Rande ihrer

8 Mittlerweile wird Blumenbar als Imprint des Aufbau Verlags weitergeführt.

Kräfte operierten, wurde eingestellt, kurz bevor der Vertrag unterschrieben werden sollte“, schildert Anne Waak (2014, 138) die Umstände in der Einleitung zu dem Protokoll mit dem Musiker Francesco Wilking.

Darüber hinaus kann die Verlagstätigkeit im Kontext einer Entwicklung betrachtet werden, in der nicht die literarische Qualität eines Buches über die Veröffentlichung mitentscheidet, sondern ob es sich für einen Verlag überhaupt noch lohnt, dieses zu veröffentlichen. Ingo Niermann hat diesen Umstand zu dem Kongress „Literatur digital“, der 2014 in Berlin stattfand, wie folgt zusammengefasst:

„[W]ir kennen aus dem Freundes-, aus dem Bekanntenkreis, aus dem Kollegenkreis genügend Fälle von Büchern, wo renommierte kommerzielle Verlage sagen, das ist ein ganz, ganz tolles Buch, aber leider rentiert es sich nicht. Und das kann für uns nicht das einzige Kriterium sein dafür, ob Bücher da sind, ob sie wahrgenommen werden können oder nicht.“ (Fischer 2014)

Diese Beobachtung lässt sich auch im Zuge der Corona-Krise machen, wenn beispielsweise die damalige Verlegerin des Berliner Ullstein Verlags im Frühjahr 2020 anmerkt: „Im Herbst dann: ein stark reduziertes Programm, volle Konzentration auf die Spitzentitel [...]“ (Dücker 2020).

Unzuverlässiges Herausgeber-Archiv

Auf Waahr findet eine Auswahl und digitale Konservierung von Texten statt, jedoch unterliegt die Auswahl der Texte keinen spezifischen Kriterien. Gegenüber *Zeit Online* sagte Anne Waak 2013: „In der Regel bitten wir Autoren und Autorinnen, deren Arbeit wir schätzen, uns ihre Texte zur Verfügung zu stellen“ und ergänzt „Wir [...] freuen uns über alle Vorschläge“ (Balzer 2013).

Neben dem von Anne Waak vorgenommen Hinweis auf den persönlichen Geschmack, dient als weiteres Auswahlkriterium lediglich der Verweis auf die Erzähltradition des literarischen Journalismus, die seit dem 18. Jahrhundert besteht und auf Waahr mit den *Berliner Abendblättern* von Heinrich von Kleist (1810-1811) beginnt. Mit dem Begriff *New Journalism* werden journalistische Texte assoziiert, die von literarischen Stilmitteln Gebrauch machen. Da Texte des *New Journalism* zwei Kommunikationssysteme – Literatur und Journalismus – vereinen, die seit dem 18. Jahrhundert getrennt sind, kann es zu Irritationen einer gattungsspezifischen Rezeption kommen wie beispielsweise bei der Unterscheidung von Autor*in und Erzähler*in, Fakt und Fiktion, Objektivität und Subjektivität oder besprochene und erzählte Welt. Für Waahr stehen folglich journalistische Texte im Fokus, die durch die Offenlegung eines subjektiven Ichs im Text sowie durch die Anwendung literarischer Stilmittel auf der Grenze zwischen Literatur und Journalismus sowie Fakt und Fiktion arbeiten und keine Objektivität durch ein vermeintlich neutrales Reporter*innen-Ich suggerieren. Für Ingo Niermann handelt es sich aus diesem Grund um Texte „eines unredlichen Journalisten bzw. eines unzuverlässigen Erzählers, den der Leser immer wieder erwischen muss, wie er ihn an der Nase herumführt“ (Niermann 2012). Ingo Niermann überträgt diese Figur deutlich auf die Arbeitsweise des Archivs: „Wir weigern uns“, so Ingo Niermann 2012, „klare Qualitätskriterien zu entwickeln und bemühen uns, in unserer Auswahl launisch zu bleiben – unzuverlässig wie der von uns präferierte Erzähler“ (ebd.). Somit verweist Ingo Niermann auf die Konstruiertheit des Archivs auf Basis eines uneindeutigen archivischen Handelns und stellt dadurch die Lücken des Archivs deutlich heraus, die nicht bedauert, sondern bewusst als Kennzeichen dieses „Herausgeber-Archivs“ akzentuiert werden:

„Wir hegen keinen Anspruch auf Vollständigkeit, weder was Autoren noch bestimmte Periodika angeht. Zweifellose Meisterwerke lassen wir links liegen und widmen uns stattdessen Artikeln in vergessenen Kinder- und Automobilzeitschriften“ (ebd.).

Eine Veröffentlichung erfolgt dann in Abstimmung mit den Verfasser*innen und im Abgleich mit dem geltenden Urheberrecht⁹. Denn sofern nicht anders vereinbart, können gemäß Paragraph 38 des Urheberrechts auch Beiträge für Zeitungen sofort nach Erscheinen, für andere Periodika ein Jahr nach Erscheinen, anderswo veröffentlicht werden.

Der Fokus auf den reinen Text stellt jedoch ein Archivproblem dar. „Literarischer Journalismus‘ – das bedeutet so gesehen: nur die Texte sind wichtig, nicht ihre Erscheinungsform“ (Hecken 2013), merkt Literaturwissenschaftler Thomas Hecken in einem kurzen Beitrag zu Waahr auf Pop-Zeitschrift an. Zuvor bemängelt Hecken:

„Ein Nachteil der ‚waahr‘-Seite gegenüber den Archiven ist allerdings, dass kein Faksimile beigegeben wird, so dass man nicht sehen kann, in welchem Layout die Artikel erschienen sind, welche Fotos und Zeichnungen sie begleiteten – ein entscheidender Mangel, gerade wenn es um Pop-Journalismus geht.“ (ebd.)

