Besprechungen

Jérôme Bourdon / Cécile Méadel (Hrsg.)
Television Audiences Across the World
Deconstructing the Ratings Machine
Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. – 274 S.
ISBN 978-1-137-34509-7

Der vorliegende Sammelband befasst sich mit den Spezifika der Einschaltquotenerhebung im internationalen Vergleich. Auch wenn die Autoren ihre Beiträge sehr unterschiedlich in den Gesamtkontext des Titels einordnen, lässt sich als idée directrice erkennen, dass die Reichweitenerhebungen des Fernsehens aktiven Einfluss auf die Beziehungen zwischen Machern, Anbietern und Nutzern haben und Rückschlüsse auf gesellschaftliche Strukturen der untersuchten Länder ermöglichen. Die Fokussierung der Beiträge ist dabei vom theoretischen Ansatz und den verwendeten Quellen sehr unterschiedlich. Der überwiegende Teil der Autoren kommt aus dem Bereich der akademischen Wissenschaft, nur wenige sind oder waren selbst Teil der „Ratings Machine".

Der Sammelband gliedert sich in drei Hauptteile: Im ersten Teil wird die Entwicklung der Einschaltquotenmessung in verschiedenen Ländern mit einem gewissen Schwerpunkt der historischen Entwicklung dargestellt. Im zweiten Teil werden länderspezifische Fragestellungen und Kritikpunkte herausgearbeitet. Der dritte Teil befasst sich mit den Herausforderungen, die sich durch die Veränderung des Fernsehens ergeben.

Die Herausgeber *Bourdon* und *Méadel* weisen in ihrer Einführung darauf hin, dass es schwierig ist, eine Bewertung der Messsysteme für die Einschaltquoten des Fernsehens vorzunehmen, da sie zumeist als „closed shop" betrieben werden. Was allenfalls sichtbar wird, sind gesellschaftliche Wirkungen und öffentliche Reflexe; eine direkte Bewertung der sozial- bzw. marktforscherischen Qualität der Systeme ist dagegen in der Praxis kaum möglich. Der Ansatz, aus den sichtbaren Phänomenen Rückschlüsse auf die Konstruktionsprinzipien zu ziehen, wird wissenschaftstheoretisch auch als „Dekonstruktion" bezeichnet.

Dieser Hintergrund gibt interessante Einblicke in die Entwicklung und den aktuellen Stellenwert der Einschaltquotenmessung einschließlich der wissenschaftlich-kritischen Begleitung der Entwicklung. Hierbei steht der Aspekt der Programmforschung bzw. der Aspekt der Öffentlichkeit der Bewertung des Mediums im Vordergrund. Dem Umstand, dass die Ratings Machine „Trading Currency" des Werbeträgers Fernsehen ist, wird in der Einführung (und auch im gesamten Sammelband) etwas zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Geldströme zwischen Medienanbietern, Mediaagenturen und Werbungtreibenden sind der wirtschaftliche Impact, der dazu führt, dass mit erheblichem finanziellem Aufwand Ratings Machines gebaut werden.

Eine in mehreren Beiträgen angesprochene Thematik ist, dass eine bezüglich Coverage systematisch unvollständige Einschaltquotenmessung einen Teil der Öffentlichkeit benachteiligt. Sehr tiefgehend wird dies von *Hamburger*, *Buarque de Almeida* und *Aidar* am Beispiel Brasiliens dargestellt, wo Menschen schwarzer Hautfarbe und in der untersten sozialen Schicht nicht Bestandteil der Ratings Machine waren. Auch in den USA existierten Communities, die unter der Abkürzung DCUO („Don't count us out") gegen ein vom Monopolanbieter Nielsen praktiziertes Rekrutierungsverfahren protestierten. Das Faktum, dass die Coverage der Einschaltquotenmessung unvollständig ist, ist auch in anderen Ländern zu beobachten. *Davydow* erwähnt, dass in Russland Einschaltquotenmessung nur in Städten über 100.000 Einwohner stattfindet, ohne daraus eine Diskriminierung der Landbevölkerung abzuleiten. Im Beitrag über Australien von *Balnaves* wird dieser Aspekt überhaupt nicht thematisiert, obwohl in Australien eine Konzentration auf Metropolengebiete vorhanden ist. Gerade weil der Aspekt der unvollständigen Coverage so relevant ist, verwundert es, dass messtechnisch bedingte oder wirtschaftlich begründete Lücken, wie z. B. die Nichtberücksichtigung von lokalen oder interessensspezifischen Nischenangeboten, unerwähnt bleiben. Auch der Tatsache, dass manche Messsysteme nur für den „Club der Teilnehmer" Daten erheben (de facto in allen Ländern, deren Messung mit Watermarking erfolgt), wird keine angemessene Aufmerksamkeit gewidmet.

