



Regionalzeitungen 2015: Geschäftsmodelle für die Medienkonvergenz.

Ollrog, Marc-Christian
Nomos Verlagsgesellschaft, Baden Baden 2014
382 Seiten, 68 Euro
ISBN-10: 3848712016

Wer die Gültigkeit der empirischen Befunde von Marc-Christian Ollrog final beurteilen will, sollte sein Buch noch ein paar Monate zur Seite legen, um dann in der Mai-Sonne in Ruhe nachzulesen, wie es um die Regionalzeitungen 2015 steht, und die Ergebnisse mit IVW-Zahlen, BDZV-Statistiken sowie diversen Branchendiensten abzugleichen. Denn 2015 ist der Zeithorizont, in dem Verlagsmanager in Ollrogs Delphi-Studie Szenarien entwickelt haben, wie sich ihre Branche weiter entwickeln könnte.

Die Prognose, und das macht der Autor in seinem Studienfazit auch klar, ist denn auch nicht der Zweck seiner Dissertation, die nun als sechster Band der Reihe Medienökonomie der Fachgruppe Medienökonomie der DGPUK beschrieben worden ist. Vielmehr geht es um eine strukturierte Reflexion der Pfade, auf denen sich die Regionalzeitungen in Deutschland entwickeln könnten. Genau deshalb wäre es auch müßig, im Detail die Szenarios mit der Ist-Entwicklung abzugleichen. Wenn man sich mit dem Buch im Mai auf den Balkon setzt oder schon in den Weihnachtstagen vor dem knisternden Kamin, dann, um über die Grenzen des „Möglichkeitsraums“ nachzudenken, der sich aus Sicht des Autors für die Verlage aufspannt.

Ollrog sucht in seinem Buch nach Geschäftsmodellen für die Medienkompetenz und damit nach Wegen, wie die Verlage als Unternehmen bzw. Organisationen in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld bestehen können. Zunächst setzt er sich intensiv mit Konvergenz im Mediensystem und auf Medienmärkten auseinander und stellt dann die aktuelle Lage der Tageszeitungen dar. Es folgt eine intensive Ausein-

andersetzung mit dem Begriff des Geschäftsmodells als analytischem Schlüsselwerkzeug der Arbeit und die Vorstellung der empirischen Methode, einer Delphi-Befragung von zehn Führungskräften regionaler Tageszeitungsverlage. Die Vorstellung der empirischen Befunde und ein Fazit mit strategischen Empfehlungen schließen das mit fast 400 Seiten sehr umfangreiche Werk ab.

Der Autor setzt sich mit konvergierenden Medienmärkten – wie auch in allen Folgekapiteln – solide und gründlich auseinander und nimmt sich Zeit für eine intensive Klärung des Begriffs der Medienkonvergenz, was angesichts der vielfältigen Verwendung des Begriffs in Wissenschaft und Praxis sinnvoll und für die Klarheit der weiteren Argumentation innerhalb des Buches äußerst hilfreich ist: So können die Ergebnisse der Literaturübersicht und die eigenen empirischen Daten konsistent in seinem „dynamischen Modell der Medienkonvergenz“ diskutiert werden. In diesem Modell entwickeln sich konvergente Dynamiken marktvermittelt in einem Spannungsfeld von Anbietern, Rezipienten und Technologien. Wünschenswert wäre allenfalls gewesen, sich den Potenzialen neuer Wettbewerber und Substitutionsprodukten gerade auch auf den Werbemärkten zu widmen, die sich aus den neuen Interaktionsmöglichkeiten vormaliger Werbekunden mit deren Endkunden ergeben – sei es nun auf der Ebene der Markenkommunikation oder der Transaktion, die der Zeitung als „Marktplatz für die Region“ zusetzen.

In der Auseinandersetzung mit den Rezipienten nehmen neben den üblichen Dimensionen (Alter, Bildung, räumliche Struktur etc.) auch Segmentierungsansätze, die auf Lebensstilmustern basieren, einen großen Raum ein. Ollrog stellt dabei die Chancen und Grenzen dieser Ansätze für die Strategieentwicklung in Verlagen ausführlich dar. Vielleicht schon sogar etwas zu ausführlich angesichts des Beitrags dieses Komplexes zur Gesamtargumentation der Arbeit, in der plausibel dargelegt wird, dass die zunehmende Heterogenität der Gesellschaft ein Integrationsmedium wie die regionale Tageszeitung unter Druck setzt – übrigens auch schon weit vor den Zeiten von Breitbandnetzen, sozialen Medien und mobilen Endgeräten.

Die beiden einführenden Abschnitte bilden gleichwohl einen geeigneten Rahmen für die Auseinandersetzung mit der Marktsituation der Regionalzeitung, in der sehr detailliert sehr viel Richtiges dargestellt wird, in der sich überraschende Einsichten aber nur selten finden. Leser, die Impulse für die eigene Auseinandersetzung mit dem Gegenstand suchen, können hier durch Querlesen Zeit gewinnen, wer einen umfassenden Lageüberblick erhalten möchte, ist hingegen auch in diesem Teil der Arbeit gut aufgehoben. Das Buch steckt damit aber auch in einem Dilemma, zu dem sich eine grundsätzlichere Debatte lohnen könnte: Wie viel Ausführlichkeit muss zur Dokumentation bei einer Qualifikationsarbeit sein? Wie könnten die Befunde durch eine stärkere redaktionelle Bearbeitung einen breiteren Leserkreis erreichen? In Zeiten von Open Access gibt es dafür mehr Möglichkeiten denn je.

Hinsichtlich seines analytischen Rahmens zeigt Ollrog schlüssig die Grenzen von Porters Wertschöpfungskette auf, wenn es darum geht, Wertschöpfung und Unternehmensarchitekturen in einer digitalisierten Medienökonomie zu beschreiben. Folgerichtig wählt er daher den sehr stark kunden- bzw. präziser rezipientenorientierten Ansatz des Value Nets von Parolini zur systematischen Analyse und Beschreibung der strategischen Optionen von Regionalzeitungsverlagen und verweist auf Ansätze von Business Webs, die das Zusammenwirken unterschiedlicher Akteure in Ökosystemen in den Mittelpunkt stellen. Gerade weil der Autor dabei das analytische Potenzial dieser Ansätze plausibel darstellt, ist es schade, dass er diese Werkzeuge in der Einordnung der empirischen Befunde eher zurückhaltend einsetzt, insbesondere bezogen auf die Business Webs.

Die empirische Arbeit selbst zeugt dagegen von einem hohen Feldaufwand, einer intensiven Auseinandersetzung mit der gewählten Methode, einer angemessenen Interpretation der Ergebnisse und einem hohen Grad an Reflexion bezogen auf die Grenzen der Interpretationsfähigkeit der eigenen Befunde. Wer mit dem Gedanken spielt, selbst Delphi-Studien in Angriff zu nehmen, für den dürfte das Methodenkapitel eine sehr lohnenswerte Lektüre sein. Einziger Wermutstropfen in dieser sehr transparenten Darstellung der empirischen Arbeit ist eigentlich nur, dass gerade die Anhänge mit den eingesetzten Fragebögen und Leitfäden nicht mit veröffentlicht wurden, obwohl im Text noch auf sie verwiesen wird.

Die Befunde selbst geben ein gutes Bild darüber, über welche Optionen, das eigene Unternehmen wettbewerbsfähig zu halten, in den Führungsetagen von Regionalzeitungsverlagen nachgedacht wird. Wer mit Menschen spricht, die in Verlagen Verantwortung tragen, wird viele Ideen, Ansätze und Argumente schon einmal gehört haben, die hier dargestellt werden, aber selten so konzentriert und systematisiert wie in den drei Entwicklungsszenarien, die der Autor in intensiver Interaktion mit seinen Gesprächspartnern entwickelt. Diese sind sehr dicht und präzise – wenn auch um den Preis des begrenzten Entwicklungshorizonts von vier Jahren ausgehend von der Feldarbeit im Jahre 2011.

Manche Hoffnungen, die Ollrogs Gesprächspartner geäußert haben, sind inzwischen verflogen, andererseits haben sich Rahmenbedingungen aufgetan, die vor drei Jahren so noch nicht absehbar waren. Aber insgesamt kann man die Pfade und Optionen sehr gut erkennen, in denen sich die Akteure vor Ort bewegen können bzw. die sie für sich selbst erkennen und als realistisch betrachten. Hierin liegt meines Erachtens der Wert der Arbeit. Ob man dafür nun auf den Normkontext hinweisen muss, in dem sich Regionalzeitungen als publizistische Einheiten bewegen, sei dahingestellt. Die Gesprächspartner scheinen dies auf der Suche nach neuen Erlösströmen und Wertschöpfungsketten – soweit sich das aus der Arbeit herauslesen lässt – eher weniger zu tun.

