

ÖFFENTLICHKEIT UND GESCHICHTE

Thomas Birkner / Maria Löblich /
Alina Laura Tiews / Hans-Ulrich Wagner (Hrsg.)

Neue Vielfalt

Medienpluralität und -konkurrenz in
historischer Perspektive

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas Birkner / Maria Löblich / Alina Laura Tiews /
Hans-Ulrich Wagner (Hrsg.)
Neue Vielfalt.
Medienpluralität und -konkurrenz in historischer Perspektive
Öffentlichkeit und Geschichte, 10
Köln: Halem, 2016

Die Reihe *Öffentlichkeit und Geschichte* wird herausgegeben von
Markus Behmer (München), Hans Bohrmann (Dortmund), Wolfgang Duchkowitsch
(Wien), Fritz Hausjell (Wien), Horst Pöttker (Dortmund) und Marianne Ravenstein
(Münster i. W.).

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2016 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1865-3359

ISBN (Print): 978-3-86962-204-0

ISBN (PDF): 978-3-86962-205-7

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Die Reihe *Öffentlichkeit und Geschichte*

»Übrigens ist mir alles verhaßt, was mich bloß belehrt, ohne meine Tätigkeit zu vermehren oder unmittelbar zu beleben.«

Mit diesem Goethe-Wort beginnt Nietzsche seine unzeitgemäße Betrachtung *Vom Nutzen und Nachteil der Historie für das Leben*. Auch für Medien und ihr Publikum sollte Geschichte kein Bildungsballast sein, sondern etwas Belebendes.

Deshalb erscheinen in der Reihe *Öffentlichkeit und Geschichte* Arbeiten, die Vergangenheit mit Gegenwart verknüpfen: Untersuchungen darüber, wie historische Vorgänge öffentlich vermittelt werden (können) – Studien zur Entstehung und Entwicklung des Journalismus und der Medien, ihrer Arbeitstechniken, Darstellungsformen und Selbstverständnisse – Porträts früherer Periodika oder Publizisten, von denen zu lernen ist, sei es im Sinne des Nachstrebens, sei es im Sinne der Kritik.

Öffentlichkeit und Geschichte setzt die Reihe *Journalismus und Geschichte* fort, die bis 2004 von Hans Bohrmann und Horst Pöttker im Universitätsverlag Konstanz herausgegeben wurde.

Herausgeber sind Markus Behmer (München), Hans Bohrmann (Dortmund), Wolfgang Duchkowitsch (Wien), Fritz Hausjell (Wien), Horst Pöttker (Dortmund) und Marianne Ravenstein (Münster i.W.).

Inhalt

THOMAS BIRKNER / MARIA LÖBLICH / ALINA LAURA TIEWS / HANS-ULRICH WAGNER Einleitung	9
PATRICK MERZIGER »Zwei Nationen, die sich nie verstehen werden«. Die Bildwelt in der populären illustrierten Presse im deutschen Kaiserreich 1900 - 1914	20
SIGRUN LEHNERT Vom ›All in one‹ zur audiovisuellen Pluralität: Von der Kinowochenschau zu Fernsehsendungen mit Aktualitätsanspruch	47
CHRISTOPH HILGERT Irreguläre Impulsgeber? Der öffentlich-rechtliche Rundfunk im asymmetrischen Wettbewerb um seine Hörer in den 1950er- und 1960er-Jahren	72
SUSANNE VOLLBERG Das 2. Programm – Neue Vielfalt im Fernsehen der DDR?	93

CHRISTIAN HERZOG	114
Vom öffentlich-rechtlichen Oligopol zum dualen Rundfunksystem: Die Einführung des Privatfernsehens aus akteurszentrierter Perspektive	
ANNA-LISA NEUENFELD	141
Das Ringen um die Macht. Peter Glotz und die SPD in den medienpolitischen Auseinandersetzungen der ›alten‹ Bundesrepublik	
THOMAS BIRKNER	158
»Rambos, Machos und Killer« – Helmut Schmidt und das Fernsehen	
JÖRG HAGENAH	181
Über die Formatierung der Radiolandschaft durch die Einführung des dualen Rundfunksystems: Daten, Analysen und Forschungsperspektiven	
STEFFEN KOLB	210
Vielfalt in deutschen Fernsehvollprogrammen	
NICOLE GONSER	231
Zwischen Bereicherung und Überforderung – Umgang mit Medienvielfalt am Beispiel der Privatrundfunkeinführung in der Bundesrepublik	
CHRISTIAN SCHWARZENEGGER / THORSTEN NAAB	255
Neue Vielfalt und Mediengenerationen. Ein Beitrag zur historischen Mediennutzungsforschung?	

MARIA KARIDI	281
Wie medienpolitische Entscheidungen die Nachrichten verändern: Eine Meta-Analyse zum Wandel des Massenmediensystems in Deutschland (1984-2014)	
JÜRGEN WILKE	312
Pluralisierung von Medienangeboten. Historische Determinanten	
Autoren und Herausgeber	327

Öffentlichkeit und Geschichte



THOMAS BIRKNER / MARIA LÖBLICH /
ALINA LAURA TIEWS /
HANS-ULRICH WAGNER (Hrsg.)