Ein ebenfalls in verschiedenen Beiträgen – vor allem im Beitrag von *Davydov* und *Johansson* über Russland – aufgegriffener Aspekt ist der Zusammenhang zwischen der Entwicklung des politischen Systems und der Einschaltquotenmessung im Zuge eines politischen Wandels. Interessant sind hierbei auch die Parallelitäten in der Entwicklung von allgemeinen Meinungsumfragen („Opinion Polls") und Einschaltquotenmessung.

Das UK ist im Sammelband mit zwei Artikeln vertreten. *Schwarzkopf* zeigt in seinem Beitrag über die historische Entwicklung seit

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2015-1-83 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

1930, wie sich die Einschaltquotenmessung im TV-Ecosystem positioniert hat. Im Artikel von *Balnaves* werden die unterschiedlichen Schablonen der Ratings Machines von UK und USA gegenübergestellt. Das Broadcasters Audience Research Board (BARB) in UK ist als sog. Joint Industry Committee (JIC) organisiert, in dem neben dem potenten Public Broadcasting Service BBC auch werbefinanzierte Anbieter und der Pay-Anbieter Sky zusammenarbeiten und das System gemeinsam finanzieren. In den USA stehen sich mit Nielsen und den großen Networks vollständig kommerziell ausgerichtete Quotenanbieter und -nachfrager gegenüber. Nielsen betreibt ein Business auf eigenes wirtschaftliches Risiko und verkauft Daten. Die Darstellung der grundsätzlich unterschiedlichen Organisation der Ratings Machines ist äußerst hilfreich für die Einordnung anderer Systeme in den späteren Kapiteln.

Der Beitrag über das deutsche System der Einschaltquotenmessung ist im Vergleich zu den anderen Artikeln sehr deskriptiv und stützt sich in der Darstellung sehr stark auf eine Eigendarstellung des Trägers der Einschaltquotenmessung, der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) aus dem Jahr 2008. Auch wenn zahlreiche Fakten im historischen Ablauf benannt werden, ist die inhaltliche Aufbereitung durch *Vollberg* nicht immer überzeugend: So werden beispielsweise Sendeprotokolle nicht per Fax von Instituten übermittelt, die Außer-Haus-Nutzung wird nicht gemessen, sondern durch die Gästenutzung statistisch modelliert, und eine Programmbewertung innerhalb des Quoten-Messsystems findet nur in Österreich statt. Auch wäre es vielleicht im Kontext des Beitrags interessant gewesen, darauf hinzuweisen, dass die Einschaltquoten in Deutschland Basis für die Ermittlung der Konzentration im Medienbereich sind.

Der dritte Teil des Sammelbandes enthält Beiträge, die sich spezifisch den Zukunftsoptionen und Herausforderungen durch das Internet oder die Konvergenz der Medien widmen. Die Fallstudie aus Irland von *Murray* zeigt, welche Herausforderungen sich für die Programmplanung im Multichannel-Zeitalter des Fernsehens ergeben und welche Rolle hierbei die Einschaltquoten insgesamt und im Besonderen die Analyse des Audience Flow spielen. Es wird in diesem Beitrag auch aufgezeigt, wie die Einschaltquoten integraler Bestandteil eines Programmcontrolling für einen Public Broadcast Service werden.

