

fähigkeit und Aktualität ermöglichen Erfolg im (Zeitschriften-)Markt.

Die folgenden sechs Beiträge ranken sich um den TV-Sektor. Nachdem Prof. Dr. Mike Friedrichsen die Entwicklungen der letzten Jahre im Bereich des Digitalen Fernsehens beleuchtet hat, nimmt Tom Föhringer die TV-Formatentwicklung kritisch unter die Lupe und benennt auf Grundlage einer repräsentativen Umfrage unter TV-Zuschauern zu ihren Genrevorlieben Erfolgskriterien für TV-Formate. Sein Rat: Programmentwickler mögen nicht „jede Sau durchs Dorf treiben“ und sich wieder mehr auf ihr Bauchgefühl und ethische Grundsätze verlassen als auf kurzfristige Quoten.

Im deutlich kürzesten Beitrag des Bandes beschreibt Dr. Nicole Rottenwender, wie externe Journalisten als Zulieferer einzelner Beiträge und Sendungen den Fernsehsendern unter die Arme greifen können.

Die erfolgreichen Formate des Senders RTL II werden von Daniela Geißler vorgestellt. Objektivität kann der Leser hierbei wohl nicht erwarten, ist sie doch Leiterin der Abteilung Special Marketing des Senders. Dementsprechend liest sich dieser Beitrag, dessen Fazit dennoch hilfreich sein kann: Um erfolgreich zu sein, gehe man auf die Bedürfnisse der Zuschauer ein, werte bestmöglich bestehende Lizenzrechte aus und etabliere starke Produktmarken in verschiedenen Branchen.

Gerald Neumüller untersucht „die Bedeutung von Werbung für das Fernsehen, die Marktgegebenheiten und Erkenntnisse aus vielen Jahren Werbewirkungsforschung“ und identifiziert so sowohl Erfolgsfaktoren für das kommerzielle Fernsehen (Aufmerksamkeit schaffen und Nutzen der digitalen Zukunft) als auch für wirksame TV-Spots (klare Zieldefinition, besondere Beachtung der Kreation und Schaffung von Präsenz).

Der Geschäftsführer von TV touring, einem Regionalfernsehsender aus Unterfranken, Norbert Hufgard, schließt den Bereich des Fernsehens ab. Er zeichnet die Entwicklung von TV touring nach und macht insbesondere die Bedeutung einer Corporate Identity deutlich.

Eckhard Zimmermann erarbeitet in seinem Beitrag die Erfolgsfaktoren „von Sprachlernsoftware-Anbietern im Firmenkundenmarkt“: Firmenkundenorientierung, ein modulares Produktpotfolio, inhaltliche und didaktische Kompetenz, Projektorientierung, transparente Preismodelle, Kooperationen mit der Nutzer-

verwaltung sowie dem Weiterbildungscontrolling und den Anbietern von Learning Management Systemen und Sprachschulen und schlussendlich Geduld auf Seiten der in diesem Markt aktiv werden wollenden Bildungsverlage.

Die Untersuchung der BUGA 05 von Anna Kleeblatt ergibt, dass Events als Medienplattform zwar eine Win-Win-Situation generieren können, mangelnde Offenheit in der Kommunikation zwischen Eventveranstalter und Medienpartner diese Chancen aber leicht aufs Spiel setzen kann, und es so weder zum Erfolg des Events durch Bekanntmachung über die Medienpartner noch zum Aufbau emotionaler Bindungen der Rezipienten an das Medium kommt.

Bevor der Herausgeber abschließend zu Wort kommt, geht Dr. Thomas Summerer auf das Potenzial und die Zulässigkeit von Sportwetten als Geschäftsmodell ein: Zwar erscheinen diese äußerst lukrativ, sind juristisch aber als höchst gefährlich einzuschätzen.