Der Fokus auf den reinen Text führt zudem zu einer ungenauen Quellenangabe einzelner Texte, was sich zu dem Provenienzprinzip als Fundament der Archivistik unterscheidet, in der einer vorgefundenen und alten Struktur der Vorrang gegenüber einer Um- und Neuordnung gelassen wird (Schenk 2014, 77-81). Das reicht von fehlender Seitenabgaben bei publizierten Texten bis hin zur mangelnden Kennzeichnung von Seitenumbrüchen aus dem Originallayout, die insbesondere bei älteren Texten nicht mehr nachvollzogen werden kann. Im Gegensatz zu Archiven, die vollständige Magazine, Mikrofilmaufnahmen kompletter Ausgaben, Zeitungsausschnitte oder Faksimile bereitstellen, ist Waahr somit nicht nur ein Ort der Konservierung, sondern wird aufgrund dieser Mängel selbst zur Quelle. Das trifft insbesondere bei unveröffentlichten Texten und Texten in der Autor*innenfassung zu, die auf Waahr zu finden sind.

Mit dieser eigenwilligen Katalogisierung verweist Waahr daher auf ein ästhetisches Konzept zwischen Sammeln und Generieren, wie sie zum Beispiel für die Pop-Romane der Neunziger und journalistische Erzeugnisse wie das Magazin *Der Freund* (2005-2007) herausgestellt wurde (Baßler 2009, 199-218). Da Paradigmen, also Diskurse, „das Herzstück aller popliterarischen Verfahren“ sind, wird hier mittels Paradigmas des literarischen Journalismus „das Verhältnis zwischen dem valorisierten, hierarchisch aufgebauten kulturellen Gedächtnis einerseits und dem wertlosen profanen Raum andererseits“ (Baßler 2002, 21) geregelt. Es stellt sich die Frage, ob mit diesem Verfahren auf gängige Archive und ihre Archivpraktiken verwiesen werden soll.

9 Darin heißt es zu „Beiträge zu Sammlungen“: „(1) Gestattet der Urheber die Aufnahme des Werkes in eine periodisch erscheinende Sammlung, so erwirbt der Verleger oder Herausgeber im Zweifel ein ausschließliches Nutzungsrecht zur Vervielfältigung und Verbreitung. Jedoch darf der Urheber das Werk nach Ablauf eines Jahres seit Erscheinen anderweit vervielfältigen und verbreiten, wenn nichts anderes vereinbart ist. (2) Absatz 1 Satz 2 gilt auch für einen Beitrag zu einer nicht periodisch erscheinenden Sammlung, für dessen Überlassung dem Urheber kein Anspruch auf Vergütung zusteht. (3) Wird der Beitrag einer Zeitung überlassen, so erwirbt der Verleger oder Herausgeber ein einfaches Nutzungsrecht, wenn nichts anderes vereinbart ist. Räumt der Urheber ein ausschließliches Nutzungsrecht ein, so ist er sogleich nach Erscheinen des Beitrags berechtigt, ihn anderweit zu vervielfältigen und zu verbreiten, wenn nichts anderes vereinbart ist“ (N.N. 2021c).

Archive und Archivpraktiken

Diese sind neben staatlichen und kirchlichen Archiven zum Beispiel Wirtschafts- und Herrschaftsarchive wie auch Archive für Literatur, Kunst und Wissenschaft sowie für Presse, Rundfunk und Film. Zu letzteren merkt Eckhart G. Franz an, dass „[d]ie Sicherung von historischen Zeitungsbeständen [...] immer noch vorrangig Aufgabe von Staats- und Stadtarchiven oder Bibliotheken“ (Franz 1999, 36) ist. Für journalistische Erzeugnisse gibt es unter anderem das Mikrofilmarchiv der deutschsprachigen Presse e.V. in Dortmund oder das Zeitungs- und Presse-Archiv in Münster. Musikzeitschriften oder populär-kulturellen Zeitschriften wie *Zeitgeist*- oder *Lifestylemagazine* werden in Bibliotheken verwahrt und durch die Archivarbeit von Vereinen, Universitäten oder Museen ergänzt. Zu nennen wären Einrichtungen wie das Archiv der Jugendkulturen e.V. in Berlin oder das Archiv für populäre Musik im Ruhrgebiet e.V. mit Sitz in Dortmund. Im Universitätsbereich besteht am Lehrstuhl von Prof. Dr. Moritz Baßler das Pop-Archiv, das diverse populär-kulturelle Zeitschriften archiviert. Der Katalog umfasst Titel wie beispielsweise *Bravo*, *Bunte*, *Musikexpress*, *Spex*, *Twen* oder *Titanic* (Pop-Archiv 2021).

Kennzeichen dieser genannten Archive ist, dass sie gemäß einer Definition von Eckhart G. Franz zum Beispiel Schriftgut, „als ‚archivwürdig‘ zu dauernder Aufbewahrung“ (Franz 1999, 2) bestimmt haben. Neben der Auswahl und Konservierung, sind sie zudem auch öffentlich zugänglich, was gemäß Aleida Assmann ein zentrales Archiv-Merkmal ist (Assmann 1999, 344). Das trifft zum Beispiel nicht auf geheime oder private Archive mit für die Öffentlichkeit unbekanntem Beständen zu (Schenk 2014, 57-60).

Im journalistischen Bereich bieten mittlerweile zahlreiche deutsche Tages- und Wochenzeitungen wie *Der Spiegel*, *Die Zeit*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* oder *Süddeutsche Zeitung* eine Archiv-Funktion auf ihren Webseiten an. Diese dienen als Nachschlagewerk für Artikel oder Ausgaben. Während Wochenzeitungen wie *Der Spiegel* oder *Die Zeit* sämtliche Ausgaben in einem digitalen Archiv zur Verfügung stellen, ist die digitale Recherche bei Tageszeitungen zeitlich begrenzt. Beispielsweise verweist die *Süddeutsche Zeitung* bei veröffentlichten Artikeln vor 1992 auf die öffentlichen Landes- oder Staatsbibliotheken und den dortigen Bestand (N.N. 2021d). Die Nutzung dieser Archive ist selten kostenfrei wie bei *Der Spiegel*, sondern eher mit einem Abonnement verbunden wie bei *Die Zeit* oder an spezifische Konditionen geknüpft wie bei der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* oder der *Süddeutschen Zeitung*.

