

wohl die OECD als auch die Welthandelsorganisation könnten einen institutionellen Rahmen für solche Regelungsversuche bieten. Neben diesen Überlegungen hätten noch das in Deutschland durch den Mediendienste-Staatsvertrag erstmals eingeführte Instrument des Datenschutz-Audits und die vom WorldWide-Web-Consortium initiierte Platform for Privacy Preferences als Modell eines ausgehandelten Datenschutzes im Netz erwähnt werden können.

Insgesamt bietet die von Hobert mit einem nützlichen Glossar, Auszügen aus den einschlägigen Rechtsvorschriften und einem Stichwortverzeichnis versehene Arbeit einen guten Überblick über die Diskussion zu Fragen des Datenschutzes und der Datensicherheit im Internet, deren Stellenwert in der nächsten Zeit aufgrund der zunehmenden Kommerzialisierung des Netzes noch zunehmen dürfte.

Alexander Dix

Axel Zerdick / Arnold Picot / Klaus Schrape / Alexander Artopé / Klaus Goldhammer / Ulrich T. Lange / Eckart Vierkant / Esteban López-Escobar / Roger Silverstone

European Communication Council Report: Die Internet-Ökonomie

Strategien für die digitale Wirtschaft

Berlin et al.: Springer Verlag, 1999. – 335 S.
ISBN 3-540-64915-8

Offenbar stoßen „klassische“ Modellvorstellungen der Ökonomie an ihre Grenzen, wenn es darum geht, Evolutionen, Strategien und Potenziale des IT-Business und des E-Commerce zureichend zu explizieren. Angesichts des Befunds, dass gewandelte Gesetzmäßigkeiten – über die expandierenden Medien-, Informations- und Telekommunikationssektoren hinaus – den gesamten volkswirtschaftlichen Wettbewerb elementar tangieren, sah sich der „European Communication Council“ (ECC), ein Zusammenschluss unabhängiger Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaftler, vor die Aufgabe gestellt, die durchs Internet evozierten ökonomischen Transformationen insbesondere für die Medien- und Kommunikationsindustrie beziehungsweise -dienstleistung zu analysieren. Als eine spezifische Zielgruppe der Arbeit sind „Visionäre und Entscheider“ adressiert.

Eingangs skizzieren die Autoren die grund-

legenden Funktionsweisen der Internet-Ökonomie. Durch die Online-Medien werden unternehmerische Entscheidungen, Verwertungsstufen und Erlösformen gewaltigen Veränderungen ausgesetzt. So mutiert die Konstante, die Erlösformen von Medienprodukten festsetzt, zu einer Variablen, mit der Firmen unabhängig von bisherigen Konfigurationen agieren können. Die Autoren konturieren eine „Systematik“ von Erlösformen, die modularartig adaptiert werden können. Typologisch differenzieren sie: direkt-nutzungsabhängige Erlöse und direkt-nutzungsunabhängige Erlöse, indirekte Erlöse von Unternehmen sowie indirekte Erlöse vom Staat. Hinsichtlich der Medien- und Kommunikationsindustrie differenzieren sie: transaktionsgestützte Erlöse, Abonnement-, Rundfunkgebühren, Werbeerlöse und Subventionen. Bei der Fixierung eines adäquaten Erlösmixes haben sich Unternehmen immer am betriebswirtschaftlichen Kostendruck einerseits und an Vorstellungen der Nutzer andererseits zu orientieren.