Prof. Dr. Thilo Büsching versucht sich schließlich an der Erstellung eines komplexen, dynamischen Totalmodells und somit an der „Verknüpfung von Strategie und operativer Effizienz im Tagesgeschäft“, muss aber feststellen, dass ein solches Modell eben aufgrund seines Modellcharakters immer angreifbar bleibt.

Insgesamt spannt das Werk einen sehr weiten Bogen über diverse Geschäftsmodelle und bietet so wirklich jeder der Adressatengruppen Anknüpfungspunkte. In seiner Gesamtheit wird jedoch deutlich, wie viele Erkenntnisse bereits seit längerem in der Geschäftswelt vorherrschen, sich aber noch nicht in ein umfassendes und allgemein anerkanntes wissenschaftliches Modell haben fassen lassen.

Jutta Kehrer

Viktoria Brunmeier

Das Internet in Russland

Eine Untersuchung zum spannungsreichen Verhältnis von Politik und Runet

München: Fischer, 2005. – 182 S.

(Internet research; 24)

ISBN 3-88927-385-8

Das russische Internet hat sich in nur zehn Jahren vom wenig verbreiteten informellen Kommunikationsmedium zum weit genutzten

Informationsmedium entwickelt. Jedoch bleibt es bisher das am wenigsten kontrollierbare Kommunikationsmedium des Landes. „Konne te sich das Internet, im Gegensatz zu den traditionellen Medien, die in den letzten Jahren unter zunehmendem staatlichen Einfluss einen großen Wandel erfahren haben, tatsächlich als freier Kommunikations- und Informationsraum erhalten?“ (S. 12) Diesen Gedanken hat Viktoria Brunmeier ihrer Magisterarbeit zur Grunde gelegt: Im Zentrum der Studie, und das sagt ja auch der Titel des Buches, steht eben die Frage nach dem Verhältnis von Politik und Runet (Bezeichnung für den russischsprachigen Teil des Internet). In der russischen Medienwissenschaft erlebt das Thema seit einigen Jahren eine gewisse Konjunktur. Schade nur, dass dies in der Arbeit keine Reflexion findet.

Brunmeier leitet ihr Buch ein mit einem Überblick über das russische Mediensystem (2. Kapitel). Dafür sichtet sie zuerst die vorliegenden, überwiegend aus Deutschland stammenden Studien und skizziert die relevanten Entwicklungsschübe der Medien, wobei auch Probleme des kritischen Journalismus beleuchtet werden. Das Fazit muss kritisch ausfallen: „So sind die privatisierten Medienunternehmen in Russland alles andere als vom Staat unabhängig“ (S. 16).

Das dritte Kapitel des Buches behandelt die Geschichte des russischen Internets. Anhand von sekundäranalytischen Studien und Befunden (vorwiegend aus der russischen Literatur) werden seine Entstehung und Besonderheiten chronologisch dargestellt. Das Kapitel fällt mit nur acht Seiten vergleichsweise knapp aus, wobei die Autorin in ihrer Skizze leider einen der Gründungsväter des russischen Internets, Dmitrij Ivanov, verschweigt und sein in der russischen Fachliteratur viel zitiertes Web-Projekt „Geschichte des Internet in Russland“ (www.nethistory.ru) nicht anspricht. Als Fazit wird festgehalten, dass sich in der Anfangsphase die Distanz des Staates bei der Entwicklung der neuen Datennetze auf das russische Internet sowohl positiv als auch negativ auswirkt. (S. 38)

