

anderer Erwachsener relativierte, die sich vom kindlichen Umgang mit Computerspielen eine beiläufige Entwicklung und Förderung von „Computerkompetenz“ versprachen, so relativiert die nun vorliegende Studie analoge Erwartungen in Bezug auf die informelle Entwicklung und Förderung von „Internetkompetenz“ allein durch den individuellen, freizeitorientierten Internetumgang von Kindern. Daraus ist aber nicht zu folgern, der im Medienalltag der Kinder vorherrschende Computer- bzw. Internetumgang mit seiner dominanten Spiel- und Unterhaltungsorientierung sei minderwertig oder für die Kinder weniger bedeutsam. Die kulturellen Präferenzen und Interessen gilt es vielmehr zu respektieren, auch wenn sie eng mit der – auch im Internet dominierenden – kommerziellen Kinderkultur verwoben sind und den bildungsbürgerlichen Vorstellungen eines sinnvollen Internetumgangs zu widersprechen scheinen.

In diesem Sinne argumentieren auch Feil, Decker und Gieger in ihren abschließenden Überlegungen zu pädagogischen Konsequenzen (6.). Sie betonen gleichzeitig, dass Kinder mit dem Internet nicht allein gelassen werden sollen (und wollen!), sondern Hilfen und Beratung bei der Bewältigung der vielfältigen Widrigkeiten benötigen, die die Aneignung dieses interaktiven Netzwerks mit sich bringt. Erforderlich sei vor allem ein technisches Basiswissen, das allein durch Ausprobieren nicht erworben werden könnte. Aber auch die Entwicklung eines kritischen Verhältnisses zu den Anbietern (etwa von Werbebotschaften) sei von den Kindern nicht zu erwarten. Diese Kompetenzen gelte es im Rahmen pädagogisch-erzieherischer Ansätze zu entwickeln und zu stärken.

Dem will ich keineswegs widersprechen. Gleichwohl möchte ich auf einen Aspekt hinweisen, dem die Autoren/innen m. E. zu wenig Beachtung schenken. In dem vorliegenden Band wird mehrfach betont, die Kinder könnten sich das Internet im Unterschied zu Computerspielen nicht intuitiv im Umgang selbst erschließen. Hier wird vielleicht zu sehr von einer individuellen Aneignung der Computerspielt ausgegangen. Dem gegenüber legen empirische Studien eine starke Einbettung des informellen Lernens in die Kultur der Gleichaltrigen nahe.⁴ Eine vergleichbare Kinderkultur, in der man von den

Gleichaltrigen in den Umgang eingeführt wird, scheint es bisher im Bereich des Internets (noch) nicht zu geben, was noch mal eine andere bzw. zusätzliche Erklärung für die noch wenig ausgeprägten Internetkompetenzen sein könnte.

Das Autorenteam formuliert auch klare und berechtigte Anforderungen in Richtung der Anbieter und Designer von Webseiten, die sich bisher – auch bei Kinderseiten – zu sehr an jugendlichen und erwachsenen Nutzerinnen und Nutzern orientieren, etwa auf der Ebene der Sprache (viele Anglizismen), der Navigation (unübersichtliche CMS-Lösungen) oder der Datenabfrage (oft überflüssig). Die untersuchten Kinder sind noch nicht soweit, dass sie das Internet explorieren, und sie spielen auch noch nicht mit ihrer Identität, sondern sie suchen in erster Linie nach Bekanntem, an dem sie auch festhalten. Auf diese und andere Besonderheiten des Internetumgangs von Kindern nachdrücklich aufmerksam zu machen und daraus pädagogische Folgerungen wie auch Hinweise für das Webdesign abgeleitet zu haben, ist aus meiner Sicht ein wesentliches Verdienst dieses Buches, dem daher eine entsprechend breite Rezeption zu wünschen ist.

Johannes Fromme

Tim Bergfelder

International Adventures

German Popular Cinema and European Co-Productions in the 1960s

New York / Oxford: Berghahn, 2005. – 277 S.
ISBN 1-57181-538-4

Es gibt Forschungsprojekte, die ziehen sich über Jahrzehnte hin, stürzen ihre AutorInnen abwechselnd in euphorische Rauschzustände und abgrundtiefe Verzweiflung und werden dann doch noch „endlich gut“, zumeist dank des Einsehens eines großzügigen Universitätsinstitutes, das der oder dem vom Schicksal arg gebeutelten Forschenden ein Sabbatical-Semester zur Fertigstellung des Buchmanuskripts zugestehst.

Das scheint jedenfalls die Geschichte zu sein, die sich zwischen den Zeilen von Tim Bergfelders reich befrachtetem Forschungsbericht „International Adventures“ herauslesen lässt. Der Autor dieser erfrischend alternativen, zwischen den Karl-May-Western mit Pierre Brice und den *Frau Wirtin* ...-Sexfilmen von Franz

4 Siehe z. B. Johannes Fromme, Norbert Meder, Nikolaus Vollmer: Computerspiele in der Kinderkultur. Opladen: Leske + Budrich 2000.