Nach Darstellung des Berichts nimmt sich die Wertkette (value chain) aufgrund von mikroökonomischen und betriebswirtschaftlichen Erwägungen als ein treffliches Mittel der wettbewerbsversierten Unternehmensanalyse und Strategieentwicklung aus. Die Wertkette, die terminologisch der Wertschöpfung aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung entlehnt ist, rekrutiert sich aus den Wertaktivitäten und der Gewinnspanne eines Unternehmens. „Ein Vorzug des Wertschöpfungsketten-Konzeptes liegt darin, dass es vielfältige Verknüpfungsmöglichkeiten mit ökonomischen Teilkonzessen eröffnet, die bislang unverbunden nebeneinander stehen“ (S. 31). Die Autoren weisen auf die gängigen Erlösquellen hin, nämlich: Privathaushalte (Consumer), Unternehmen (Business) und öffentliche oder staatliche Einrichtungen (Public). In diesen drei Bereichen werden auf dem Medien- und Kommunikationsmarkt Angebote sowie Dienstleistungen nachgefragt in Abhängigkeit von den Parametern Zeit, Akzeptanz und Kompetenz. Hierbei zu erzielende Erlöse stehen im engen kausalen Zusammenhang mit der gesamtwirtschaftlichen Lage.

Im Anschluss daran analysieren die Autoren die Medien- und Kommunikationsindustrie. Für den Mediensektor (Print, Film, Hörfunk und Fernsehen), mit dem auf besondere Weise die Produktion und Distribution von „Inhalt“

assoziiert wird, resultieren aus neuen Verwertungsstufen wie etwa der Digital Video Disc (DVD) oder dem Internet eine Ausweitung des konventionellen (analogen) Profit-Window-Konzepts: „Profit Windows sind deshalb vor allem für vertikal integrierte Medienkonzerne eines der bedeutendsten Konzepte, die Erlös-potenziale von medialen Inhalten optimal zu realisieren“ (S. 60). Die globale Vernetzung qua Internet avanciert auch zum Promotor für die Telekommunikation (TK) (Daten jedweder Couleur in analoger oder digitaler Form über Netze), indem sukzessive mehr Netze, Dienste und Anwendungen integriert werden. Diese Integration zieht eine Konvergenz von TK-Leistungen vor allem der Sprach- und Daten-kommunikation nach sich, die vormals Komponenten unabhängiger Marktsegmente waren. Den Markt der integrierten Kommunikationsleistungen werden die so genannten „next-generation Telcos“ der Datenkommunikation sowie die ehemals monopolistischen nationalen Telefongesellschaften der Sprachkommunikation dominieren.

Als eine Folge der innovativen Informationstechnologie (IT) werden nicht nur neue Schlüsseltechnologien als De-facto-Standards auf den Märkten der IT-Industrie (Hardware, Software und Services) installiert; vielmehr wird sogar eine „neue Industriekultur“ etabliert. Jedoch fällt es Analysten noch schwer, die Mechanismen der IT-Märkte exakt zu modellieren: „Als Fazit ist zu konstatieren, dass in Bezug auf konkrete Erkenntnisse über Wirkungszusammenhänge zwischen Informationstechnologie und Produktivität abgewartet werden muss, ob in naher Zukunft über ein erweitertes Ex-post-Wissen und einheitlichere methodische Ansätze genauere Erkenntnisse möglich werden“ (S. 129). Die Ursache für das Unbehagen, das gegenwärtig Anbieter von Informations-, Entertainment- und Kommunikationsprodukten beschleicht, identifiziert der ECC-Report in der vorgängigen Konvergenz: „Konvergenz beschreibt also kein Ergebnis, sondern den evolutionären Prozess des Zusammenwachsens der ursprünglich weitgehend unabhängig operierenden Industrien Medien, Telekommunikation und Informationstechnologie“ (S. 129–130). Die Konvergenz stellt eine Bedingung dafür dar, dass sich ein innovativer Marktplatz mit modifizierten Strukturen konstituieren konnte: die Internet-Ökonomie.