Im Bereich des Pop-Musik-Journalismus bietet beispielsweise der Verlag Piranha Media Abonnent*innen einen Zugriff auf die Online-Heftarchive von *Spex*, *Groove* und *Juice*. So ist zum Beispiel das „Online-Archiv mit allen Ausgaben“ von *Groove* mit einem Online-Abo von groove.de verknüpft (N.N. 2021e). Zudem sammelt der Verlag unter der Adresse sounds.de die Heft-Archive zu *Spex*, *Groove*, *Classic Rock* und *Juice*. Der Zugriff ist hier ebenfalls mit einem Online-Abo des jeweiligen Titels verbunden (N.N. 2021f).

Diese digitalen Archiv-Angebote der Verlage zeugen jedoch davon, dass der Archivbegriff im Zuge der Digitalisierung einem Bedeutungswandel unterliegt. Zum einen kann das Internet als globales Datennetz und Datenarchiv verstanden werden. Zum anderen ermöglicht digitale Technik das Hervorbringen von neuen Archivstrukturen. So konstatiert Dietmar Schenk, dass der Begriff in einer digitalen Welt zunehmend zur Bezeichnung allgemeiner Prozesse der Speicherung und Übertragung von Information verwendet wird, wodurch eine Archiv-Metaphorik entstanden sei:

„Die Attraktivität des Wortes ‚Archiv‘ befördert einen ungenauen Sprachgebrauch. In gewisser Weise konkurriert es heute mit dem herkömmlichen, als Modewort ein wenig in die Jahre gekommenen und abgenutzten Oberbegriff ‚Information‘ [...]“ (Schenk 2013, 26).

Zudem werfe der Besitz und die Verfügung über Daten, also die Kontrolle darüber, Fragen zur Informationsmacht auf: „In Systemen digitaler Datenverarbeitung sind [...] die Faktoren Macht, Technik und Organisation tatsächlich aufs Engste miteinander verknüpft [...]“ (ebd., 27).

Diese Verfügungsmacht von Daten ebenso wie die „Metaphorisierung“ des Archivbegriffs zeigt sich an den angeführten Archivfunktionen der Tages- und Wochenzeitungen oder auch an Streaming-Diensten für Musik und Film, wo zwar kein Archivbegriff verwendet wird, jedoch der enorme Umfang des Katalogs verfügbarer Titel in den Vordergrund gestellt wird. Die Datenmacht wird zudem unterstrichen, weil der Zugang zu diesen Katalogen oftmals nicht kostenfrei ist. Darüber hinaus findet kein für ein Archiv typisches „Ausmisten und Wegwerfen“ (Assmann 1999, 345) statt. An diese Stelle tritt eher eine komplexe und undurchsichtige Dynamik von Sichtbar- und Nicht-Sichtbarkeit.

Spiele von Beziehungen zwischen Autor*innen

In diesem Kontext erscheint das Ziel eines Archivs auf waahr.de nur vordergründig ein Schwerpunkt zu sein. Es werden insbesondere die Position der Autor*innen in den Fokus gerückt, deren Arbeits- und Berufsfeld einem Wandel unterliegt, wie diesen auch Thomas Venker beschreibt und auch Tanja Godlewsky für das Feld Design deutlich macht. Betont wird das in dem selbst formulierten Anspruch neben bereits Publizierten zum einen auch Unveröffentlichtes zeigen zu wollen und zum anderen Texte vorzugsweise in der Autorenfassung publizieren zu wollen.

Waahr versucht folglich eine Verknüpfung von Autor*innen, deren Namen in einen vagen strukturellen Zusammenhang gestellt werden – hier mit der Chiffre des literarischen Journalismus – und somit in eine kulturelle Beziehung zueinander gesetzt und aufgewertet werden. Das geschieht durch das Nebeneinander von gegenwärtigen Autor*innen und historisch bedeutsamen Akteur*innen des deutschsprachigen Literaturbetriebs wie Heinrich von Kleist oder Irmgard Keun. Den Aspekt der Aufwertung hat Anne Waak bereits 2013 deutlich gemacht: „Zum anderen geht es darum, den Autoren-Journalismus retrospektiv und damit hoffentlich auch für die Zukunft zu stärken“ (Balzer 2013).

Wenn in Bezug auf Michel Foucault ein Archiv weder die Summe aller Texte noch die Einrichtungen ist, sondern als „Spiel von Beziehungen‘ zwischen ‚gesagten Dingen‘ einerseits sowie ‚Aussagemöglichkeiten und -unmöglichkeiten‘ andererseits“ (Foucault 1988, 187) erscheint, verweist Waahr somit auf die Machtposition bestehenden Archiv- und Verlagsstrukturen – und insbesondere auf die Dominanz wirtschaftlich orientierter Publikations- und (wenn überhaupt) Archivierungsorte und auf die Verfügungsmacht der Verlagshäuser über Autor*in und Text.

Gesamt-Fazit und Ausblick

Für die einzelnen Fallstudien lässt sich zusammenfassen, dass Thomas Venker zunächst auf der Seite der Produktion und Distribution das Feld des Popmusikjournalismus als kultiviertes soziales Biotop mit sehr speziellen Rahmenbedingungen beschreibt, in dem Coolness-Zuschreibungen über den ökonomischen Aspekten stehen. Er macht zudem einen umfassenden Transformationsprozess ab Mitte der Nullerjahre aus, wodurch der wirtschaftliche Druck nun zum bestimmenden Faktor wird. Trotz einer mittlerweile breit gefächerten Medienlandschaft für (sub)kulturelle Themen, stehen sich musikjournalistischer Duktus und Qualitätsniveau der Ökonomie gegenüber, wodurch er für einen differenzierten Paradigmenwechsel der Medienpolitik plädiert.