Neue Vielfalt. Medienpluralität und -konkurrenz in historischer Perspektive

Öffentlichkeit und Geschichte, 10
2016, 336 S., 21 Abb., 7 Tab., Broschur,
ISBN 978-3-86962-204-0

Ausgehend von der Einführung des dualen Rundfunksystems in Deutschland vor gut 30 Jahren werden im vorliegenden Tagungsband Medienpluralität und -konkurrenz aus historischer Perspektive betrachtet. Dabei werden unterschiedliche Facetten der Pluralisierung von Medien untersucht. Neben einer geschichtlichen Systematisierung werden zuerst Vorstufen von Medienpluralität und -konkurrenz etwa im Kaiserreich, im Radio der 1950er- und 1960er-Jahre und im DDR-Fernsehen analysiert. Anschließend stehen die handelnden Akteure jener Epoche im Mittelpunkt, in der private Rundfunksender in der Bundesrepublik Deutschland zugelassen wurden. Schließlich werden die Auswirkungen auf andere Mediengattungen und auf die Mediennutzer ausführlich diskutiert.

Während die Formatierung des Radios wenig zur Vielfalt beigetragen hat, haben sich auch die gedruckten Nachrichten im Zeitverlauf verändert. Entsprechend entwickelt sich Nutzungsverhalten generationsspezifisch und Medienvielfalt bedeutet heute sowohl Bereicherung als auch Überforderung.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

THOMAS BIRKNER / MARIA LÖBLICH /
ALINA LAURA TIEWS / HANS-ULRICH WAGNER

Einleitung

Hamburg war der Schauplatz der Jahrestagung der Fachgruppe Kommunikationsgeschichte in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK), die vom 15. bis 17. Januar 2015 stattfand. Ein Grund für die Wahl dieses Tagungsorts liegt in der Bedeutung Hamburgs als Medienmetropole und Standort einer Vielzahl von Medieninstitutionen und -unternehmen sowie einer sich parallel dazu immer wieder neu entwickelnden ›Neuen Vielfalt‹ – gegenwärtig wie historisch. Ein weiterer Grund für die Hansestadt als Veranstaltungsort war der Start des dualen Rundfunksystems vor 30 Jahren. Am 1. Januar 1985 hatte in der Hamburger City Nord die AKTUELL Presse-Fernseh-GmbH ihren Programmbetrieb aufgenommen und lieferte dem zeitgleich bundesweit im Kabel startenden kommerziellen Fernsehsender SAT.1 die Nachrichten zu. Zum 1. Januar 1986 trat das Hamburgische Mediengesetz in Kraft und die *Hamburgische Anstalt für neue Medien* (HAM) nahm ihre Arbeit auf. Ende 1986 folgte mit Radio Hamburg der erste lizenzierte, privatwirtschaftlich arbeitende Radiosender in der Hansestadt. Hamburg wurde so ein wichtiger Schauplatz bei der Einführung des privaten Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland (WAGNER/HAMMANN 2016). Die DGPK-Fachgruppe Kommunikationsgeschichte und die in Hamburg etablierte Forschungsstelle Mediengeschichte nahmen den Beginn dieses dualen Rundfunksystems als thematischen Anlass, nach Hamburg einzuladen. Aspekte einer ›Neuen Vielfalt‹ in der Geschichte der Medien und Kommunikation sollten kritisch diskutiert werden – beim Start des privaten Rundfunks und weit darüber hinaus.

1. Vielfaltsbegriffe

Die kommunikationswissenschaftliche Literatur hat zahlreiche und teilweise mehrdeutige Vielfaltsbegriffe entwickelt (vgl. KARPPINEN 2013). Doch haben diese Begriffe in ihrer demokratietheoretischen Ausrichtung einen gemeinsamen Nenner. Sie fragen nach der Erfüllung demokratischer Funktionen – vor allem in Bezug auf umfassende Information für politische Teilhabe – durch einzelne Medien und das Mediensystem. Die kommunikationswissenschaftliche Vielfaltsforschung hat sich damit beschäftigt, Kriterien für Vielfalt zu entwickeln und publizistische Vielfalt dabei als Vielfalt der Anbieter oder Vielfalt innerhalb eines Medienangebots verstanden. Sie hat empirisch untersucht, ob die theoretischen Voraussetzungen und die vermuteten Wirkungen von Vielfalt tatsächlich gegeben sind und welche Grenzen Vielfaltsforderungen auf Rezipientenseite gesetzt sind (vgl. MCQUAIL 1992; RAGER/WEBER 1992a; ZERBACK 2013). Die Vielfaltsforschung war stets eng an die medienstrukturelle Entwicklung und die medienpolitische Diskussion gebunden.

In der Medienpolitik hat Vielfalt nicht nur als demokratietheoretischer Wert eine Rolle gespielt. Leitprinzipien wie Vielfalt waren hier immer auch Kampfbegriffe, die zur Verfolgung partikularer Interessen und zur Legitimation medienstruktureller Entscheidungen benutzt wurden (vgl. NAPOLI 2001).