Entgegen der neoklassischen Mikroökonomie, die mitunter eine kosten- und reibungslose Abstimmung wirtschaftlicher Vorgänge proklamiert, konzeptualisieren die Autoren die Märkte der Internet-Ökonomie – mit Anleihen bei der „Österreichischen Schule“ – als Prozessdynamiken. Den zentralen Ansatzpunkt markiert der Faktor „Information“. Im Marktgescenen sollen, so der Tenor, Unsicherheiten bei Transaktionen vermieden werden, indem ökonomisch relevante Informationen über Güter, Leistungen und Transaktionspartner theoretisch implementiert werden. Zu den entsprechenden Wissensbeständen gehören zum Beispiel: Informationsvorsprung als Zeitfaktor, jederzeitige Kundenorientierung sowie Übersicht über die technische Entwicklung. „Folgerichtig hat Wissen zentrale Bedeutung für alle Marktteilnehmer. Ein Markt ist deshalb nicht nur ein ökonomischer Ort des Angebotes und der Nachfrage, sondern auch und vor allem eine Abfolge von Wissensveränderungen“ (S. 138). Mithin avancieren Transaktionskosten (anteilig am Volkseinkommen) zum Indikator für die Bedeutung von Informationen in einer Volkswirtschaft.

Aufgrund von Netzeffekten der Onlinemedien sind wirtschaftliche Funktionszuschreibungen ökonomischer Theorien zu korrigieren: „Aus negativen Feedbacks werden in der Internet-Ökonomie positive Feedbacks. Masse verdrängt Knappheit als Wertquelle. Positive Feedbacks, in der englischsprachigen Literatur auch als ‚Increasing Returns‘ bezeichnet, dominieren die neuen Marktregeln“ (S. 157). Die Durchsetzung des „virtuellen Marktplatzes“ zeitigt Folgen und Konsequenzen für die Medien- und Kommunikationsbranche: „Erstens existiert ein höheres Erlöspotenzial als in traditionellen Märkten. [...] Zweitens sind durch den Wegfall technischer Restriktionen dem Einsatz der bereits beschriebenen Erlöstypen keine Grenzen mehr gesetzt“ (S. 165). Aus der Kombinatorik verschiedener Wertschöpfungsstufen und -ketten erfolgen von Grund auf veränderte Wettbewerbsbedingungen für die Akteure der multimedial vernetzten Wirtschaft.

Die Konkurrenzverhältnisse der Internet-Ökonomie haben Auswirkungen für das unternehmerische Kalkül: „[...] der strategische Fokus einer Unternehmung [wird] zugleich enger und weiter als bisher. Enger, da man sich auf seine Kernkompetenzen beschränkt, und weiter, da man die Bildung von Partnerschaften als

strategisches Element begreift“ (S. 186). Der ECC-Bericht apostrophiert drei Aspekte als basal für erfolgreiches Management in der Internet-Ökonomie: Erstens mit dem Prinzip des „Windowing“ oder „Versioning“ können – analog zum Terminus Produktdifferenzierung – Medien- und Informationsprodukte effektiv in unterschiedlichsten Versionen offeriert werden. Zweitens mit der „Follow-the-Free“-Strategie, die gemäß der Penetrationspreisstrategie den Markteintritt zu niedrigen Preisen kommandiert, lassen sich relativ zügig kostenreduzierende Skalen- und Erfahrungseffekte bewerkstelligen. Und drittens zeigt das Modell der „dedizierten Kommunikation“, „daß die verdurchschnittliche Massenkommunikation langfristig ausdient hat, daß die Differenzierung elektronischer Medienangebote also individuelle Möglichkeiten der Selektion eröffnet und somit ein neues Reich persönlicher Wahl- en erschließt“ (S. 220).

Die Autoren diagnostizieren den größten ordnungspolitischen Handlungsbedarf auf dem Sektor des Wettbewerbs. Um einem strukturellen Versagen des Markts vorzubeugen, postulieren sie eine neue ordnungspolitische Matrix. Als Leitmargen formulieren sie unter anderem: verlässliche Zielsetzungen, schnelle Schaffung und wirkungsvolle Durchsetzung von Standards und Rahmenbedingungen. Damit die Ordnungspolitik aber nicht ständig Gefahr läuft, überfordert zu werden, muss diese, so die Quintessenz, „zugleich abstrakter, konkreter und experimenteller werden. [...] Abstraktere Regulierung entsteht dadurch, daß bewußt auf die Regulierung zahlreicher Einzelaspekte verzichtet wird, und statt dessen eine Konzentration auf wesentliche Felder und auf wichtige Ziele erfolgt. Konkreter kann Regulierung dann sein, wenn sich diese Ziele nicht in allgemeinen Wunschformulierungen, sondern in klaren und harten Vorgaben ausdrücken. Experimentell muß Regulierung deshalb werden, weil sich weder die Entwicklung neuer Märkte noch die Wirksamkeit neuer Regulierungsansätze ausreichend sicher vorhersagen lassen“ (S. 260).