Im vierten Kapitel liegt der Fokus auf dem zentralen Thema „Politik und Internet“. Vom Umfang her ist dies der größte Teil des Buches, er umfasst knapp doppelt so viele Seiten, wie alle andere Teile zusammen. Zunächst bemüht sich Brunmeier (§ 1) um die Analyse der Regulierung des Runets. Die immanente Dezentra-

lisierung als Wesenseigenschaft der weltweiten Datennetze stellt eine Herausforderung für Bestrebungen staatlicher Kontrolle dar. Dies gilt ganz besonders für das russische Segment des WWW, dessen wachsende Popularität die staatliche Medien- und Meinungsmacht bedroht. Diskussionen darüber, ob es notwendig und möglich ist, das Internet zu kontrollieren, nehmen zu. „Wir werden nicht die Balance zwischen Freiheit und Regulierung suchen, die Wahl wird immer zugunsten der Freiheit ausfallen“, – pointiert zunächst die Autorin den inzwischen berühmt gewordenen Satz von Putin. (S. 46) Da Russland bis heute im Gegensatz zu vielen anderen Staaten kein Gesetz besitzt, in dem das Wort „Internet“ vorkommt, nimmt Brunmeier nicht eine ausführliche rechtswissenschaftliche Analyse vor, sondern spricht de facto von einer politischen Regulierung des Internets. Brunmeier geht der Frage nach, welche Akteure mit welchen Interessen an dieser Regulierung beteiligt sind und unter welchen Einflüssen sie ihre Präferenzen bilden. Anhand mehrerer Fallbeispielen fasst sie zusammen, dass „in Russland seitens der Politik ein sehr großes Interesse daran besteht, das Internet staatlich zu kontrollieren und zumindest in den russischen Teil des Cyberspace eine gewisse Ordnung, nach dem Muster, wie sie bereits in den anderen Medien geschaffen wurde, zu bringen“. (S. 67–68)

Der zweite Abschnitt des 4. Kapitels beleuchtet die forcierten Anstrengungen Russlands in Richtung auf eine Informationsgesellschaft, die das staatliche Förderprogramm „Elektronnaja Rossija“ (dt. Elektronisches Russland) unterstützen soll. Dabei konstatiert Brunmeier gleich am Anfang: „Was für Russland erst die Zukunft sein soll, gehört in vielen Ländern längst zur Gegenwart.“ (S. 71) In detaillierten Untersuchungsschritten werden wesentliche Hindernisse und Probleme der Umsetzung des Programms und die ersten Wirkungen herausgestellt. Ergänzend werden Daten zur Sozialstruktur der Nutzer (sie ist sehr stark von der jüngeren bzw. ganz jungen Generation geprägt) und zur regionalen Differenziertheit des Runet zusammengestellt. Zusammenfassend bleibt Brunmeier unschlüssig, ob es hier um eine Strategie oder Unfähigkeit seitens des Staates geht.

Im dritten Abschnitt folgt eine durchweg anregende und informative Untersuchung der politischen Verhältnisse im Runet. Kritisch hin-

tergefragt werden Einflussmöglichkeiten des Internets in Russland und Formen politischer Artikulation durch elektronische Kommunikation. Dies wird in einen Zusammenhang mit der Politisierung des Runet gebracht. Darauf folgt die eingehende Darstellung der entscheidenden Konflikte und mehrerer Beispiele von Instrumentalisierungen des Internets für politischen Kampagnen. Deutlich und ausführlich zeigt die Autorin, wie das Web zu einem medialen Schlachtfeld der verschiedenen Interessengruppen geworden ist. Grundlage ihrer Argumentation bilden zahlreiche Spin Doctors-Aktivitäten (bei der Autorin heißt das „schwarze PR“) und Agendasetting während der Wahlen. Dennoch fällt das Schlussurteil eindeutig aus: Es „sprechen in Russland mehrere Faktoren dagegen, dass in den nächsten Jahren oder sogar Jahrzehnten das Internet eine Wahl entscheidende Bedeutung erlangen könnte“. (S. 125)