Tanja Godlewsky unterstreicht diese Transformation durch die sich ebenfalls veränderte Rolle der Designer*innen im Kontext von Popmusikzeitschriften. Neben einer Vermehrung von Gestaltungsaufgaben abseits eines gedruckten Heftes durch u.a. Webseiten, Inhalte für mobile Systeme oder Videos stellt sie die sich entwickelnde Vereinfachung von Designsystemen heraus, die Nutzer*innen ohne große Vorkenntnisse anwenden können. Hinzu kommt der nicht zu überschätzende Einfluss der sozialen Medien dank der Etablierung des mobilen Internets zeitgleich mit dem Aufstieg des Smartphones und dessen Apps. Aufgrund zunehmender Standardisierungen und einer D.I.Y.-Kultur stellt sie Design als zwingend notwendig professionelle Kompetenz heraus für eine übergreifende Lösung zur Entwicklung neuer musikjournalistischer Räume, Finanzierungsmodelle und Produkte.

Das Bedürfnis nach einer Wert- und Qualitätssteigerung konstatiert abschließend auch Stefanie Roenneke am Beispiel des digitalen Textarchivs Waahr, womit ökonomisierte Veröffentlichungs- und Archivierungsmodelle von Verlagen hinterfragt werden. Waahr bietet zwar keine neuen Finanzierungs- oder wirklich innovativen Veröffentlichungsmodelle, sondern fokussiert vielmehr auf die öffentliche Wahrnehmung von Autor*innen und ihrer Arbeit, wodurch die – auch von Thomas Venker hervorgehobene – Positionierung innerhalb einer Gruppe von Akteur*innen ebenso wieder von Bedeutung ist wie die selbst vorgenommene Beziehungssetzung innerhalb bestimmter Pop-Schreibweisen – hier des literarischen Journalismus.

Wir können alles in allem festhalten: Auf allen Ebenen des popmusikalischen Kommunikationsprozesses in den vorgestellten Fallstudien lassen sich offenbar fundamentale und miteinander zusammenhängende Transformationen beobachten und eben nicht nur punktuelle Veränderungen oder Brüche. Popmusikjournalismuskulturen befinden sich im mittlerweile postdigitalen Zeitalter an der Schnittstelle von Journalismus, Literatur, Gestaltung und Werbung und zwischen Amateurismus, D.I.Y., prekärem Trendsetting, Kommerzialisierung und Professionalisierung. Ihre Akteur*innen entwickeln sich offenbar vom (prekären) Besser- und Schnellerwissenden und Gatekeeper zum einordnenden und unabhängigen „Gatecurator“ als Allrounder in Service, Reflexion und Distribution. Insofern wird auch der Popmusikjournalismus transformiert, verschoben werden sollte er gesellschaftlich als essenzieller möglichst unabhängiger Beobachter – nämlich (zurück) ins Zentrum der Popmusikkulturen. Bleibt dieser doch höchstselbst ein zentraler, immer wieder umkämpfter und auch fehl genutzter und missdeuteter gesellschaftlicher Beobachter und Teilnehmer gleichermaßen – auch und erst recht in Popmusikkulturen:

„In the world of journalism, conscientious effort has grown more substantial and sophisticated around the world, and in liberal societies, under threat though they are, journalism has increasingly achieved the power to withstand both market forces and malignant politicians. Journalism matters in this complicated world – and as it is something that matters you can sign your name to it and make a difference.“ (Schudson 2020, 115-116)

Methodisch-methodologisch selbstkritisch soll aber auch nicht verschwiegen werden, dass diese erste schriftliche Annäherung in Form von drei Fallstudien aus den Feldern/Ebenen und die gemeinsame Rahmung noch sehr starke einzelne Perspektiven und Schreibweisen aufweisen, hier noch eher ein additives, denn das angestrebte integrative Verfahren betrieben wurde. Dieses gilt es in gemeinsamen weiteren Studien unbedingt zu erreichen, um diesen vor allem für junge Akteur*innen faszinierenden popmusikkulturellen Bereich des Journalismus bzw. der Journalisten genauer und nachhaltiger zu analysieren und auch zu begleiten und damit durchaus bewusst vorsichtig und naiv an Pops ureigene Hoffnung in Form des eingangs zitierten Songs von Tocotronic anzuschließen und die Klage des britischen Literaturtheoretikers Terry Eagleton (freilich mit ihm zusammen) produktiv zu wenden:

„Dem Begriff [Hoffnung, C.J.] scheint eine unverbesserliche Naivität innezuwohnen, demgegenüber Missmut und Skepsis von einer gewissen Reife zu zeugen scheinen. Hoffnung suggeriert eine zaghafte, fast ängstliche Erwartung, einen schwachen Abklatsch robuster Zuversicht. In neuerer Zeit hat sie fast eine genauso schlechte Presse wie die Nostalgie, die mehr oder minder ihr Gegenteil ist.“ (Eagleton 2016, 74)

Quellenverzeichnis

- Anastasiadis, Mario. 2019. *Social-Pop Media. Zur Mediatisierung von Popmusik und digitaler Musikpraxis in sozialen Medien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Assmann, Aleida. 1999. *Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*. München: C.H. Beck.
- Balzer, Anne-Sophie. 2013. „Was ist wahr?“ *Zeit Online*, 2. März 2013. Zugriff am 31. August 2021. <https://www.zeit.de/kultur/literatur/2013-08/waahr-literatur-archiv>.
- Bärtels, Gabriele. 2007. „Schreiben macht arm.“ *Zeit Online*, 31. Oktober 2007. Zugriff am 31. August 2021. <https://www.zeit.de/2007/45/C-Freie-Journalistin>.
- Baßler, Moritz. 2002. *Der deutsche Pop-Roman: die neuen Archivisten*. München: C.H. Beck.
- Baßler, Moritz. 2009. „Der Freund. Zur Poetik und Semiotik des Dandyismus am Beginn des 21. Jahrhunderts.“ In *Depressive Dandys. Spielformen der Dekadenz in der Pop-Moderne*, herausgegeben von Alexandra Tacke, 199-217. Köln: Böhlau.
- Bessing, Joachim. 2020. „Tagebücher 2016-2020.“ *Wahr*. Zugriff am 31. August 2021. <https://www.wahr.de/texte/tageb%C3%BCher-2016-2020>.
- Bourdieu, Pierre. 1992. *Die verborgenen Mechanismen der Macht*. Schriften zu Politik & Kultur 1. Hamburg: VSA-Verlag.
- Bunz, Mercedes. 2006a. „Diskurse, die uns begleitet haben. Popdiskurs, Theorie und die Mutation des Werkzeugkastens.“ *De:Bug. Magazin für elektronische Lebensaspekte* 100 (3): 74.
- Bunz, Mercedes. 2006b. „Instabil. Musik und Digitalität als Momente der Verschiebung.“ In *Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen*, herausgegeben von Christoph Jacke, Eva Kimminich und Siegfried J. Schmidt, 271-281. Bielefeld: transcript.