Anders als im überwiegenden Teil der Literatur sollte der Tagung ein weites Verständnis von Vielfalt zugrunde liegen. Der Fragehorizont sollte offen sein für die Folgen, die mit der Verbreitung eines neuen Mediums oder einer neuen Medientechnologie verbunden sind – Folgen für Kommunikatoren, Inhalte, Rezipienten und Wettbewerber. Gleichzeitig sollten dabei die technischen, politischen, ökonomischen, gesellschaftlichen sowie professionellen Einflussfaktoren auf Situationen eines neuen medialen Wettbewerbs berücksichtigt werden (vgl. den Beitrag von JÜRGEN WILKE in diesem Band). Ein solcher Vielfaltsbegriff ist in der Kommunikationswissenschaft zugegebenermaßen unkonventionell und wirft auch die Frage auf, weshalb nicht ein etablierter Begriff wie ›Medienwandel‹ benutzt wurde. Schließlich hatte sich die Fachgruppe 2013 auf ihrer Tagung in Augsburg vielfältigen theoretischen Zugängen zum Thema Medienwandel gewidmet. Damals standen diverse Theorieangebote zur Debatte, etwa Medialisierung und Mediatisierung und ihr Potenzial, Medienwandel zu erklären (vgl. KINNEBROCK/SCHWARZENEGGER/BIRKNER 2015). Im Gegensatz zur

theoretischen Reflexion auf den Zusammenhang zwischen medialem und gesellschaftlichem Wandel sollte in Hamburg auf alle Dimensionen von Pluralität innerhalb von Mediensystemen gezielt werden und die historischen Wechselwirkungen von Medienorganisationen, Medienangeboten und Kommunikationsformen mit- und untereinander in den Vordergrund gerückt werden – komplexe Zusammenhänge also, die durch die Verbreitung eines neuen Mediums oder einer neuen Technologie entstanden sind und Folgen für die genannten Kommunikationsgruppen hatten.

2. Neue Vielfalt in der Medien- und Kommunikationsgeschichte

Insofern knüpft die Fragestellung zwar speziell an medienevolutionäre Forschungen an (STÖBER 2013) sowie an Studien zur Medienkomplementarität ›alter‹ und ›neuer‹ Medien (PEISER 2008), geht aber mit der spezifischen Thematik der Medienpluralität über die dort behandelte Analyse von Abfolge hinaus. Die Frage nach neuer Vielfalt soll für die Medien- und Kommunikationsgeschichte fruchtbar gemacht werden.

Vor Einführung des privaten Rundfunks, die hier als jüngere Zäsur in der Geschichte des Mediensystems genommen wurde, sind solche Wechselwirkungen unter anderem für die 1950er- und 1960er-Jahre festgestellt worden, als sich das Fernsehen ausbreitete. Der Ausbau der täglichen Sendezeit und die Einrichtung weiterer Programme im Fernsehen und im Radio verlangte von den Programmverantwortlichen, die interne Organisation auszubauen, Journalisten zu engagieren oder für räumliche Kapazitäten zu sorgen (vgl. BAUSCH 1980). Die Zuschauer konnten nach dem Sendestart des ZDF und der DRITTEN PROGRAMME verschiedener ARD-Rundfunkanstalten unter mehreren Programmen wählen. Konnten sie bis dahin einzelnen Sendungen nicht ausweichen, mussten Programmgestalter nun eine veränderte Nutzungssituation berücksichtigen – entstanden aus einem stärker kompetitiven Umfeld der Fernsehproduktion (DUSSEL 2000).

In den medienpolitischen Diskussionen Ende der 1960er- und vor allem in den 1970er-Jahren wurde Meinungsvielfalt zu einem wichtigen Argument. Das Streitobjekt war dabei zum einen die Presse, zum anderen der öffentlich-rechtliche Rundfunk. In der Diskussion um Pressekonzentration und innere Pressefreiheit wurden sowohl die Idee der Binnenpluralität (Vielfalt innerhalb eines Presseangebots) als auch der Gedanke der

Außenpluralität (über die Vielfalt von Presseangeboten) diskutiert. Mit der Pressefusionskontrolle versuchte der Gesetzgeber 1976, die Außenpluralität zu schützen (vgl. SCHÜTZ 1999). Außenpluralität war aus Sicht des Bundesverfassungsgerichts im Jahr 1961 kein gangbarer Weg für den Rundfunk. Argumentiert wurde hier vor allem mit der Frequenzknappheit: Die wenigen Frequenzplätze erforderten einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der im Programm die Beteiligung aller gesellschaftlichen Stimmen sichert (vgl. BÖSCH 2012). Fehlende Meinungsvielfalt und linkstendenziöse Berichterstattung lautete später jedoch der Vorwurf an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk; vorgebracht von konservativen Kritikern in der Zeit der sozial-liberalen Koalition (»Rotfunk-Debatte«; vgl. SCHMID 2001).

Die Zulassung von privatwirtschaftlich organisiertem Rundfunk und die darauffolgende Zunahme von Radio- und Fernsehsendern ist von den Zeitgenossen als eine »neue Unübersichtlichkeit«, eine »Phase der Pluralisierung«, aber auch Entpolitisierung bewertet worden (BÖSCH 2012: 191). Technisch möglich geworden war diese Situation dadurch, dass die Zahl der Frequenzen sich vervielfacht hatte und die Produktion von Radio-sendungen billiger geworden war (vgl. RAGER/WEBER 1992b: 13).

3. Medienpluralität und -konkurrenz in historischer Perspektive

Im Zentrum des Forschungsinteresses standen die Fragen, wann und wie jeweils eine neue Vielfalt auftrat; wie die bis dahin bestehenden Medien auf diese Pluralisierung reagierten und wie die Mediennutzer mit den neuen Möglichkeiten und Versprechen umgingen. Dies sind auch die Leitfragen des vorliegenden Bandes, der die Ergebnisse der Tagung dokumentiert. Er zeigt Situationen jeweils neuer Medienpluralität und -konkurrenz auf, denn eine neue Vielfalt in den Medien meint mehr als nur die Abfolge von »alten« zu »neuen« Medien. Wann immer neue Vielfalt im Ensemble der Medien auftrat und auftritt, ringen die Einzelmedien um Publika. Dabei stehen sie ökonomisch zueinander in Konkurrenz; Journalisten kämpfen um die Aufmerksamkeit der Rezipienten. Umgekehrt fordert die Medienpluralität die Nutzer auf, ihr eigenes Medienmenü jeweils neu zusammenzustellen. Die neue Vielfalt in den Medien spielt sich auf sehr unterschiedlichen Ebenen ab – auf der von Mediensystemen, von Politik und Technik, von einzelnen Medienunter-

nehmen und -verantwortlichen, von konkreten Angeboten und Formen, sowie von ihrer Nutzung und des Umgangs mit den Medien. Sie alle werden im vorliegenden Band aufgezeigt. Fragestellungen sind: Wie hingen Entwicklungen in diesen Bereichen zusammen? Welche Rolle spielten Regulierung und Deregulierung? Wie sah die tatsächliche oder vermeintliche ›Neue Vielfalt‹ von Medienangeboten und -formen im Einzelnen aus? Welche Versprechen wurden von den Anbietern gegeben, welche neuen Erscheinungsformen gab es und wo wurde beim vermeintlich Neuen auf Bewährtes zurückgegriffen? Welche gegenläufigen Entwicklungen fanden möglicherweise parallel statt und gingen mit einem Verlust von Vielfalt einher? Wie reagierten die Mediennutzer auf die veränderte Situation und wie gestalteten sie diese aktiv mit?

4. Aufbau und Inhalt

Diese Fragen bilden den konzeptionellen Hintergrund, vor dem die hier versammelten dreizehn Beiträge zu sehen sind. Sie stellen überarbeitete Fassungen der auf der DGpuK-Fachgruppentagung 2015 in Hamburg gehaltenen Vorträge dar. Das Themenspektrum der hier erforschten Pluralisierung von Medienangeboten reicht von der Pressewelt des wilhelminischen Kaiserreichs über konkurrierende Massenmedien eines geteilten Deutschlands nach 1945 bis zur Kommerzialisierung und zu den ›Neuen Medien‹ im vereinigten Deutschland der 2000er-Jahre. Liegt ein Fokus des Bandes somit durchaus auf deutschen Fragestellungen, lotet er dafür das Ensemble der Massenmedien nicht nur in dessen ganzer medialer Vielfalt, sondern auch in seiner bisher mehr als hundertjährigen Geschichte aus. Die Beiträge bauen chronologisch aufeinander auf. Sie präsentieren Fallstudien und werfen empirisch fundierte Schlaglichter auf Momente von neuer Vielfalt im ›langen‹ 20. Jahrhundert.

Der Band beginnt mit den Untersuchungen PATRICK MERZIGERS zu konkurrierenden Bildwelten in der populären illustrierten Presse des deutschen Kaiserreichs. Merziger untersucht Bilder im pikanten *Witzblatt* und der *Criminal-Illustrierten* und kommt zu erstaunlichen Ergebnissen: Was in der sittlich strengen wilhelminischen Welt nicht sagbar war, war dennoch häufig zeigbar – und genau hierin lag das Erfolgsrezept der um 1900 wie Pilze aus dem Boden schießenden illustrierten Blättchen, die mit immer neuen, immer skandalöseren Bildern um Leser buhlten. Ebenfalls

dem Visuellen, allerdings für eine Zeit etwa ein halbes Jahrhundert später, widmet sich SIGRUN LEHNERT im folgenden Beitrag über das »All in One«-Format der deutschen Wochenschau. Sie zeigt auf, wie gegenüber den Wochenschauen im Kino sich die Fernsehnachrichten, konkret die *Tagesschau* der ARD, vor allem durch ihren »Aktualitätsanspruch« auszeichneten. CHRISTOPH HILGERT erweitert das untersuchte Medienensemble um den Hörfunk. In seinem Aufsatz erkundet er – ausgehend von seiner preisgekrönten Dissertation über Jugendprogramme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Nordwesten der Bundesrepublik und in Großbritannien – die Konkurrenzsituation auf dem westdeutschen Radiomarkt in den 1960er-Jahren, also deutlich vor der Einführung des dualen Rundfunksystems. Denn, und das ist bislang häufig übersehen worden, die öffentlich-rechtlichen Radioprogramme standen schon damals im Wettbewerb mit privaten Rundfunkanbietern – namentlich waren dies nach Hilgert vor allem Radio Luxemburg sowie die westalliierten Truppenbetreuungssender *American Forces Network* (AFN) und *British Forces Network* (BFN). Hilgert beschreibt die Situation als »asymmetrischen Wettbewerb« und nennt die Konkurrenten »irreguläre Impulsgeber«, die sehr wohl das Angebot erweiterten.

Die Erweiterung von Rundfunkangeboten – zum einen in der DDR der 1960er-Jahre, zum anderen in der Bundesrepublik der 1980er-Jahre – beschäftigt auch die folgende Autorin und den folgenden Autor. SUSANNE VOLLBERG erforscht, wieviel Vielfalt die Einführung eines zweiten Fernsehprogramms im Deutschen Fernsehfunk der DDR wirklich brachte und CHRISTIAN HERZOG stellt die Akteure der Gründung privater Rundfunksender in der Bundesrepublik vor. Dies ist insofern besonders zu begrüßen, als dass sich die Mediengeschichte erst nach und nach der Privatisierung und Kommerzialisierung des bundesrepublikanischen Rundfunksystems in den späten 1970er- und in den 1980er-Jahren als Forschungsthema annimmt (vgl. BÖSCH 2012). Dabei sieht sie sich nicht selten einem Quellenproblem gegenüber – einschlägige Dokumente müssten erfasst und gesichert werden, mit der Quellenüberlieferung im privaten Rundfunkbereich ist es nicht zum Besten bestellt.¹

1 Die Forschungsstelle Mediengeschichte bereitet derzeit ein Dokumentationsprojekt vor, das diese Erfassung voranbringen soll. Zu diesem Desiderat vgl. Müller (2015), der die Archivlage des privaten Hörfunks in Bayern aufzeigt.

ANNA-LISA NEUENFELD und THOMAS BIRKNER gehen näher auf den medienpolitischen Konflikt ein, zu dem die Diskussionen rund um eine Kommerzialisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Bundesrepublik der 1970er- und 1980er-Jahre führten. Beide nehmen führende Sozialdemokraten in den Blick, hier Peter Glotz, dort Helmut Schmidt, sodass die parteipolitische Dimension eines Ringens um »neue Meinungsvielfalt« deutlich wird, die der Start des »dualen Systems« zeitgenössisch auch bedeutete. Die SPD hatte sich lange gegen jede Veränderung im Rundfunksektor ausgesprochen, was sie in diesem Bereich wenig innovativ und konservativ aussehen ließ. Doch erschienen insbesondere auch dem damaligen Kanzler Helmut Schmidt die sozialen Kosten einer Zulassung von privaten Anbieter, u. a. Gewaltdarstellungen im TV und Entpolitisierung der Gesellschaft, als zu hoch. Birkner führt aus, wie Schmidt zu seinen medienpolitischen Vorstellungen kam und wie er bis weit in die 1990er-Jahre die Einführung insbesondere von Privatfernsehen geißelte. Neuenfeld hingegen skizziert Peter Glotz als aus der Kommunikationswissenschaft kommenden sozialdemokratischen Vordenker in Sachen Medienpolitik. Sie resümiert, die SPD habe sich »von der deutlichen Ablehnung privater Sender bis hin zur Beteiligung der Partei an eben solchen Sendern« gewandelt und Glotz habe daran erheblichen Anteil gehabt.

Während die Beiträge von Neuenfeld und Birkner vor allem die medienpolitische Konstellation vor der Einführung des dualen Rundfunksystems thematisieren, nehmen die folgenden Beiträge die Folgen dieser Einführung in den Blick.

JÖRG HAGENAH etwa begutachtet die Folgen dieser Liberalisierung des Rundfunks aus heutiger, und zwar aus kommunikatorzentrierter und rezipientenorientierter Perspektive. Er diagnostiziert, basierend auf Daten der Media-Analyse von 1977 bis 2009, massive Verschiebungen in der Programmlandschaft bundesrepublikanischer Radiosender, bedingt durch die Einführung privater Anbieter in den 1980er-Jahren. Die privaten Sender dominierten demnach seither das Angebot, darunter vor allem musikformatorientierte Begleitsender, obschon bei der Nachfrage nach wie vor die öffentlich-rechtlichen Sender leicht vorne liegen. Vor dem Hintergrund der von Hagenah diagnostizierten Formatierung muss jedoch hinter der prognostizierten Vielfalt der deutschen Radiolandschaft ein Fragezeichen gesetzt werden. Dies gilt ebenso für das Fernsehen. STEFFEN KOLB widmet sich explizit der Vielfalt in deutschen Fernsehprogrammen von 1998 bis 2011 und gibt zum Schluss seines Beitrages zu, dass damit leider mehr als die erste Dekade des dualen Rundfunksystems fehlen. Zunächst kann Kolb oberflächlich noch

eine Vielfaltszunahme diagnostizieren. Weil er in einem zweiten Schritt jedoch gesellschaftlich relevante Beiträge und Human-Touch-Beiträge gegenüberstellt und anschließend auch noch die Sendezeiten analysiert, kommt er zu einer deutlichen Aussage: »Der deutsche Fernsehnachmittag ist seit 2004 weitgehend von gesellschaftlich relevanter Berichterstattung »befreit« worden.« Sein Fazit lautet: »Die ernüchternden Ergebnisse lassen [...] die Annahme zu, dass das Ziel der (relevanten) Vielfaltssteigerung nicht erreicht werden konnte.« NICOLE GONSER präsentiert, einem medienbiografischen Ansatz folgend, Ergebnisse ihrer interviewbasierten Studie zum Umgang mit diesem seit den 1980er-Jahren vielfältigeren Rundfunkangebot in der Bundesrepublik und eröffnet so spannende Einblicke in eine generationenspezifische, subjektiv erlebte Rundfunkgeschichte.

Auch CHRISTIAN SCHWARZENEGGER und THORSTEN NAAB arbeiten bei ihrer Forschung zu Mediengenerationen mit einem medienbiografischen Ansatz. Sie verknüpfen die beiden zuletzt genannten Methoden, indem sie die Sekundäranalyse von Daten der Media-Analyse mit 28 lebensgeschichtlichen Interviews zu individuellen Medienbiografien kombinieren. Gerade weil sie versuchen, nicht nur Trennendes, sondern auch Verbindendes zwischen den Mediengenerationen zu finden, tragen sie zur historischen Mediennutzungsforschung bei, indem sie nach Mustern von Medienan-eignung fragen. Dabei stellt sich heraus, dass »Umbrüche in Lebensphasen (etwa der erste eigene Haushalt, Eingehen von Lebensgemeinschaften, Kinder, wechselnde Anforderungen in spezifischen Berufs- oder Freizeitkontexten, soziale Milieus und Neigungsgruppen, an denen man partizipiert) relevanter als Alterskohorten als Indikatoren einer Generationenlagerung« sind.

Anschließend an die Medialisierungsforschung und Schimanks Akteur-Struktur-Dynamiken untersucht MARIA KARIDI, wie sich die Einführung privater Rundfunkanbieter und die Verbreitung des Internets auf Nachrichteninhalte ausgewirkt haben. Ergebnis ihrer Literatursynopse ist unter anderem, dass sich eine Verschiebung hin zu marktorientierten Selektionsformen (Auswahl von Skandalen, Prominenten, Sensationen, Experten; Personalisierung; Verdrängung von Politik durch weiche Themen), Präsentationsformen (Visualisierung, Leserbriefe und Service-Angebote in Tageszeitungen, Dynamik in der Fernsehberichterstattung) und Interpretationsformen (narrative Nachrichtengeschichten, Meinungsjournalismus, Emotionalisierung und Simplifizierung) zeigt. Auch hier scheint nicht Vielfalt das Ergebnis zu sein, sondern eine zunehmende Orientierung am kommerziellen Pol durch alle Teilnehmer.

5. Ausblick

Die Überlegungen von JÜRGEN WILKE runden den vorliegenden Band ab und stellen gleichzeitig ein übergreifendes Resümee dar. Denn Wilke entwirft nicht nur eine »Systematik der Determinanten der Pluralisierung von Medienangeboten« und skizziert diese anhand einer Fülle von Beispielen aus der Mediengeschichte seit Ende des 19. Jahrhunderts. Wilke fragt auch nach der »historischen Relativität der Medienvielfalt«, wenn er nach den Bezugspunkten von Vielfaltsmessung sucht und statt der einfachen Rede von Diversifizierung und von Konvergenz anregt, über die »Ambivalenz der Vielfaltsbestimmung« nachzudenken.

Die Texte, die mit dem Tagungsband vorgelegt werden, legen hierzu Fallstudien vor und laden zur Weiterarbeit ein, indem sie sehr verschiedene disziplinäre Ansätze zusammenbringen. Dies mag, so hoffen die Herausgeber, zu einer Intensivierung des interdisziplinären Austausches in der Medien- und Kommunikationswissenschaft wie der zeithistorischen Forschung führen.