In dem abschließenden fünften Kapitel skizziert Brunmeier Angebote im WWW von großen traditionellen Medien und Netzmedien. Hier geht sie detailliert auf staatliche Online-Medien ein. Das Fazit muss wieder kritisch ausfallen, sie konstatiert, dass „der russische Staat – nach einem recht späten Einstieg in den virtuellen Medienmarkt – sehr schnell gelernt hat, die unbegrenzten Möglichkeiten des Cyberspace zu eigenen Zwecken zu nutzen“. (S. 144) Schade nur, dass die drei großen Big Player-Angebote unter den so genannten „abtrünnigen oder gefallenen Oligarchen“ nicht plausibel überkommen: „Gazeta.ru“ von Michail Chodorkowskij, „NEWSru.com“ von Wladimir Gussinskij und „Grani.ru“ von Boris Berezowskij. Denn die besonderen Besitzverhältnisse mit Oligarchen-Strukturen sind für das gesamte russische Mediensystem kennzeichnend. Insgesamt beurteilt die Autorin die Bedeutung des Internets für die russischen Medien sehr hoch.

Die Schlussauswertung der Untersuchungsergebnisse fällt etwas knapp und teilweise bruchstückhaft aus. Zusammenfassend erweist sich die Stärke dieser Arbeit gleichzeitig auch als deren Schwäche. Weil der bearbeitete Forschungsbereich sehr breit bzw. zu breit angelegt ist, erscheint das untersuchte Verhältnis von Politik und Runet zuweilen eher additiv. Es handelt sich bei dieser Arbeit um eine Studie, die primär deskriptiv angelegt ist und dennoch lesenswert bleibt. Die kenntnis- und materialreiche Darstellung verspricht auch dem

sachkundigen Leser manchen zusätzlichen Erkenntnisgewinn.

Nathalie Kharina-Welke

Christina Holtz-Bacha

Medienpolitik für Europa

Wiesbaden: VS, 2006. – 384 S.

ISBN 3-531-14127-9

Es war anfangs der 90er Jahre, als Europa – oder präziser: damals die Europäische Gemeinschaft, inzwischen die Europäische Union – von der Forschung als Ort entdeckt wurde, an dem Medienpolitik gemacht wird. Seinerzeit wurde der Boom in der Forschung durch die Vorbereitung und Verabschiedung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ von 1989 ausgelöst. Die damaligen Fragen lagen auf der Hand: Darf die EU so etwas überhaupt? Wer steht hinter diesem Projekt? Warum nur Fernsehen? Dient es der Integration? Wie wird europäisches Recht national umgesetzt? Je nach Sichtweise wurde begrüßt, dass die EU unter Zuhilfenahme des Fernsehens so etwas wie einen gemeinsamen audiovisuellen Raum in Europa schaffen wollte oder es wurde ihre einseitige Parteinaufnahme zugunsten privat-kommerzieller Anbieter beklagt. Vieles hat sich inzwischen beruhigt. Die EU hat heute unbestritten die Kompetenz, paneuropäisches Fernsehen ist kaum etabliert, die öffentlichen Anbieter haben sich trotz harter Konkurrenz konsolidieren können.

In den letzten zehn Jahren ist nur noch wenig zu dieser Seite Europas geforscht worden. Das ist bedauerlich, zumal sich die Dinge weiterentwickelt haben, das duale Fernsehsystem ist fest verankert, Europa dehnte sich aus – vor allem in Richtung der Transformationsstaaten im Osten –, digitale Techniken ermöglichen ganz neue Fernsehlösungen und das Internet tritt als ernsthafter Konkurrent an. Genug Stoff also, um erneut eine Bestandsaufnahme zu machen.

Dieser Titel verspricht, chronologisch und problemorientiert die Entwicklung europäischer Medienpolitik anzugehen und dabei Fragen des Spannungsverhältnisses zwischen Ökonomie und Kultur zu thematisieren. Schließlich geht es nicht nur um die EU und ihren vor allem ökonomischen Ansatz, die Autorin bezieht auch den Europarat ein, der – wenn auch mit minderer Durchschlagskraft – eher kulturelle Ziele verfolgt. Verschiedene Kapitel des Bu-