- Bunz, Mercedes. 2008. „Für eine neue Poesie der Neugier. Das Web verändert den Journalismus.“ In *Webwissenschaft – Eine Einführung*, herausgegeben von Konrad Scherfer, 170-180. Münster u.a.: LIT.
- Bunz, Mercedes. 2012. *Die stille Revolution. Wie Algorithmen Wissen, Arbeit, Öffentlichkeit und Politik verändern, ohne dabei viel Lärm zu machen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Burkhalter, Thomas, Christoph Jacke und Sandra Passaro. 2012. „Das Stück ‚Wanabni‘ der Palästinenserin Kamilya Jubran und des Schweizers Werner Hasler im multilokalen Hörtest. Eine multiperspektivische Analyse.“ In *Black Box Pop. Analysen populärer Musik* (Beiträge zur Populärmusikforschung 38), herausgegeben von Dietrich Helms und Thomas Phleps, 227-256. Bielefeld: transcript.
- Buschow, Christopher. 2018. *Die Neuordnung des Journalismus. Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Buschow, Christopher. 2021. „Warum die Bundespresseförderung ihre Ziele verfehlen wird – und wie es besser gehen könnte.“ *meta – Das Magazin für Journalismus und Wissenschaft*, 24. Januar 2021. Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://www.meta-magazin.org/2021/01/24/warum-die-bundespressefoerderung-ihre-ziele-verfehlen-wird-und-wie-es-besser-gehen-koennte/>.
- Dax, Max. 2021. „Vom Schreiben über die Musik.“ *Kunstforum International*, Band 272 (Jan.-Feb. 2021): This is Not a Love Song. Zum Verhältnis von Kunst und Musik. S. 122- 129.
- Diederichsen, Diedrich. 2014. *Über Pop-Musik*. Köln: Kiepenheuer und Witsch.
- Doehring, André. 2011. *Musikkommunikatoren. Berufsrollen, Organisationsstrukturen und Handlungsspielräume im Popjournalismus*. Bielefeld: transcript.
- Doehring, André. 2014. „Popmusikjournalismus.“ In *Populäre Musik. Geschichte – Kontexte – Forschungsperspektiven*, herausgegeben von Ralf von Appen, Nils Grosch und Martin Pfeleiderer, 103-112. Laaber: Laaber-Verlag.
- Dücker, Ronald. 2020. „Verlage am Abgrund.“ *Zeit Online*, 25. März 2020. Zugriff am 31. August 2021. <https://www.zeit.de/2020/14/buchbranche-buchhaendler-verlage-krise-coronavirus/komplettansicht>.
- Eagleton, Terry. 2016. *Hoffnungsvoll, aber nicht optimistisch*. Berlin: Ullstein.
- Eber, Oliver et al. 2020. „Freischreiber-Honorarreport 2020: Schwerpunkt Lokaljournalismus (Print).“ *Freischreiber*, Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://www.wasjournalistenverdiehen.de/static/honoradar/artikel/freischreiberreport-2020.php>.
- Erlhoff, Michael. 2013. *Theorie des Designs*. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag.
- Fischer, Karin. 2014. „Rendite kann nicht einziges Verlagskriterium sein.“ *Deutschlandfunk*, 21. März 2014. Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://www.deutschlandfunk.de/kongress-literatur-digital-rendite-kann-nicht-einziges-100.html>.
- Foucault, Michel. 1998. *Archäologie des Wissens*. Übersetzt von Ulrich Köppen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Franz, Eckhart G. 1999. *Einführung in die Archivkunde*. 5., aktualisierte Auflage. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Friedrich, Thomas. 2020. „Die Transformation des Designs durch sachferne Kriterien.“ In *Philosophie des Designs* (Schriftenreihe des Weißendorf-Instituts zur Architektur und Designtheorie), herausgegeben von Daniel Martin Feige, Florian Arnold und Markus Rautzenberg, 340-361. Bielefeld: transcript.
- Frith, Simon. 2019. „Writing about Popular Music.“ In *The Cambridge History of Music Criticism*, herausgegeben von Christopher Dingle, 502-526. Cambridge: Cambridge University Press.

- Geer, Nadja. 2012. *Sophistication – Zwischen Denkstil und Pose*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hecken, Thomas. 2013. „Hinweis auf Popkultur-Magazine: waahr.de.“ *Pop-Zeitschrift.de*, 12. August 2013. Zugriff am 31. August 2021. <https://pop-zeitschrift.de/2013/08/12/hinweis-auf-popkultur-magazine-waahr-devon-thomas-hecken12-8-2013/>.
- Hinz, Ralf. 1998. *Cultural Studies und Pop. Zur Kritik der Urteilskraft wissenschaftlicher und journalistischer Rede über populäre Kultur*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Honer, Anne. 1989. „Einige Probleme lebensweltlicher Ethnographie. Zur Methodologie und Methodik einer interpretativen Sozialforschung.“ *Zeitschrift für Soziologie* 18 (4): 297-312.
- Inglis, Ian, Hrsg. 2010. *Music Journalism. Themenschwerpunkt Popular Music and Society* 33 (4).
- Jacke, Christoph, Martin James und Ed Montano, Hrsg. 2014. *Music Journalism, IASPM Journal* 4 (2). Zugriff am 30. November 2021. https://iaspmjournal.net/index.php/IASPM_Journal/issue/view/57.
- Jacke, Christoph. 2005. „Zwischen Faszination und Exploitation. Pop(musik)journalismus als Forschungsdesiderat.“ In *Popjournalismus*, herausgegeben von Jochen Bonz, Michael Büscher und Johannes Springer, 49-65. Mainz: Ventil.
- Jacke, Christoph. 2014. „Alright or Not? The Kids Have Grown up. Reflexion zwischen Pop, Journalismus und Wissenschaft in Spex.“ In *Gravitationsfeld POP. Was kann Pop? Was will Popkulturwirtschaft? Konstellationen in Berlin und anderswo*, herausgegeben von Uwe Breitenborn, Thomas Düllo und Sören Birke, 201-219. Bielefeld: transcript.
- Jacke, Christoph. 2021. „„Deutsche‘ Pop-Rezeption – zwischen journalistischen Trivialitäten und nationalen Eigenarten?“ In *Gehört „deutsche“ Popmusik ins Museum? Materialien zu und von der Fünften Pop-Dekadentagung*, herausgegeben von Rainer Jogschies, 167-202. Hamburg: Nachttischbuch.
- Jacke, Christoph und Beate Flath, Hrsg. 2017. *Fakt - Fake - Pop. Kulturelle Dynamiken, Spiele und Brüche. Medien & Zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart* 32 (4). Zugriff am 30. November 2021. <https://medienundzeit.at/wp-content/uploads/2019/03/MZ-K-2017-4-KU.pdf>.
- Jacke, Christoph und Sandra Passaro. 2011. „„Pop Will Eat Itself. Will Pop Eat Itself?‘ Aktuelle Entwicklungen der transnationalen Popmusikindustrien. Eine Expert_innenbefragung.“ In *„They Say I’m Different...“*. *Populärmusik, Szenen und ihre Akteur_innen*, herausgegeben von Rosa Reitsamer und Wolfgang Fichna, 94-115. Wien: Löcker.
- Jacke, Christoph und Sandra Passaro. 2014. „The Reassessment of all Values. The Significance of New Technologies and Virtual/Real Space in the Trans-National German Pop Music Industries.“ In *Poor, But Sexy. Reflections on Berlin Scenes*, herausgegeben von Geoff Stahl, 59-82. Bern: Peter Lang.
- Jakob, Katharina et al. 2019. „Freischreiber-Report 2019: Wer verdient was?“ *Freischreiber*, Zugriff am 31. August 2021. <https://www.wasjournalistenverdienen.de/static/honoradar/artikel/freischreiberreport-2019.html>.
- Jones, Steve, Hrsg. 2008. *Pop Music and the Press*. Philadelphia: Temple University Press.
- Kedves, Jan. 2018a. „Das Internet, es scheint an allem Schuld zu sein.“ *Süddeutsche Zeitung*. 15. Oktober 2018. Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://www.sueddeutsche.de/medien/musikmagazine-das-internet-es-scheint-an-allem-schuld-zu-sein-1.4171052?reduced=true>.
- Kedves, Jan. 2018b. „Der rechte Flüüügel.“ *Süddeutsche Zeitung*. 12. Oktober 2018. Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://www.sueddeutsche.de/kultur/pop-und-politik-der-rechte-flueueuegel-1.4165794>.

- Kelly, Kim. 2016. „A Brief History of American Payola.“ *Vice*. 14. Februar 2016. Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://www.vice.com/en/article/64y8y9/a-brief-history-of-american-payola>.
- Krotz, Friedrich. 2007. *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Krüger, Uwe. 2017. „Über das Vertrauensproblem des Mainstream-Journalismus.“ *merz. medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik* 61 (2): 13-20.
- Lange, Bastian. 2013. „Journalisten in der Musikwirtschaft. De-Professionalisierung durch Algorithmen?“ In *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*, herausgegeben von Hans-Joachim Bürkner und Elke Schüßler, 191-212. Bielefeld: transcript.
- Lindberg, Ulf, Gestur Guðmundsson, Morten Michelsen und Hans Weisethaunet. 2005. *Rock Criticism from the Beginning. Amusers, Bruisers, and Cool-Headed Cruisers*. New York u.a.: Peter Lang.
- Lünenborg, Margreth. 2007. „Unterhaltung als Journalismus – Journalismus als Unterhaltung. Theoretische Überlegungen zur Überwindung einer unangemessenen Dichotomie.“ In *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde*, herausgegeben von Armin Scholl, Rudi Renger und Bernd Blöbaum, 67-85. Wiesbaden: VS.
- Muncey, Tessa. 2010. *Creating Autoethnographies*. London u.a.: Sage.
- N.N. 2020. „Zweiter Nachtrag zum Bundeshaushalt 2020, Anlage 3, zur Kabinettsvorlage BMF II A 1 - H 1120/20/10010.“ Bundesfinanzministerium. Zugriff am 21. Dezember 2021. https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Gesetzestexte/Gesetze_Gesetzesvorhaben/Abteilungen/Abteilung_II/19_Legislaturperiode/2020-06-16-Zweites-Nachtragshaushaltsgesetz2020/2-Regierungsentwurf.pdf?__blob=publicationFile&v=2.
- N.N. 2021a. „dasarchiv.spex.de.“ *Web.Archiv*, Zugriff am 31. August 2021. <https://web.archive.org/web/20130716050159/http://dasarchiv.spex.de/>.
- N.N. 2021b. „Über uns.“ *waahr*, Zugriff am 31. August 2021. <https://www.waahr.de/seiten/%C3%BCber-uns>.
- N.N. 2021c. „Urhebergesetz.“ *DeJure*, Zugriff am 31. August 2021. <https://dejure.org/gesetze/UrhG/38.html>.
- N.N. 2021d. „FAQ.“ *SZ Archiv*, Zugriff am 31. August 2021. <https://www.sz-archiv.de/diz-muenchen/faq>.
- N.N. 2021e. „Online-Abo.“ *Groove*, zuletzt angesehen. Zugriff am 31. August 2021. <https://groove.de/online-abo/>.
- N.N. 2021f. *Sounds*, Zugriff am 31. August 2021. <https://sounds.de/>.
- N.N. 2021g. „Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens.“ Bundesrechnungshof. Zugriff am 22. Dezember 2021. <https://www.bundesrechnungshof.de/de/veroeffentlichungen/produkte/beratungsberichte/2021/foerderung-der-digitalen-transformation-des-verlagswesens>.
- Neuberger, Christoph. 2010. „„Jetzt‘ ist Trumpf. Beschleunigungstendenzen im Internetjournalismus.“ In *End-Zeit-Kommunikation. Diskurse der Temporalität*, herausgegeben von Joachim Westerbarkey, 203-223. Münster u.a.: LIT.
- Niermann, Ingo. 2012. „Was ist Waahr?“. Unveröffentlichtes Manuskript.
- Niermann, Ingo. n.d. *Unwirtlichkeit//: Zur Situation des Journalismus in den deutschen Städten*.
- O'Reilly, Karen. 2009. *Key Concepts in Ethnography*. London u.a.: Sage.

- Otte, Gunnar und Matthias Lehmann. 2019. „Zwischen Unterhaltung, Authentizität und Kunst. Diskurse und Qualitätskriterien der Rock- und Popmusik Kritik in Deutschland im historischen Wandel.“ In *„Zeiten des Aufbruchs“ – Populäre Musik als Medium gesellschaftlichen Wandels*, herausgegeben von Dominik Schrage, Holger Schwetter und Anne-Kathrin Hoklas, 249-283. Wiesbaden: Springer VS.
- Passaro, Sandra, Daniel ‚Meteo‘ Peters und Christoph Jacke. 2016. „The Berlin Sound of Techno. Begehungen von Klängen und Szenen.“ In *Atmosphären des Populären II. Perspektiven, Projekte, Protokolle, Performances, Personen, Posen* (Beiträge zur Erkundung medienästhetischer Phänomene), herausgegeben von Ulrich Wunsch, 85-99. Berlin: Uni-Edition.
- Pop-Archiv. 2021. „Über das Pop-Archiv.“ WWU Münster. Zugriff am 31. August 2021. <https://www.uni-muenster.de/Kulturpoetik/medienarchive/pop-archiv/ueberdaspop-archiv.html>.
- Reus, Gunter. 2008. „Musikjournalismus – Ergebnisse aus der wissenschaftlichen Forschung.“ In *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien*, herausgegeben von Stefan Weinacht und Helmut Scherer, 85-102. Wiesbaden: Springer VS.
- Reus, Gunter. 2009. „Musikjournalismus in der Zeitung.“ In *Handbuch Musik und Medien*, herausgegeben von Holger Schramm, 299-327. Konstanz: UVK.
- Reus, Gunter und Teresa K. Naab. 2014. „Verhalten optimistisch. Wie Musikjournalistinnen und Musikjournalisten ihre Arbeit, ihr Publikum und ihre Zukunft sehen – eine Bestandsaufnahme.“ *Publizistik* 59 (2): 107-133.
- Schäfer, Benjamin. 2011. „Popkritik und Popkanon. Möglichkeiten und Probleme der Erforschung von Musikjournalismus als kanonbildender Instanz der Popkultur.“ In *Pop, Populäres und Theorien. Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft*, herausgegeben von Christoph Jacke, Jens Ruchatz und Martin Zierold, 165-184. Münster u.a.: LIT.
- Schenk, Dietmar. 2013. „‚Archivmacht‘ und geschichtliche Wahrheit.“ In *Wie mächtig sind Archive? Perspektiven der Archivwissenschaft* (Veröffentlichungen des Landesarchivs Schleswig-Holstein, Band 104), herausgegeben von Rainer Hering und Dietmar Schenk, 21-43. Hamburg: University Press.
- Schenk, Dietmar. 2014. *Kleine Theorie des Archivs*. 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Schmidt, Malte G. 2017. „Back to the Future. (Popmusik-)Journalismus im neuen faktischen Zeitalter.“ *Medien & Zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart* 32 (4): 34-47.
- Schmidt, Malte G. 2021. *Systemvertrauen und Journalismus im Neoliberalismus*. Bielefeld: transcript.
- Schröter, Jens. 2021. „‚Künstliche Intelligenz‘ und die Frage nach der künstlerischen Autor*innenschaft.“ *Kunstforum International*. Band 278 (Nov.-Dez. 2021): Kann KI Kunst? AI ART: Neue Positionen und technische Ästhetiken, 98-107.
- Schudson, Michael. 2020. *Journalism. Why It Matters*. Cambridge/Medford: Polity.
- Sezgin, Hilal. 2009. „Arm, ärmer, Autor.“ *taz.de*, 27. Februar 2009. Zugriff am 31. August 2021. <https://taz.de/Debatte-Freie-Journalisten/!5167086/>.
- Sorkin, Andrew Ross. 2008. „Lehman Files for Bankruptcy; Merrill Is Sold.“ *New York Times*, 14. September 2008. Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://www.nytimes.com/2008/09/15/business/15lehman.html>.
- Sterz, Christoph und Borgers, Michael. 2020. „Millionenhilfen für Verlage. Deutschland steigt in die direkte Presseförderung ein.“ Deutschlandfunk. Zugriff am 01. Februar 2021. <https://www.deutschlandfunk.de/millionenhilfe-fuer-verlage-deutschland-steigt-in-die-100.html>.

- Venker, Thomas. 2015. „ICH BIN LIEBER ARM WIE EINE KIRCHENMAUS, BEVOR ICH MEINE PRINZIPIEN AUS DEM BLICK VERLIERE.“ *Kaput – Magazin für Insolvenz & Pop*, 25. März 2015. Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://kaput-mag.com/stories-de/insolvenz-pop-gut-irmler/>.
- Venker, Thomas. 2015. „MAN KANN ALS BAND NICHT IMMER NUR DEM GELD NACHLAUFEN.“ *Kaput – Magazin für Insolvenz & Pop*, 25. Februar 2015. Zugriff am 21. Dezember 2021. <https://kaput-mag.com/stories-de/insolvenzpop-spilker/>.
- Waak, Anne. 2014. *Hartz IV und wir. Protokolle*. Berlin: Verlag Marienbad. E-Pub.
- Waak, Anne. 2017. „The Life Ghanatic I.“ *waahr*, Zugriff am 31. August 2021. <https://www.waahr.de/texte/life-ghanatic-i>.
- Warneken, Bernd Jürgen. 2006. *Die Ethnographie populärer Kulturen. Eine Einführung*. Wien u.a.: Böhlau UTB.
- Weischenberg, Siegfried. 1992. *Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis*, Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried. 1994. „Journalismus als soziales System.“ In *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Klaus Merten, Siegfried J. Schmidt und Siegfried Weischenberg, 427-454. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried. 1995. *Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis*, Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried. 2007. „Genial daneben. Warum Journalismus nicht (Gegen-)Teil von Unterhaltung ist.“ In *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde*, herausgegeben von Armin Scholl, Rudi Renger und Bernd Blöbaum, 117-132. Wiesbaden: VS.
- Weischenberg, Siegfried, Maja Malik und Armin Scholl. 2006. *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.

Tanja Godlewsky, Dipl.-Des., studierte Design an der Köln International School of Design und ist selbstständige Kreativdirektorin aus Köln und Expertin für Design und Popkultur. Sie setzt komplexe gestalterische Projekte in Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft um. Darüber hinaus diskutiert und erforscht sie die visuellen Inszenierungen von Pop-Musiker*innen, womit eine langjährige Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten des Gender Designs im (pop-)kulturellen Kontext einhergeht. Sie arbeitet seit vielen Jahren an verschiedenen Hochschulen für Gestaltung und Kunst, u.a. am Institut für Pop-Musik der Folkwang Universität der Künste oder an der Köln International School of Design.

Christoph Jacke, Dr., ist Professor für Theorie, Ästhetik und Geschichte der Populären Musik, Studiengangsleiter „Populäre Musik und Medien BA/MA“ sowie Stellv. Sprecher des Instituts Kunst – Musik – Textil an der Universität Paderborn, Chair des IASPM D-A-CH (2016-2021), Beirat des Instituts für Pop-Musik der Folkwang Universität der Künste und als freier Autor tätig gewesen für u.a. *Spex*, *Kaput*, *Frankfurter Rundschau*, *De:Bug*, *Intro*, *Testcard*, *Rolling Stone* und *Die Aufhebung*.

Stefanie Roenneke, Dr., ist Literatur- und Kulturwissenschaftlerin. Als Autorin setzt sie sich in wissenschaftlichen wie journalistischen Texten mit Literatur, Popkultur sowie zeitgenössischer Ästhetik auseinander. Neben zahlreichen Veröffentlichungen z.B. auf *Pop-Zeitschrift.de*,

Medien & Zeit oder in Spex ist 2017 ihr Buch *Camp als Konzept. Ästhetik, Popkultur, Queerness* erschienen. Zudem hat sie in Sammelbänden wie *Christian Krachts Weltliteratur* (De Gruyter 2018) und *Poetik der Oberfläche* (De Gruyter 2011) veröffentlicht. Neben Vorträgen und Moderationen lehrt sie seit über einer Dekade an Hochschulen.

Thomas Venker, M.A., ist Mitherausgeber und Co-Chefredakteur des *Kaput-Magazin für Insolvenz & Pop*. Bevor er 2014 Kaput gründete, war er 14 Jahre lang Chefredakteur des *Intro* Magazins. Er schreibt regelmäßig für ein Portfolio von Zeitschriften und Tageszeitungen, moderiert Panels und Symposien, unterhält das Kunst-Schallplatten-Label Edition Fieber und gehört zum kuratorischen Team der Monheim Triennale. Er lehrt Musikjournalismus und Künstler*innen-Marketing an mehreren deutschen Universitäten, unter anderem am Institut für Pop-Musik der Folkwang Universität der Künste, der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und der Universität Paderborn. Zuletzt erschien *Talking to Americans* im Ventil Verlag, Mainz von ihm.

Abstract (Deutsch)

Der Beitrag beschäftigt sich mit dem wissenschaftlich peripher behandelten, jedoch komplexen Bereich des Popmusikjournalismus. Es wird gefragt, inwiefern sich umfassendere soziale, wirtschaftliche, mediale, musikalische und (musik-)technologische Transformationen der Gesellschaft besonders in dem Bereich von Popmusikjournalismus, und zwar seiner Produktion, Gestaltung, Distribution und Archivierung, ablesen lassen. Neben einer popkultur-, medien- und kommunikationswissenschaftlichen Rahmung vereint der Beitrag drei Fallstudien mit eigenen Schreibweisen. Dieser multiperspektivische Ansatz dient dazu, in die Black Boxes des Popmusikjournalismus und seine zentralen Transformationen zu schauen und die Ebene des Designs integrieren zu können.

Abstract (English)

The article deals with the academically peripherally treated but complex field of pop music journalism. It asks to what extent broader social, economic, medial, musical, and (music-)technological transformations of society can be read, especially in pop music journalism, namely its production, design, distribution, and archiving. In addition to framing it in pop culture, media, and communication studies, the paper brings together three case studies with their modes of writing. This multi-perspective approach looks into the black boxes of pop music journalism and its major transformations and integrates the level of design.

Zitiervorschlag. Godlewsky, Tanja, Christoph Jacke, Stefanie Roenneke und Thomas Venker. 2022. „Hoffnung POP: Publizistisch-gestalterische Arbeits- und Lebensmodelle im postdigitalen Zeitalter unter Berücksichtigung der transformierenden Rahmenbedingungen. Drei beobachtend-teilnehmende Fallstudien vor dem Hintergrund einer gemeinsamen Forschungsperspektive.“ In *Transformational POP: Transitions, Breaks, and Crises in Popular Music (Studies)*, herausgegeben von Beate Flath, Christoph Jacke und Manuel Troike (~Vibes – The IASPM D-A-CH Series 2). Berlin: IASPM D-A-CH. Online unter <http://www.vibes-theseries.org/godlewsky-jacke-roenneke-venker-hoffnung>.