6. Dank

Die Tagung wurde in vielfältiger Weise unterstützt. Das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung und die Universität Hamburg, die Kooperationspartner, die die Forschungsstelle Mediengeschichte tragen, sind an erster Stelle zu nennen. Eine finanzielle Förderung wurde kurzfristig und unkompliziert von der Rudolf-Augstein-Stiftung gewährt. Die Staats- und Universitätsbibliothek Carl von Ossietzky in Hamburg stellte einen wunderbaren und öffentlichkeitswirksamen Tagungsort zur Verfügung. Herr Dr. Helmut Haeckel, erster Direktor der am 1. Januar 1986 ins Leben gerufenen Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM), stellte sich den Fragen in einem Zeitzeugengespräch im Rahmen der *Bredow Colloquien*.² Der Verein Film- und Fernsehmuseum Hamburg stimmte sein Veranstaltungsprogramm *Hamburg vor 30 Jahren. Das private Fernsehen geht auf Sendung*

² Das Gespräch am 15. Januar 2015 wurde im Rahmen der ›Lecture2go‹-Reihe der Universität Hamburg aufgezeichnet und ist online zugänglich unter der Adresse: <https://lecture2go.uni-hamburg.de/konferenzen/-/k/17265>.

im Hamburger Abaton-Kino am Abend des 16. Januar 2015 auf die Tagung ab. Allen genannten Personen und Einrichtungen gilt unser besonderer Dank. Das gilt schließlich auch für den Herbert von Halem Verlag, der diese Publikation möglich gemacht hat.

Maria Löblich und *Thomas Birkner*,
Sprecherin und Sprecher der Fachgruppe
Kommunikationsgeschichte
Alina Laura Tiews,
wissenschaftliche Mitarbeiterin an der
Forschungsstelle Mediengeschichte, und
Hans-Ulrich Wagner,
Leiter der Forschungsstelle Mediengeschichte

Literatur

- BAUSCH, HANS: *Rundfunk in Deutschland. Band 4: Rundfunkpolitik nach 1945. Zweiter Teil: 1963 - 1980*. München [dtv] 1980
- BÖSCH, FRANK: Politische Macht und gesellschaftliche Gestaltung. Wege zur Einführung des privaten Rundfunks in den 1970/80er Jahren. In: *Archiv für Sozialgeschichte*, 52, 2012, S. 191 - 210
- DUSSEL, KONRAD: Vom Radio- zum Fernsehzeitalter. Medienumbrüche in sozialgeschichtlicher Perspektive. In: AXEL SCHILDT (Hrsg.): *Dynamische Zeiten. Die 60er Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften*. Hamburg [Christians] 2000, S. 673 - 694
- KARPPINEN, KARI: *Rethinking Media Pluralism*. New York [Fordham Press] 2013
- KINNEBROCK, SUSANNE; CHRISTIAN SCHWARZENEGGER; THOMAS BIRKNER: Theorien des Medienwandels – Konturen eines emergierenden Forschungsfeldes? In: KINNEBROCK, SUSANNE; CHRISTIAN SCHWARZENEGGER; THOMAS BIRKNER (Hrsg.): *Theorien des Medienwandels*. Köln [Herbert von Halem] 2015, S. 11 - 28
- MCQUAIL, DENIS: *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London [Sage] 1992
- MÜLLER, HOLGER: Demenz oder Verdrängung? Zur Archivlage des privaten Hörfunks in Bayern. In: *Rundfunk und Geschichte*, 41, 3 - 4, 2015, S. 32 - 35

- NAPOLI, PHILIP M.: *Foundations of Communication Policy: Principles and Process in the Regulation of Electronic Media*. Cresskill, NJ [Hampton Press] 2001
- PEISER, WOLFRAM: Riepils ›Gesetz‹ von der Komplementarität alter und neuer Medien. In: ARNOLD, KLAUS; BEHMER, MARKUS; SEMRAD, BERND (Hrsg.): *Kommunikationsgeschichte. Positionen und Werkzeuge. Ein diskursives Hand- und Lehrbuch*. Berlin [Lit] 2008, S. 155-183
- RAGER, GÜNTHER; BERND WEBER (Hrsg.): *Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Mehr Medien – mehr Inhalte?* Düsseldorf [Econ] 1992a
- RAGER, GÜNTHER; BERND WEBER: Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Eine Einführung. In: RAGER, GÜNTHER; BERND WEBER (Hrsg.): *Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Mehr Medien – mehr Inhalte?* Düsseldorf [Econ] 1992b, S. 7-26
- SCHMID, JOSEF: Intendant Klaus von Bismarck und die Kampagne gegen den ›Rotfunk‹ WDR. In: *Archiv für Sozialgeschichte*, 41, 2001, S. 349-381
- SCHÜTZ, WALTER J.: Entwicklung der Tagespresse. In: JÜRGEN WILKE (Hrsg.): *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Köln [Böhlau] 1999, S. 109-124
- STÖBER, RUDOLF: *Neue Medien. Geschichte. Von Gutenberg bis Apple und Google. Medieninnovation und Evolution*. Bremen [edition lumière] 2013
- WAGNER, HANS-ULRICH; KIRSTIN HAMMANN (Hrsg.): *Zeitzeugen der Hamburger Mediengeschichte. Dr. Helmut Haeckel über das Hamburgische Mediengesetz und die Arbeit der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM)* (= Nordwestdeutsches Heft zur Rundfunkgeschichte, 9). Hamburg [Hans Bredow Institut] 2016
- ZERBACK, THOMAS: *Publizistische Vielfalt. Demokratischer Nutzen und Einflussfaktoren*. Konstanz [UVK] 2013

Öffentlichkeit und Geschichte



HORST PÖTTKER / ALEKSANDR I. STAN'KO (Hrsg.)

**Mühen der Moderne.
Von Kleist bis Tschschow –
deutsche und russische Publizisten
des 19. Jahrhunderts**

Öffentlichkeit und Geschichte, 9

2016, 550 S., Broschur, dt./russ.

ISBN 978-3-86962-100-5

Auch in den »verspäteten Nationen« Deutschland und Russland vollzieht sich im 19. Jahrhundert – nicht ohne retardierende Momente – die Modernisierung Europas. Eine ihrer Komponenten ist die mühsame Entwicklung von Öffentlichkeit und Journalismus aus dem Humus der Literatur.

Dieser Prozess wird nachgezeichnet in vierzehn Porträts von Schriftstellern des 19. Jahrhunderts in ihrer Rolle und Bedeutung als Journalisten: Heinrich von Kleist (1777-1811), Ludwig Börne (1786-1837), Heinrich Heine (1797-1856), Aleksandr S. Puskín (1799-1837), Karl Gutzkow (1811-1878), Aleksandr I. Gercen (1812-1870), Georg Büchner (1813-1837), Theodor Fontane (1819-1898), Fedor M. Dostoevskij (1821-1881), Georg Weerth (1822-1856), Michail E. Saltykov-Scedrin (1826-1889), Lev N. Tolstoj (1828-1910), Vladimir G. Korolenko (1853-1921) und Anton P. Cechov (1860-1904).

Der Band geht hervor aus der langjährigen Kooperation zwischen den Journalistik-Abteilungen der Universitäten Dortmund und Rostov a. D. und versammelt Aufsätze von renommierten deutschen und russischen Wissenschaftler(innen). Alle Texte werden zweisprachig deutsch und russisch präsentiert.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

Öffentlichkeit und Geschichte



SUSANNE KINNEBROCK / CHRISTIAN
SCHWARZENEGGER / THOMAS BIRKNER (Hrsg.)

Theorien des Medienwandels

Öffentlichkeit und Geschichte, 8
2015, 328 S., 6 Abb., 1 Tab., Broschur, dt.
ISBN 978-3-86962-091-6

Medienwandel ist eines der bestimmenden Schlagwörter im medi- und kommunikationswissenschaftlichen Fachdiskurs geworden. Zugleich zeigt sich, dass dieses ›Totalphänomen‹ begrifflich schwer zu fassen ist. Auffällig häufig wird der Begriff Medienwandel primär auf ›neue‹ Medien, Technologien und Innovationen bezogen. Dabei wird systematisch vernachlässigt, dass jeder Wandel ein Vorher und Nachher hat und dass aktuelle Phänomene erst durch eine diachrone Betrachtung und die Einordnung in größere historische Zusammenhänge zu verstehen sind. Der vorliegende Band will diese Lücke schließen und einen substanziellen Beitrag zur Theoriebildung wie auch zur Systematisierung zukünftiger Forschungen zum Medienwandel leisten.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

Öffentlichkeit und Geschichte



THOMAS BIRKNER

Das Selbstgespräch der Zeit. Die Geschichte des Journalismus in Deutschland 1605 – 1914

Öffentlichkeit und Geschichte, 4

2011, 430 S., Broschur

ISBN 978-3-86962-045-9

Die Geschichte des deutschen Journalismus war bis zuletzt ungeschrieben. Mit diesem Band liegt nun eine Journalismusgeschichte vor, die mit einem interdisziplinären Konzept Journalismusforschung und Gesellschaftsgeschichtsschreibung miteinander verbindet.

Die Geschichte beginnt in Straßburg, wo der Nachrichtenhändler Johann Carolus eine Buchdruckerei kaufte und die beiden Gewerbe 1605 verband. Von da an entwickelte sich der Journalismus aus dem Druckgewerbe heraus zu einem eigenständigen Beruf, der jedoch insbesondere in der deutschen Geschichte lange unter einem repressiven Staat zu leiden hatte. Vor dem Panorama der gesamtgesellschaftlichen Großtrends von Urbanisierung und Alphabetisierung, von Ökonomisierung und Technisierung sowie von Demokratisierung und Verrechtlichung wurde der Journalismus dann spätestens am Ende des 19. Jahrhunderts zu einem deutlich erkennbaren Funktionssystem in einer sich zunehmend ausdifferenzierenden modernen Gesellschaft. Während in expandierenden Verlagsunternehmen die wirtschaftlichen und institutionellen Strukturen für den modernen Journalismus gelegt wurden, verständigten sich die Journalisten durch Ratgeberbücher und in Berufsverbänden über ihr Selbstverständnis und die redaktionellen Arbeitsroutinen. Noch vor dem Ausbruch des Ersten Weltkrieges übernahm der Journalismus die Moderation im »Selbstgespräch der Zeit«.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de