**Prof. Dr. Lars Rinsdorf,
Hochschule der Medien Stuttgart**



Quelle: Herbert von Halem Verlag

Rundfunkpolitik und Netzpolitik – Strukturwandel der Medienpolitik in Deutschland

Lutz Hachmeister und Dieter Anschlag (Hrsg.)
Herbert von Halem Verlag, Köln 2013
336 Seiten, 24,- Euro
ISBN 978-3-86962-081-7

Lutz Hachmeister und Dieter Anschlag (Hrsg.) dokumentieren in ihrem im Herbert-von-Halem-Verlag in der Reihe „edition medienpraxis“ erschienenen Band „Rundfunkpolitik und Netzpolitik“ die Debatte zum Strukturwandel der Medienpolitik in Deutschland. Hintergrund des Werks ist ein gemeinsames Essay von Hachmeister/Vesting in der Funkkorrespondenz, das den Diskurs in der Medienfachzeitschrift angestoßen hatte. Entstanden ist ein überaus lesenswerter Sammelband mit knapp 340 Seiten, in dem Medienschaffende ebenso zu Wort kommen wie Verwerter, Medien- und Netzpolitiker, Kommunikations- und Medienwissenschaftler sowie Medienmanager und Rundfunk- bzw. Medienrechtler. Fokus und Kernthesen der auf das Eingangssessay folgenden 24 Stimmen aus Medienpolitik, Medienwissenschaft und Medienpraxis variieren dabei nuancenreich zwischen konservativ-traditionalistisch, moderat-progressiv und modern-innovativen Ansätzen.

Auf das Vorwort, in dem die Herausgeber eine erste Systematisierung von Medienpolitik, ihrem Strukturwandel (personell, generationell, technologisch und geopolitisch) und ihrem Verhältnis zur Netzpolitik vornehmen, folgt der bereits erwähnte gemeinsame Beitrag von Hachmeister/Vesting. Pointiert, bisweilen polemisch, aber nicht überzogen, legen die Autoren die Defizite der gegenwärtigen Medienregulierung offen. Die Legitimationskrise der Landesmedienanstalten („zwischen realer Bedeutungslosigkeit und verzweifelter Selbstbeschäftigung“) kommt ebenso zur Sprache wie die dringend erforderliche Neujustierung eines aus den (verfassungsrechtlichen) Fugen geratenen Rundfunkbegriffs, der sich in der digitalen Medienrealität eben nicht mehr ausschließlich an Karlsruher Judikaten ausrichten lässt. Ge-

warnt wird auch vor desperaten Versuchen, einzelne Ausdrucksformen des neuen „Übermediums“ Internet in das enge Korsett längst überkommener Strukturen zu pressen. Die Autoren plädieren für eine Medienordnung, die der Logik der Netzwerkgesellschaft durch eine fluide Netzpolitik im Mehrebenensystem zwischen nationaler und europäischer Regulierung ebenso wie der globalen Dimension vernetzter Kommunikation Rechnung trägt. In dieser Systematik ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht entbehrlich, muss im Dienste der Vielfaltssicherung aber neu aufgestellt werden, so die Autoren.

Aus der rundfunkrechtlichen Perspektive mahnt Karl-Heinz Ladeur dann unter anderem, dass das duale Rundfunksystem, namentlich Platz und Zuschnitt der beiden Säulen, neu justiert werden muss. Im Rahmen seiner Ausführungen zu fragmentierter Verbreitungsvielfalt im Internet und zum Stand des Jugendmedienschutzes findet er sehr deutliche Worte („unsägliche Hysterisierung über Zensur“). Uneingeschränkt zustimmen muss man seiner Forderung nach mehr Qualität der Sendungen im Ersten und Zweiten Programm in der Primetime.

Während sich der Beitrag Marc Jan Eumanns im Wesentlichen auf eine kritische Replik des Eingangstextes und die enttäuschte Erwartung von Alternativvorschlägen (die ja durchaus auch aus der medienpolitischen Praxis heraus kommen könnten) beschränkt, wagt Norbert Schneider für eine Medienregulierung 2015 radikalere Überlegungen („Doch dass eine föderale Struktur auch in Zukunft angemessen sein könnte, ist ein Gedanke, den man sich aus dem Kopf schlagen sollte“). Diese werden es in der Praxis schwer haben, was unter anderem auf die enorme Veränderungsresistenz von Mehrebenensystemen zurückzuführen ist, worauf Frauke Gerlach in ihrem Beitrag hinweist. Eine sehr pointierte Zustandsbeschreibung des Status quo von Medien, Politik und Regulierung liefert Gerhard Vowe mit seinen „12 Thesen zur Medienpolitik in der Online-Welt“. Das Erfordernis globaler Ausrichtung der Netzpolitik unterstreicht anschließend Ole Reißmann.

Holznagel/Schumacher liefern in ihrem Beitrag eine wertvolle Konzeptualisierung der Netzpolitik (Kernfelder sind das Urheberrecht, Datenschutz, Netzneutralität, Breitbandzugang und die Politikgestaltung im Mehrebenensystem) und machen klar, dass etwa beim Urheberrecht die Interessen der Medien- und Netzpolitik in direktem Widerspruch zueinander stehen.

Dass das System der Medienregulierung in Deutschland vom Grundsatz her auch durch minimal-invasive Maßnahmen an das digitale Zeitalter angepasst werden kann, bekundet Siegfried Schneider ebenso wie Thomas Fuchs, der mit guten Argumenten an die Stelle der Rundfunklizenz eine ex-post-(Missbrauchs-)Aufsicht treten lassen und das Regulierungsziel „must-be-found“ ausgebaut wissen will. Auf das Plädoyer von Leonard Novy zu Gunsten der Etablierung und

Stärkung nicht kommerzieller, gemeinnütziger Journalismusprojekte („Stiftung Journalismus“) folgt der Beitrag von Markus Schächter, der die Sicherung des Qualitätsjournalismus als digitalen Imperativ auch und gerade der Medienpolitik im digitalen Ökosystem formuliert.

Sicher nicht in seinem Sinne wenden sich Özdemir/Passek der Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der Digitalprogramme zu und fragen am Ende spitz, ob „nicht auf Dauer ein in die Jahre gekommenes Hauptprogramm durch einen Spartenkanal für die Zielgruppe 60 plus“ aufzugeben ist. Das Ausufern diverser Scripted-Reality-Formate im Privatfernsehen beklagt Ruprecht Polenz, der der Aufsicht über den Jugendmedienschutz jedenfalls im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gutes Funktionieren bescheinigt. Der Beitrag von Jakob Augstein, der unter anderem den Streit um die Tagesschau-App thematisiert, ist ebenso lesenswert wie die anekdotenreichen Ausführungen von Wolfgang Blau zur Geschichte bedeutsamer Entwicklungsschritte der Medientechnik.

Christoph Keese schließt seinen Beitrag „Für eine moderne Ethik im Internet“ mit einer Liste konkret formulierter ethischer Grundsätze ab, die eine hervorragende Diskussionsgrundlage für weitere Überlegungen bieten. Wenig Überraschendes zur Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks liest man von Lutz Marmor, und der Beitrag von Christopher Lauer zur Netzpolitik der Piraten gerät zu kurz, um weitsichtige Reformvorschläge zu präsentieren.

Die Lektüre des Sammelbands bleibt auch im letzten Drittel facettenreich und spannend. Dem Blick auf das britische Modell der Produzentenpolitik von Steve Hewlett folgt ein Beitrag von Tabea Rössner zur zunehmenden Bedeutung der Medienpolitik. Ihre Stimme aus der politischen Praxis kontrastiert schön mit den grundsätzlichen Überlegungen von Oliver Marchart, der u. a. überlegt, welche demokratiepolitische Rolle ein medialer Service Public hat. In seinen 14 thematischen Skizzen zur Verfassung, dem Rundfunk und dem Netz setzt sich Wolfgang Hagen mit der Rundfunkrechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts auseinander und fordert eine Re-Interpretation des Artikels 5 des Grundgesetzes, die einen mediengattungsübergreifenden Grundversorgungsauftrag im Netz zum Gegenstand hätte.

Überaus lesenswert sind schließlich die Überlegungen von Miriam Meckel, die unter anderem die Meinungsvielfalt in Bezug auf im Suchergebnis individuell zugeschnittene Suchmaschinen (Stichwort Filter-bubble) zum Gegenstand haben. Der Band schließt mit einem Epilog des netzmedial präsenten Sascha Lobo, der das politische Versagen der Netzgemeinde (am Beispiel des Leistungsschutzrechts und durchaus selbstkritisch) beklagt.

Insgesamt handelt es sich vor allem wegen des diskursiven Zuschnitts und den jeweiligen Perspektivwechseln um ein hervorragend lesbares und gewinnbringendes Werk. Wie

wichtig, aber auch wie komplex der Untersuchungsgegenstand ist, wird auch in den Übersichten zu Rundfunkpolitik und Rundfunkaufsicht im Anhang des Sammelbands deutlich, die nicht nur für Studierende nützlich sein dürften. Als kleiner Wermutstropfen bleibt, dass die europäisch/internationale Dimension autorensseitig nur unzureichend abgebildet wird. Hier hätte man sich Beiträge aus den Reihen der Europäischen Kommission/des Europäischen Parlaments sowie aus Gremien der Internet-Governance gewünscht.

Prof. Dr. Tobias Keber,
Hochschule der Medien Stuttgart