

sen zur Funktion und Charakteristik von Moral und interviewte schließlich nochmals die vier Experten einzeln.

Die dabei formulierten Bekenntnisse und Reflexionen bilden einen guten Schluss für einen Sammelband, der in seinen Beiträgen aufgrund der interdisziplinären Ausrichtung zwar nicht homogen, aber durchwegs auf hohem Niveau argumentiert. Die Ethik als die wissenschaftliche Beschäftigung mit der Moral kommt meist in ihrer deskriptiven Spielart zur Sprache, aber es finden sich auch Ausführungen zur Begründung der zurfordernden Moral – weniger in der gewohnten moralphilosophischen Systematik, aber häufig im Zusammenhang mit Problematisierung eines nur-instrumentellen Einsatzes von CSR.

Rüdiger Funiok

Matthias Schumann / Thomas Hess

Grundfragen der Medienwirtschaft

4., überarbeitete Auflage

Berlin und Heidelberg: Springer, 2009. – 258 S.

ISBN 978-3-540-89870-2

Von Beginn an war die Auseinandersetzung mit Fragen der Medienwirtschaft durch eine große Heterogenität gekennzeichnet, da Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, Sozial- und Kommunikationswissenschaft sowie Wirtschafts- und Medieninformatik gleichermaßen an dem Diskurs beteiligt waren respektive beteiligt sind. Das fachliche Spektrum erstreckt sich seitdem von einer Medienbetriebswirtschaftslehre als Spezielle Betriebswirtschaftslehre bis hin zur Medienökonomie als Subdisziplin der Kommunikationswissenschaft.

Gemessen an der diskursiven Gemengelage, wie die Medienwirtschaft vor etwa zehn, 15 Jahren akademisch verortet wurde, muss es als ein bemerkenswerter Erfolg gelten, dass die Wirtschaftsinformatiker und Betriebswirte Matthias Schumann (Göttingen) und Thomas Hess (München) binnen eines Jahrzehnts ihr einschlägiges Lehrbuch *Grundlagen der Medienwirtschaft* in einer vierten Auflage vorgelegt haben.

In den ersten beiden Ausgaben ihres Buches reklamierten die Verfasser noch, Neuland zu betreten, indem sie eine „erste umfassende Darstellung der Medienwirtschaft aus betriebswirtschaftlicher Sicht“ präsentierten. Mittlerweile sprechen Schumann und Hess – standesbewusst – von „Medienbetriebslehre“ oder „-wirtschaftslehre“. Ihrem grundlegenden Konzept sind sie stets treu geblieben: *Grundfragen der*

Medienwirtschaft richtet vornehmlich an Studierende und Praktiker. Dabei vermittelt das Lehrbuch nicht nur wesentliche Grundsätze der Medienwirtschaft, sondern führt zugleich in die Betriebswirtschaftslehre mit klassisch institutionell-funktionaler Ausrichtung ein.

Eingangs erörtern Schumann und Hess allgemeine betriebswirtschaftliche „Grundlagen“ (Kapitel 1). „Wirtschaften“ wird als die Summe aller Tätigkeiten zur Erfüllung menschlicher Bedürfnisse mittels begrenzt verfügbarer Güter und Dienstleistungen begriffen. Medienunternehmen bieten in Form von Information und Unterhaltung Produkte mit kommunikativer und kultureller Relevanz. Innerhalb eines marktwirtschaftlichen Ordnungsrahmens wird Wirtschaften über Märkte koordiniert. Gemäß dem Wirtschaftlichkeitsprinzip sind (Medien-)Unternehmen angehalten, ein möglichst optimales Input/Output-Verhältnis zwischen Güterverbrauch und -entstehung zu erzielen.

Im weiteren Fortgang entwickeln die Autoren kapitelweise unterschiedliche Sichtweisen auf Medienunternehmen: Die „produktorierte Perspektive“ (Kapitel 2) nimmt Absatz und Herstellung ins Visier. Dabei werden Spezifika von Medienangeboten (Verbundprodukt, Nicht-Rivalität des Konsums, natürliche Monopole, Netzeffekte usw.) in den Vordergrund gestellt. Entlang des Dreischritts – Inhalte erzeugen, bündeln, distribuieren – werden Positionierung, Preisfestlegung sowie Abstimmung von Absatz und Herstellung erläutert. Den Schwerpunkt der „ressourcenorientierten Perspektive“ (Kapitel 3) bilden Personal und Anwendungssysteme. Die Beschreibung der Ressource Personal umfasst verhaltensbezogene Grundlagen, den personalwirtschaftlichen Lebenszyklus und arbeitsrechtliche Gesichtspunkte. Unter dem Aspekt Anwendungssysteme werden die Komponenten Hardware, Software und Rechnernetz angesprochen. Nach Maßgabe der Prozessorientierung von Unternehmen werden wertschöpfende bzw. primäre Prozesse sowie unterstützende respektive sekundäre Prozesse unterschieden.

In der „kaufmännischen Perspektive“ (Kapitel 4) konzentrieren sich Schumann und Hess auf das Finanz- und Rechnungswesen. Traditionell dominieren kaufmännische Aufgaben im Bereich des Rechnungswesens und der Finanzwirtschaft. Durch die Anwendung wertorientierter Überlegungen wird eine Kombination beider Richtungen versucht. Die aufgeführten Ansätze werden mit Bezug zur Medienbranche konturiert. Die „managementorientierte Perspektive“ (Kapitel 5) bezieht sich auf Planung und Organisation. Hier stellen die

Verfasser die Hauptfunktionen des Managements und zentrale Bestandteile von Managementsystemen vor. Sie differenzieren zum einen zwischen institutionellen und funktionalen Sichtweisen des Managements, zum anderen zwischen prozeduralen und strukturellen Sichtweisen des Managements.

Mit *Grundfragen der Medienwirtschaft* haben Matthias Schumann und Thomas Hess ein Standardlehrwerk der „Medienwirtschaftslehre als Spezieller Betriebswirtschaftslehre“ verfasst. Jedoch wäre prinzipiell eine dezidiert konzeptuell-methodische Fundierung dieser sich schnell wandelnden Subdisziplin angezeigt. Dieser Umstand drängt sich umso mehr auf, als dass die Autoren expressis verbis zeitgleich gängige betriebswirtschaftliche Grundlagen mit einbeziehen wollen. Denn angesichts der hohen Strukturdynamiken der Märkte, insbesondere der elektronischen und integrierten Segmente (Web 2.0, Crossmedia-Business, Semantic Technologies, Social Networks etc.) werden sich die vorgängigen Trends weiter beschleunigen. Die tradierten mikroskopischen, mesoskopischen und makroskopischen Systemgrenzen von Unternehmen, Märkten und Gesellschaft werden weiter desavouiert und die klassischen Beziehungen im Dreieck von Unternehmen, Kunden und Wettbewerbern werden sich fortwährend transformieren. Unbeschadet dessen überzeugt das Lehrbuch unter didaktischen Gesichtspunkten nach wie vor durch seine durchgängigen Darstellungen und Vertiefungen anhand von Beispielen, Fallstudien und Übungsfragen. Aufs Ganze gesehen haben die Zielgruppen des Lehrbuchs von Schumann und Hess eine verständliche und nützliche Einführung mit spezifischen Konzepten der Medienbranche und aktuellen Themen zur Hand.

Christian Filk

Axel Volmar (Hrsg.)

Zeitkritische Medien

Berlin: Kadmos, 2009. – 396 S.

ISBN 978-3-86599-064-6

Der von Axel Volmar herausgegebene Band bietet Beiträge zu zeitkritischen Medien, womit Medien gemeint sind, für deren Funktionsabläufe die Zeit eine entscheidende Rolle spielt, woraus sich wiederum vielfältige historische, kulturelle und gesellschaftliche Implikationen ableiten lassen.

Ein großes Verdienst des Bandes bildet der erste Beitrag, ein Wiederabdruck eines Textes

von 1864 von Karl Ernst von Baer, der sich mit der Frage des Moments, bzw. den möglichen Folgen unterschiedlicher Momentgrößen befasst. Sehr verkürzt gesagt, fasst von Baer als Moment eine Wahrnehmungseinheit, beim Menschen also in etwa eine Sekunde, ein Augenblick, ein Pulsschlag. Hypothetisch setzt er nun an, wie die Momente aussähen, wenn die Lebenszeit z. B. nur ein Tausendstel des jetzigen Durchschnitts betrüge, aber gleich viele Momente hätte, oder umgekehrt, wie sich die Wahrnehmungsmomente verändern würden, wäre die Lebensspanne um ein Vielfaches höher. Sein Anliegen besteht darin, „den sehr ernst gemeinten Beweis zu führen, daß, wenn das uns angeborne Zeitmaß ein anderes wäre, nothwendig die äußere Natur uns sich anders darstellen würde, nicht bloß kürzer oder länger in ihren Vorgängen und enger oder weiter in ihren Wirkungen, sondern durchaus anders.“ (56)

Ausgesprochen inspirierend ist der sich anschließende Beitrag von Stefan Rieger, der von Baers Überlegungen interpretiert und deren Wirkung in der Wissenschaftsgeschichte verfolgt.

Das Spektrum der darauf folgenden achtzehn Aufsätze ist außerordentlich breit gefächert und lässt sich in seiner Vielfalt nur schwer zusammenfassen: So geht es z. B. um die Chronofotografie und verwandte Aufzeichnungsmethoden, um den Blitz und den Kanonenschuss, den fotografischen Blitz, um „rechtzeitig“ erzielte astronomische Messdaten, um prozessual sich restrukturierende Computerprogramme, um die Zeitprobleme früher telegrafischer Kommunikationstechnologien ebenso wie um die Zeitprobleme, die sich in frühen Netzwerktheorien für die Weiterleitung von Informationen stellen, um Techniken der Identifizierung einzelner RFID-Chips aus einer Vielzahl gleichzeitig sendernder Chips, um die Zeitlichkeit von Problemen der Auflösung in kybernetischen Prozessen – um nur einige Themen zu nennen. Während der erste Teil des Bandes sich in unterschiedlichsten Varianten mit dem Problem des Moments befasst, geht es im zweiten Teil vorwiegend um Technologie-inhärente Zeitfragen, und im dritten Teil werden Brückenschläge geleistet, wie z. B. von der Quantenmechanik zu Cocteau, von digitalen Übertragungsmedien zu Chris Marker, von Optoelektronik und Photonik zu Thomas Pynchon, und den Abschluss bilden zwei Beiträge, die gegenwärtige digitale Audiotechnologien in historische Perspektiven setzen.

Was diese Themenvielfalt zusammenhält, ist die Perspektive der Zeitlichkeit des Digitalen