Ein Appendix mit Daten zur Entwicklung der europäischen Medien- und Kommunikationsmärkte von 1992 bis 1997 (mit Vergleichswerten aus den USA und Japan) beschließt den ECC-Bericht.

Aufgrund des rasanten Fortschritts im Bereich elektronisch unterstützter beziehungs-

weise komplett mediatisierter Markttransaktionen ist das Bedürfnis nach wissenschaftlicher Fachliteratur groß. Mit dem ECC-Report liegt eines der ersten richtungsweisenden Überblickswerke zur digitalen und multimedial vernetzten Wirtschaft (insbesondere für den deutschsprachigen Markt) vor, die über den analytischen Schnellschuss einer „just-in-time“-Prognose hinausgehen. Den Autoren gelingt es nicht nur, die aktuell wogenden heterogenen Wissenschaftsdiskurse zu resümieren, dynamischere wirtschaftstheoretische Modelle zu konturieren und instruktive „Navigationshilfen“ für die Praxis von Medien- und Kommunikationsunternehmen zu präsentieren. Darüber hinaus geben sie ein überaus positives Exempel einer transdisziplinären Kooperation von Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaft ab.

Die Autoren lassen – völlig zu Recht – nicht den geringsten Zweifel daran auftreten, dass die Gesetzmäßigkeiten der Internet-Ökonomie immer schneller Grundpfeiler der gesamten Volkswirtschaft erodieren lassen – eine Einsicht, die sich viel zu langsam durchsetzt. Als eine wesentliche Ursache dafür reklamiert der Bericht treffend – und durchaus selbstkritisch – den Umstand, dass die Forschung noch nicht über geeignete Instrumentarien zur statistischen Erfassung ökonomischer Umverteilungen von Erlöspotenzialen des Medien- und Kommunikationssektors verfügt und immer wieder widersprüchliche Resultate in der Empirie generiert. Angesichts dieser Misere wird unweigerlich das altbekannte Postulat erhoben, eine standardisierte Definition, Methodik und Dokumentation der Marktentwicklung in der Medien- und Kommunikationsbranche auf nationaler sowie auf supranationaler Ebene zu kodifizieren.

Aus der vom ECC vorexerzierten Interpretation der digitalen und multimedialen Wirtschaft resultieren neue Anforderungsprofile sowohl für Medien- und Kommunikationsunternehmen und ihre Markterschließungsstrategien als auch für die nationale und internationale Konvergenz- und (De-)Regulierungspolitik: Zum einen bedarf es einer Flexibilisierung der Unternehmenskultur oder – wie die Autoren pointieren – einer Umstellung von „Ingenieurs“ auf „Marktkultur“, um den beschleunigten Innovationszyklen Rechnung zu tragen; zum anderen bedarf es der Abkehr von einer (De-)Regulierungsdiskussion, die sich leit-

motivisch in ordnungspolitischen „Glaubensbekenntnissen“ – „Staats-“ versus „Marktversagen“ – ergießt und einer Hinwendung zu einer nüchternen Bestandsaufnahme des Status quo.

Nicht zuletzt ist – und in diesem Aufruf ist den Autoren wohl beizupflichten – die Internet-Ökonomie eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, der sich viel mehr Institutionen und Gruppierungen zu stellen haben als bislang. Der Report gibt auch hierzu einige Ansatzpunkte an die Hand, die man aufgreifen sollte.

Christian Filk

Jana Kainz

Funktionaler Analphabetismus im Medienzeitalter

Ursachen und Folgen

Stuttgart: Edition 451, 1998. – 165 S.