Antel angesiedelten deutschen Filmgeschichte ist der Leiter des Departements für Filmwissenschaft der britischen Universität Southampton – und dieses Institut gewährte offenbar auch die dringend notwendige Auszeit, damit ein Schlussstrich unter dieses filmökonomisch wie filmkulturell verdienstvolle Sisyphus-Projekt gezogen werden konnte.

Es findet zurzeit ein eigentlicher „popular turn“ in den Film- und Medienwissenschaften statt, der interessante Daten und Fakten enthüllt und durchaus interessante neue Lesarten von, bis dahin geflissentlich überschienenen, kulturellen B-Produkten generiert. Diese Wende ist mindestens drei historischen Faktoren zu verdanken: Zum einen gibt es immer mehr film- und medienwissenschaftliche Institute und damit auch Studierende, die einschlägige Forschungsthemen bearbeiten möchten, aber auch müssen. Zum zweiten haben diese Institute nicht mehr unbedingt den Anspruch, in einem von Hochkulturtümern dominierten geisteswissenschaftlichen Umfeld Anerkennung und Legitimation zu finden. Mitverantwortlich für den Boom sind aber mit Sicherheit auch die digitalen Speichertechniken: Auf DVD werden ja mittlerweile nicht nur David Lynchs und Fassbinders cineastische Meisterwerke gebrannt, sondern – mit genau derselben herausgeberischen Sorgfalt – auch das (amerikanische) Raumschiff Enterprise in sämtlichen televisionären Varianten, die (bundesdeutschen) Fernseh-Abenteuer der Raumpatrouille Orion, die Akte X und halt eben auch die Karl-May-Verfilmungen mit der ins kollektive Gedächtnis der Bundesrepublik Deutschland eingebrannten Filmmusik von Martin Boettcher. Was wiederum dazu führt, dass den schillernden Protagonisten der einschlägigen, und ökonomisch zumeist erfolgrächtigen, industriellen Genreproduktionen mittlerweile reputable Filmreihen in den städtischen Kinosälen gewidmet sind, die ihrerseits die lange schon im Untergrund aktiven Kultgemeinden auf den Plan rufen. Endlich, wird dazu manch eine(r) seufzen, der oder die schon vor Jahren mit entsprechenden Forschungswünschen bzw. -desideraten vor geschlossenen institutionellen Türen stand.

Zu dem in englischer Sprache abgefassten Buch von Tim Bergfelder: Auch wenn es sich hierbei nicht um eine wirklich systematische, dabei homogene und schlüssige Analyse der populären deutschen Filmproduktion der

60er Jahre handelt, sondern vielmehr um eine (filmökonomische und filmkulturelle) Probebohrung anhand einiger Filmanthologien, beeindruckt der breite Forschungsansatz, der das produktionstechnische und finanzielle Umfeld ebenso berücksichtigt wie die Filmästhetik, dabei aber auch populäre Sekundärtexte wie etwa die Jugendzeitschrift „Bravo“ (als Marketing-Instrument der Winnetou-Filme) beleuchtet. Schlaglichter fallen auf führende Gestalten der damaligen Filmindustrie (wie etwa Arthur Brauner oder Franz Antel, aber auch die nahezu in Vergessenheit geratene Verleiherin und Heimatfilm-Tycoonin Ilse Kubaschewski). Die Strategien der Branche – und vor allem deren im Nachhinein erstaunlich internationale Ausrichtung – finden ebenso gründliche Beachtung wie die eigentlichen Straßenfeger der Epoche, vor allem die von Horst Wendlandt für Rialto produzierten westdeutschen Edgar-Wallace-Filme (im Kapitel „Imagining England“) und die im ehemaligen Jugoslawien mit durchwegs internationaler Besetzung realisierten und auch international vertriebenen Karl-May-Verfilmungen (im Kapitel „From Soho to Silverlake“). Tim Bergfelder spricht diese – bis heute äußerst beliebten und auch noch in der Karikatur à la „Der Schuh des Manitu“ bemerkenswert erfolgreichen Produktionen – von dem lange gehegten Ideologieverdacht frei, eigentliche kolonialistische Machwerke zu sein oder gar einer verkappten postnazistischen Autoritätsgläubigkeit zu huldigen. Das England der Wallace-Filme sei ebenso wie die weiten Prärien bzw. Steppen eines im Südosten Europas rekonstruierten „German Wild West“ als imaginierte Landschaft ohne Realitätsanspruch zu sehen – wobei die Schauplätze jedoch durchaus im Hinblick auf touristische Interessen vermarktet worden seien ... aber eben als jugoslawische Schauplätze und nicht etwa als Schau-Plätze eines mehr oder weniger wilden Westens (der USA).

Dem Untertitel der Untersuchung entsprechend („German Popular Cinema and European Co-Productions in the 1960s“) nehmen Fragen der Produktion und der übernationalen Distribution großen Raum ein. In den entsprechenden beiden Wirtschaftswunder-Kapiteln („From Rubble to Prosperity“ und „From National to European Cinema“) sind denn auch die wirklich spannenden Erkenntnisse Bergfelders zu finden, die ältere blinde Flecken der Filmgeschichtsschreibung nicht allein

mit zuweilen ätzender Ironie, sondern auch mit Sachkenntnis und vor allem unter Beizug von konkretem Zahlenmaterial aufhellen. Auf der anderen Seite finden auch die Anhänger der diversen hier ausgebreiteten Genres einer breiten B-Film Produktion, die durchwegs „Beyond Respectability“ angesiedelt war, umfangreiches Leselektuere. Wer hat sich denn zuvor je Gedanken gemacht zu den psychedelischen Soundtracks der „Hexer“-Filme, Eddi Arents Charakterdarstellung als „eccentric mass cultural flânerie“ apostrophiert oder darüber nachgedacht, wie bizarr eine wirklich vorlagengetreue Winnetou-Verfilmung auch hätte aussehen können: „It is unlikely, however, that mainstream cinema audiences in the early 1960s, and particularly those outside Germany, would have warmed to the on-screen spectacle of Indian tribesmen with beehive hairdos singing German carols under a Christmas tree.“

Insgesamt zeichnet sich Bergfelders Studie durch ihre liebevolle, mit innovativer Energie betriebene Spurensuche aus, die in einen beeindruckenden Reichtum an Materialien und berücksichtigten Lesarten mündet und nicht zuletzt in einem verdienstvollen Anhang von Produktionsdaten zu den vom Autor analysierten Filmreihen. Angesichts der Tatsache, dass es sich um „case studies“ einschlägiger Genreproduktionen handelt, fällt einzig das Fazit etwas gar vollmundig aus. Ob die von Arthur Brauner zur Rückkehr aus Hollywood ermutigten Remigranten, die nach dem Krieg dem deutschen Heimatfilm auf die Beine halfen, wirklich soviel gemein haben mit späteren US-Produktionen von Wim Wenders und Volker Schlöndorff, aber auch den Hollywood-Auftragsarbeiten von Wolfgang Petersen und Uli Edel, sei dahingestellt. Dafür verdient die auf die Trouvaille eines Exploitation-Films von 1982 („Die Insel der blutigen Plantage“, Kurt Raab), in der einige von Fassbinders Stamm-schauspielern kurz nach dessen Tod mitspielten, unbedingt eine eigene Analyse – auch wenn solche geradezu postmodern anmutenden Selbstzitate noch nicht unbedingt auf einen zeitgenössischen *agent provocateur* wie Christoph Schlingensief verweisen müssen, wie Bergfelder meint. Insgesamt eine weitsichtige, hin und wieder gar etwas weitläufige Filmgeschichte mit Biss.

Ursula Ganz-Blättler

Thilo Büsching (Hrsg.)

Mediengeschäftsmodelle der Zukunft

Baden-Baden: Nomos, 2005. – 251 S.

(Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement; 14)

ISBN 3-8329-1550-8

Der vorliegende Sammelband weckt Erwartungen, setzt er sich doch zum Ziel, Medienmanagern, Lehrenden, Lernenden und Medieninteressierten gleichermaßen gerecht zu werden und ihnen Erfolgsfaktoren für Mediengeschäftsmodelle der Zukunft zu vermitteln.

Zu diesem Zweck versammelt Prof. Dr. Thilo Büsching als Herausgeber 14 Beiträge aus den verschiedenen Mediengebieten: Das Spektrum führt vom klassischen Zeitungsmarkt über TV-Zeitschriften zum Fernsehmarkt, der mit insgesamt sechs Beiträgen am stärksten vertreten ist. Vervollständigt wird das Werk durch zwei Beiträge aus dem Onlinebereich, Überlegungen zum Event als Medienplattform, dem politisch brisanten Gebiet der Sportwetten und einer Skizze eines Totalmodells der Erfolgsfaktoren von Mediengeschäftsmodellen der Zukunft. Verfasst wurden die Beiträge sowohl von Praktikern als auch von Hochschulprofessoren.

Im ersten Beitrag beschreibt Peter Krones den Weg der *MainPost* von einem lokalen Tageszeitungsverlag zur regionalen Mediengruppe. Als Erfolgsfaktoren dieser Entwicklung benennt er das Erkennen und Pflegen von Kernkompetenzen, die Bündelung und Vernetzung von Kernfähigkeiten und die Entwicklung von Kernprodukten sowie deren Verankerung im Markt, wobei nur durch den Mut zu neuen Organisationsformen und Innovation das Überleben gesichert werden kann.

Eine dieser möglichen Innovationen, die Änderung des klassischen Zeitungsformats vom Broadsheet zum Tabloid, untersucht Daniel Schubert auf ihr Erfolgspotenzial und kommt zu dem Schluss, dass Tabloids zwar Erfolg versprechend für die Gewinnung neuer Leserschichten sind, es aber (wenig überraschend) weiterer Werbemaßnahmen bedarf, um dieses Potenzial auch wirklich zu nutzen.

Die (Erfolgs-)Geschichte der Zeitschrift *TV-Spielfilm*, die Verlagsleiter Dr. Michael Kleinjohann nachzeichnet, belegt alte Wahrheiten: Innovationsfähigkeit und Verlegerwille sowie mehrere Umsatzbeine gepaart mit Anpassungs-