Einen anderen Aspekt greift *Napoli* auf. Er beschreibt für die USA, welche Auswirkungen der Übergang von einem einheitlichen nationalen Einschaltquotensystem zu verschiedenen im Wettbewerb stehenden Systemen hat. Während Nielsen sein National Peoplemeter System in die lokalen Märkte erweitert, hat der Anbieter Arbitron mit dem Personal Peoplemeter System (PPM) ein Messgerät zum Einsatz gebracht, das der Teilnehmer unmittelbar bei sich trägt und mit dem auch mobile Mediennutzung messbar ist.

Evens und *Berte* gehen am Beispiel Belgiens auf Entwicklungen und Herausforderungen der Einschaltquotenmessung ein, die sich durch die Digitalisierung des Fernsehens ergeben. Auch wenn zahlreiche Optionen, insbesondere die Nutzung von Set Top Box Data benannt werden, fehlt die analytische Trennung, welche Herausforderungen messtechnisch (z. B. durch Audiomatching) bedingt sind, welche durch die Marktfragmentierung (Vollerhebungs-Ansatz) und welche durch neue Nutzungsoptionen. Das Zukunftsbild für die Ratings Machine bleibt damit etwas vage.

Bjur setzt sich kritisch mit dem Phänomen auseinander, dass die Verwendung bestimmter, standardisierter Leistungsindikatoren wie Rating, Reach, Share, Frequency nur einen Ausschnitt aus der in den Peoplemeter-Systemen erhobenen Daten widerspiegelt. Diese Indikatoren vernachlässigen wichtige Aspekte, wie den sozialen Kontext der Fernsehnutzung oder die zeitliche Allokation der Nutzungsvorgänge. Zudem wird vergangene Nutzung nicht im Kontext mit aktueller Nutzung gesehen. Die auch theoretisch gut fundierten Überlegungen zur Verdichtung der Informationen aus der Messung sind spannend zu lesen. Die Kritik an den aktuellen Analysemöglichkeiten sowie die Chancen alternativer Ansätze sind zwar gut nachvollziehbar, möglicherweise resultieren die empfundenen Restriktionen aber aus den verfügbaren Analysesystemen bzw. Datenzugangsoptionen, die jedoch den Messdaten in Rohform nicht inhärent sind. Die Analyse von Co-Viewing oder nutzungsdefinierte Zielgruppen sind in modernen Auswertungssystemen verfügbar. Trotzdem sind die Überlegungen, wie der Schatz, den die Ratings Machines enthalten, besser gehoben werden kann, kreativ und anregend.

Im Sammelband werden mit Indien, Italien, Kanada und Frankreich die Einschaltquoten-Messsysteme weiterer Länder im Hinblick auf Organisation, Relevanz für Wirtschaft, Gesellschaft und Politik mit jeweils unterschiedlicher Fokussierung untersucht.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Sammelband eine Fülle von Fakten über Einschaltquoten-Messsysteme und auch viele

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2015-1-83 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

spannende Bewertungen enthält. In einigen Beiträgen basiert die Kritik jedoch teilweise auf der normativen Vor-Orientierung, dass für Ratings Machines Maßstäbe eines öffentlichen Gutes anzulegen seien, was – von ganz wenigen Ländern abgesehen (z. B. die Stiftungsmodelle in Japan und der Schweiz) – nicht die Intention der Systeme ist. Ferner wäre ein zwischen den Autoren abgestimmter Kriterienkatalog zur Beurteilung der Systeme erleichternd für die Lektüre gewesen.

Vor allem für einen Leser mit Vorkenntnissen über Einschaltquoten-Messsysteme gibt das Buch aber zahlreiche interessante Informationen und Anregung zur Diskussion sowie ggf. auch zu kritischer Auseinandersetzung mit der eigenen Arbeit.