ISBN 3-931938-09-3

Defizite der Lese- und Schreibkompetenz in durchaus beachtlichen Bevölkerungssegmenten sind seit Ende der 70er Jahre in den meisten europäischen Industriestaaten, aber auch in den USA diagnostiziert worden. Damit trat ein Problem ins Zentrum bildungspolitischer Überlegungen, das man bis dahin als gelöst betrachtet hatte. In Ländern mit allgemeiner Schulpflicht, so schien es, könne es Analphabetismus nicht mehr geben.

Hierzulande thematisierten zwei Publikationen des Jahres 1981 den nun so genannten sekundären oder auch funktionalen Analphabetismus: das von Frank Drecoll und Ulrich Müller herausgegebene Buch „Für ein Recht auf Lesen“ und der vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft vorgelegte Bericht „Über Analphabetismus in der Bundesrepublik Deutschland“.

Seitdem ist in der praktischen Alphabetisierungsarbeit vor allem der Volkshochschulen und in der Publikation von analytischen Studien und Fachliteratur einiges geschehen. Übersichtsdarstellungen fehlen indes weitgehend, so dass ein 1998 erschienenes Buch mit dem Stichwort „Funktionaler Analphabetismus“ im Titel neugierig macht. Es handelt sich um eine Diplomarbeit, von der man leider nicht erfährt, wo und wann sie entstanden ist; die zitierte Literatur lässt auf 1995/96 schließen.

In der Einleitung wird eine „Sündenbock-These“ zitiert, wonach „das Fernsehen der

Nährboden des neuen Analphabetismus“ (9) sei. Mit Erleichterung stellt der Leser aber im Folgenden fest, dass eine solche Behauptung, die in der Analphabetismus-Diskussion allenfalls einmal am Rande auftaucht, nicht als Leitmotiv des Buches herhalten muss.

Die Autorin führt die diversen Definitionsversuche des funktionalen Analphabetismus mit allen abgrenzungsbedingten Schwierigkeiten umfassend vor und gibt einen weitgehend vollständigen Überblick über die einschlägige Forschung. Bedauerlich ist allerdings, dass die 1995 veröffentlichten international vergleichenden Studien von Rainer Lehmann u. a. (Lesegewohnheiten und Leseverständnis deutscher Schülerinnen und Schüler, Grundqualifikationen in Wirtschaft und Gesellschaft) nicht bzw. nicht unter Heranziehung der primären Quellen berücksichtigt wurden.

Im Schlussteil des Buches wird die Alphabetisierungsarbeit des Buches dargestellt, wobei der Rolle von Fernsehen und neuen Medien zur Unterstützung dieser Arbeit besondere Aufmerksamkeit gilt.

Das mittlere Drittel des Buches befasst sich mit dem Fragenkomplex der Zukunft von Buch und Lesen im Fernsehzeitalter, der mit dem Analphabetismus-Thema allenfalls indirekt zu tun hat. Ausgebreitet wird die besonders durch Neil Postmans Bücher der 80er Jahre beflügelte Diskussion, ob das Medium Fernsehen mit seiner Tendenz zum totalen Amusement der Schriftkultur das Wasser abgraben werde. Die Autorin gibt eine kenntnisreiche Zusammen schau der in diesem Kontext gewechselten Argumente und Gegenargumente – wobei man sich eine historische Nachzeichnung des über 25-jährigen Diskussionsgangs über Fernsehen und/oder Lesen gewünscht hätte. Die Auflistung von Argumenten und Gegenargumenten über Fernsehen und/oder Lesen aus den 70er, 80er und 90er Jahren, so als wären sie alle gleichzeitig in der Welt gewesen, lässt zu wenig erkennen, wie die kritische Diskussion über Medienkultur sich tatsächlich entwickelt hat und welche Positionen mittlerweile überwunden sind.

Wenn die Autorin in ihrer Zusammenfassung festhält, dass „Lesen und Schreiben elementare Voraussetzungen für die informative und arbeitserleichternde Nutzung der neuen Medien“ (140) sind, und „daß wir heute sowohl im Beruf als auch im Privatleben tatsächlich wesentlich besser und schneller lesen und