Bernhard Engel

Frank Esser / Jesper Strömbäck (Eds.)
Mediatization of Politics

Understanding the Transformation of Western Democracies

Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. – 264 S.
ISBN 978-1-137-27583-7

Um die Besonderheit des von Frank Esser und Jesper Strömbäck herausgegebenen Bandes „Mediatization of politics" verstehen zu können, ist es notwendig, ihn in der aktuellen Mediatisierungsforschung zu kontextualisieren. In dieser bestehen zumindest zwei Traditionen. Zum einen ist das die „institutionalistische Tradition". Sie kommt aus der Massenkommunikations- und Journalismusforschung, versteht Medien als unabhängige Institutionen bzw. ein eigenes System oder Feld und untersucht den Einfluss dieser Institutionen und deren „Medienlogik" auf andere Systeme oder Felder der Gesellschaft. Zum anderen gibt es die „sozialkonstruktivistische Tradition". Sie kommt aus der Medien- und Kommunikationssoziologie bzw. Nutzungs- und Aneignungsforschung, versteht Medien als vielschichtige Instanzen des kommunikativen Handelns und erforscht die Veränderung der kommunikativen Praxis und damit verbundener Wirklichkeitskonstruktionen mit dem Wandel von Medien. Während lange Zeit beide Traditionen nebeneinander standen, bewegen sie sich gegenwärtig aufeinander zu und sind in Dialog miteinander getreten. Dies hat nicht zuletzt etwas mit dem aktuellen Mediatisierungsschub der Digitalisierung zu tun: In der „institutionalistischen Tradition" wurde deutlich, dass das Konzept der „Medienlogik" bisher zu einfach gedacht war, insbesondere im Hinblick auf den feld- und systemübergreifenden Charakter der Digitalisierung. In der „sozialkonstruktivistischen Tradition" wurde deutlich, dass es notwendig ist, den organisationellen Charakter von Medien bei der Durchsetzung von Digitalisierung stärker in den eigenen Analysen zu berücksichtigen. Dass sich hier beide Traditionen komplementär ergänzen (können), ist offensichtlich.

In dieser aktuellen Diskussion positioniert sich das Buch „Mediatization of Politics" mit seiner doppelten Zielsetzung (5): Es soll einerseits der aktuelle Stand der Forschung zur Mediatisierung von Politik zusammengetragen werden. Ausgehend davon gilt es andererseits, die Theorie der Mediatisierung von Politik vor dem Hintergrund des aktuellen Mediatisierungsschubs der Digitalisierung voranzubringen. Formuliert wird diese doppelte Zielsetzung in der rahmenden Einleitung, die wie das Schlusskapitel von den Herausgebern Frank Esser und Jens Strömbäck verfasst ist. In beiden beleuchten sie mit Bezug auf die einzelnen Artikel den aktuellen Stand der Entwicklung hin zu einer möglichen Theorie der Mediatisierung von Politik. Daneben ist das Buch in zwei inhaltliche Abschnitte gegliedert, „Foundations" und „Dimensions of Mediatization".

Im Abschnitt „Foundations" stellen vier Beiträge die Grundüberlegungen der Forschung zur Mediatisierung von Politik dar bzw. den Brückenschlag zur weiteren Forschung zu politischer Kommunikation her. Jay G. Blumler diskutiert als Veteran des Fachs die Beziehung von Mediatisierung und Demokratie. Er stellt hierbei Bezüge zur klassischen Forschung her und wirft die Frage auf, ob man die Diskussion um die Mediatisierung von Politik nicht auf die Mediatisierung von Öffentlichkeit erweitern sollte. Gianpietro Mazzoleni arbeitet heraus, dass in der aktuellen Medienumgebung die Mediatisierung von Politik beschleunigt wird, wobei „Logiken der alten Medien" (54) im Widerspruch zu neuen Formaten stehen.

Winfried Schulz als einer der langjährigsten Mediatisierungsforscher in diesem Band bewegt sich gänzlich hin zu einer Betrachtung der Mediatisierung digitaler Medien. Dabei kann sein Artikel als eine (sehr gelungene) Antwort auf die Fragen gelesen werden kann, die er selbst in einem Aufsatz 2004 bezogen auf Digitalisierung aufwarf. Explizit weist er darauf hin, dass der aktuelle Mediatisierungsschub es notwendig macht, die alte Perspektive der Mediatisierung von Politik zu reformulieren, den Gedanken aufzugeben, dass Medien autonome Institutionen wären und die Vorstellung einer homogenen Medienlogik in Frage zu stellen (68).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2015-1-83 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY