Medienkonvergenz bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Europa. Delphi-Studie

Susanne Weichselbaumer

Dissertation 2018

netPOL
INTERNATIONALES UND INTERUNIVERSITÄRES NETZWERK POLITISCHE KOMMUNIKATION

Andrássy Gyula Deutschsprachige Universität Budapest
Interdisziplinäre Doktorschule
Leiterin der Doktorschule: Prof. Dr. Ellen Bos

Medienkonvergenz bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Europa. Delphi-Studie

Susanne Weichselbaumer

Betreuer: Prof. Dr. Peter Filzmaier

Promotionsausschuss
Vorsitzende
Prof. Dr. Ellen Bos, Andrássy Universität Budapest
Gutachter
Prof. Dr. Michael Meyen, Ludwig-Maximilians-Universität München
Prof. Dr. Jeffrey Wimmer, Universität Augsburg
Mitglieder
Dr. Doris Dialer, Donau-Universität Krems
Dr. Christina Griessler, Andrássy Universität Budapest
Prof. Dr. Daniel Göler, Universität Passau
Dr. Melani Barlai, Andrássy Universität Budapest

Eingereicht am: 4. Oktober 2018

Inhalt

1 Einleitung 13

2 Darstellung der Forschungslage 21

2.1 Überblick 21

2.2 Kommunikations- und medienwissenschaftliche Perspektiven 22

2.2.1 Verortung „Medien“/ „Medienbranche“/ „Medienprodukt“ 22

2.2.2 „Klassische Medien“ versus/ und „Neue Medien“ 25

2.2.3 Begriffsklärung „Medienkonvergenz“ 29

2.2.4 Vier Dimensionen von Medienkonvergenz 32

2.2.4.1 Technische Medienkonvergenz 32

2.2.4.2 Wirtschaftliche Medienkonvergenz 34

2.2.4.3 Inhaltliche Medienkonvergenz 38

2.2.4.4 Nutzungskonvergenz 41

2.2.5 Graduelle Niveaus medienkonvergenten Wandels 46

2.2.6 Gegenstandsbereich „Aktualität(en)“ (Exkurs) 48

2.3 „Medienlandschaften“ und „Mediensysteme“ 51

2.3.1 Pressetheoretische und -typologische Modelle von Mediensystemen 51

2.3.1.1 Begriffsklärung „Mediensystem“ 51

2.3.1.2 „Four Theories of the Press“ (Normativer Divergenz-Ansatz) 54

2.3.1.3 „Contingency Model of Communication“ (Analytischer Kontingenz-Ansatz) 58

2.3.1.4 „Comparing Media Systems“ (Explorativer Vergleichs-Ansatz) 61

2.3.1.5 „Pragmatischer Differenz-Ansatz“ 65

2.3.1.6 „Typologie defekter Mediensysteme“ 74

2.3.1.7 Amplifizierte Konzepte der Transformation, Globalisierung, Dynamisierung 77

2.3.2 Kulturwissenschaftliche Modelle von Mediensystemen 89

2.3.2.1 Begriffsklärung „Kultur“/ „Interkulturalität“ 89

2.3.2.2 Globale Theorien von Auflösung und Vernetzung 89

2.3.2.3 Mediensystemanlagen und Modelle einer Globalisierung 93

2.3.3 Europäische öffentlich-rechtliche Modelle 99

2.3.3.1 Begriffsklärung „Public Service Broadcasting“ versus/ und „Public Service Media“ 99

2.3.3.2 Nationale öffentlich-rechtliche Verankerungen und europäische Verortungen 103

2.3.4 Öffentlich-rechtliche Dimensionen in hybriden Medienlandschaften (Versuch einer Synthese) 119

2.3.4.1 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils 121

2.3.4.2 Kategorie: Finanzierung 130

2.3.4.3 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform 134
2.3.5 Kontextualisierung der öffentlich-rechtlichen Standorte der Delphi-Studie in relevanten medialen Umgebungen 136
2.3.5.1 Modell- und wissenschaftstheoretische Einordung: Deutschland 136
2.3.5.2 Modell- und wissenschaftstheoretische Einordung: Österreich 139
2.3.5.3 Modell- und wissenschaftstheoretische Einordung: Slowenien 142
2.3.5.4 Modell- und wissenschaftstheoretische Einordung: Ungarn 144

3 Empirischer Ansatz 150
3.1 Vorüberlegungen zur Methodenwahl 150
3.2 Methodenentwicklung 152
3.2.1 Leitende Forschungsfragen der Delphistudie 152
3.2.2 Die Delphi-Methodik in Entwicklung und Ausprägungen 154
3.2.2.1 Begriffsklärung 154
3.2.2.2 „Klassisches“ Delphi-Design und modifizierte Ansätze 157
3.2.3 Generelle ExpertInnenauswahl für Delphi 159
3.2.4 Delphi-Studie Medienkonvergenz: ExpertInnenauswahl 161
3.3 Delphi-Studie Medienkonvergenz: Fallauswahl der europäischen öffentlich-rechtlichen Anbieter 167
3.3.1 Komparatistische Methodenzugänge 169
3.3.2 Methoden des Ländervergleichs 172
3.3.2.1 Logik des Vergleichs 173
3.3.2.2 Positive und negative Fallauswahl 176
3.3.2.3 Ideographische und nomothetische Ansätze 178
3.3.2.4 Most Similar und Most Different Systems-Designs 181
3.3.2.5 Kategoriale Zusammenstellung des Samples 185
3.4 Delphi-Studie Medienkonvergenz: Angewandtes Delphi-Design 188
3.4.1 Fallbeschreibung der öffentlich-rechtlichen Standorte 188
3.4.2 Delphi-Fahrplan: Ablauf der Delphi-Runden 189
3.4.2.1 Entwicklung des verwendeten Leitfadens 190
3.4.2.2 Durchführung der explorativen Vorrunde 192
3.4.2.3 Quantitative Welle 1: Fragebogenuntersuchung mit Feedback 196
3.4.2.4 Quantitative Welle 2: Erneute Fragebogenuntersuchung 200
3.5 Genese der Delphi-Thesen 201
3.6 Methodenevaluation 203

4 Analyse der öffentlich-rechtlichen Standorte der Delphi-Studie 205

4.1 Vorüberlegungen der Sample-Beschreibung: „Medienlandschaft“/ „Mediensystem“/ „Nationalstaat“ 205

4.2 ARD, ZDF, Deutschlandradio (Deutsche Welle). (Deutschland) 206

4.2.1 Öffentlich-rechtliche Basisdaten 206

4.2.2 Mediengesetzgebung und Regulierung 208

4.2.2.1 Kommunikative Grundordnung 208

4.2.2.2 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils 212

4.2.2.3 Kategorie: Finanzierung 216

4.2.2.4 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform 219

4.3 ORF (Österreich) 228

4.3.1 Öffentlich-rechtliche Basisdaten 228

4.3.2 Mediengesetzgebung und Regulierung 233

4.3.2.1 Kommunikative Grundordnung 233

4.3.2.2 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils 236

4.3.2.3 Kategorie: Finanzierung 238

4.3.2.4 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform 240

4.4 RTV SLO (Slowenien) 248

4.4.1 Öffentlich-rechtliche Basisdaten 248

4.4.2 Mediengesetzgebung und Regulierung 250

4.4.2.1 Kommunikative Grundordnung 250

4.4.2.2 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils 253

4.4.2.3 Kategorie: Finanzierung 257

4.4.2.4 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform 258

4.5 MTVA (Ungarn) 266

4.5.1 Öffentlich-rechtliche Basisdaten 266

4.5.2 Mediengesetzgebung und Regulierung 268

4.5.2.1 Kommunikative Grundordnung 268

4.5.2.2 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils 273

4.5.2.3 Kategorie: Finanzierung 277

4.5.2.4 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform 280

5 Ergebnisse der Delphi-Erhebungswellen 290

5.1 Auswertung der qualitativen ExpertInnenbefragung (Vorrunde) 290

5.1.1 Vorbemerkung 290

5.1.2 Begriffsklärung 292

5.1.3 Arten der Konvergenz aus öffentlich-rechtlicher Perspektive 295

5.1.3.1 Technische Konvergenz 295

5.1.3.2 Wirtschaftliche Konvergenz 299

5.1.3.3 Inhaltliche Konvergenz 302

5.1.3.4 Nutzungskonvergenz 305

5.1.4 Rechtlicher Konvergenzrahmen 307

5.1.5 Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 309

5.1.6 Öffentlich-rechtliche Legitimation in gesellschaftlich-mediensystemischem Zukunftskonsens 312

5.1.7 USP Öffentlich-Rechtlich 314

5.1.8 Resümee der Vorrunde 316

5.2 Auswertung der quantitativen ExpertInnenbefragungen (Welle 1 und 2) 317

5.2.1 Vorbemerkung 317

5.2.2 Begriffsklärung 324

5.2.3 Arten der Konvergenz aus öffentlich-rechtlicher Perspektive 338

5.2.3.1 Technische Konvergenz 338

5.2.3.2 Wirtschaftliche Konvergenz 359

5.2.3.3 Inhaltliche Konvergenz 367

5.2.3.4 Nutzungskonvergenz 385

5.2.4 Rechtlicher Konvergenzrahmen 392

5.2.5 Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 400

5.2.6 Öffentlich-rechtliche Legitimation in gesellschaftlich-mediensystemischem Zukunftskonsens 417

5.2.7 USP Öffentlich-Rechtlich 420

5.2.8 Resümee der Wellen 1 und 2 425

6 Zusammenschau und Ausblick 426

7 Anhang 443

Anhang 1: Qualitative ExpertInnenbefragung (Vorrunde)

Anhang 2: Qualitative Interviews (Preliminary Round)

Anhang 3: Quantitative ExpertInnenbefragung (Welle 1)
Anhang 4: Feedback-Bogen August 2017. Zusammenfassung der ersten Fragebogenwelle Juni-August 2017. Delphi-Studie Medienkonvergenz bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Europa
Anhang 5: Feedback August 2017. Summary first Delphi-Round June-August 2017. Delphi-Study Media Convergence in Public Service Broadcasting in Europe
Anhang 6: Quantitative ExpertInnenbefragung (Welle 2)
Anhang 7: Quantitative Survey (Round 2)
Anhang 8: Transkript Welle 1/ 2

8 Literaturverzeichnis 515

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1_Theorie: „4-Ebenen-Konvergenzmodell“
Abb. 2_Theorie: „Convergence Continuum”
Abb. 3_Theorie: „Organisation von Medien“
Abb. 4_Theorie: „Institutionalisierung von Medien“
Abb. 5_Theorie: „Four Theories of the Press”: Typologisierung
Abb. 6_Theorie: „Explorativer Vergleichs-Ansatz“: Politische Dimensionen
Abb. 7_Theorie: „Pragmatischer Differenz-Ansatz“: Grundschema (2001)
Abb. 8_Theorie: „Pragmatischer Differenz-Ansatz“: Erweitertes Grundschema (2005)
Abb. 9_Theorie: „Ausprägung der einzelnen Modelle im erweiterten Grundschema“ (2005)
Abb. 10_Theorie: „Pragmatischer Differenz-Ansatz“: Grundschema (2014)
Abb. 11_Theorie: „Autokratisch-gelenkte vs. demokratisch-entkoppelte Mediensysteme“
Abb. 12_Theorie: „Vergleich der Typen von Medienregulierungsstilen“

Abb. 1_Methode: Kategoriale Zusammenstellung der ExpertInnen
Abb. 2_Methode: Kategoriale Zusammenstellung der ExpertInnen pro öffentlich-rechtlichem Bezugsort
Abb. 3_Methode: Kategorien zur Sampelzusammenstellung der öffentlich-rechtlichen Standorte
Abb. 4_Methode: Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils
Abb. 5_Methode: Kategorie: Finanzierung Beitrag/ Gebühr vs. Mischfinanzierung vs. Staatliche Zuwendung
Abb. 6_Methode: Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform: Föderalistisch vs. Anteilig vs. Zentralistisch
Abb. 7_Methode: Sample in kategorialer Kurzfassung
Abb. 8_Methode: Ablauf der Delphi-Runden
Abb. 9_Methode: Teilnehmende Vorrunde
Abb. 10_Methode: Teilnehmende Welle 1
Abb. 11_Methode: Teilnehmende Welle 2

Abb. 1_ARD: Öffentlich-rechtliche Anstalten im Überblick
Abb. 2_ARD: Finanzierung der ARD (EUR in Millionen)
Abb. 3_ARD: Top TV-Sender innerhalb der ARD
Abb. 4_ARD: Art der TV-Sender innerhalb der ARD
Abb. 5_ARD: Top Radio-Stationen innerhalb der ARD
Abb. 6_ARD: Art der Radio-Stationen innerhalb der ARD
Abb. 7_ARD: Top Radio-Betreiber in Deutschland 2016 nach Marktanteil
Abb. 8_ARD: Top Radio-Stationen in Deutschland 2016 nach Marktanteil
Abb. 9_ARD: Top TV-Betreiber in Deutschland 2016 nach Marktanteil
Abb. 10_ARD: Top TV-Sender in Deutschland 2016 nach Marktanteil
Abb. 11_ARD: Online Video- und Audioangebot der ARD
Abb. 12_ARD: Apps und Innovationen der ARD
Abb. 13_ARD: Social Media-Angebote der ARD
Abb. 14_ARD: Kategoriengeleitete Übersicht ARD (ZDF/ Deutschlandradio)

Abb. 1_ORF: Öffentlich-rechtliche Anstalten im Überblick
Abb. 2_ORF: Top TV-Betreiber in Österreich 2016 nach Marktanteil
Abb. 3_ORF: Top TV-Sender in Österreich 2016 nach Marktanteil
Abb. 4_ORF: Top Radio-Betreiber in Österreich 2016 nach Marktanteil
Abb. 5_ORF: Top Radio-Stationen in Österreich 2016 nach Marktanteil
Abb. 6_ORF: Finanzierung des ORF (EUR in Millionen)
Abb. 7_ORF: Top Radio-Stationen innerhalb des ORF
Abb. 8_ORF: Art der Radio-Stationen innerhalb des ORF
Abb. 9_ORF: Top TV-Sender innerhalb des ORF
Abb. 10_ORF: Art der TV-Sender innerhalb des ORF
Abb. 11_ORF: Online Video- und Audioangebot des ORF
Abb. 12_ORF: Apps und Innovationen des ORF
Abb. 13_ORF: Social Media-Angebote des ORF
Abb. 14_ORF: Kategoriengeleitete Übersicht ORF

Abb. 1_RTV SLO: Öffentlich-rechtliche Anstalten im Überblick
Abb. 2_RTV SLO: Finanzierung von RTV SLO (EUR in Millionen)
Abb. 3_RTV SLO: Top Radio-Betreiber in Slowenien 2015 nach Marktanteil
Abb. 4_RTV SLO: Top Radio-Stationen in Slowenien 2015 nach Marktanteil
Abb. 5_RTV SLO: Top Radio-Stationen innerhalb von RTV SLO
Abb. 6_RTV SLO: Art der Radio-Stationen innerhalb von RTV SLO
Abb. 7_RVT SLO: Top TV-Betreiber in Slowenien 2015 nach Marktanteil
Abb. 8_RTV SLO: Top TV-Sender in Slowenien 2015 nach Marktanteil
Abb. 9_RTV SLO: Top TV-Sender innerhalb von RTV SLO
Abb. 10_RTV SLO: Art der TV-Sender innerhalb von RTV SLO

Abb. 11_RTV SLO: Online Video- und Audioangebot von RTV SLO
Abb. 12_RTV SLO: Apps und Innovationen von RTV SLO
Abb. 13_RTV SLO: Social Media-Angebote von RTV SLO
Abb. 14_RTV SLO: Kategoriengeleitete Übersicht RTV SLO

Abb. 1_MTVA: Öffentlich-rechtliche Anstalten im Überblick
Abb. 2_MTVA: Top Radio-Stationen in Ungarn 2015 nach Marktanteil
Abb. 3_MTVA: Finanzierung von MTVA (EUR in Millionen)
Abb. 4_MTVA: Top Radio-Stationen innerhalb von MTVA
Abb. 5_MTVA: Art der Radio-Stationen innerhalb von MTVA
Abb. 6_MTVA: Top TV-Sender innerhalb von MTVA
Abb. 7_MTVA: Art der TV-Sender innerhalb von MTVA
Abb. 8_MTVA: Top TV-Betreiber in Ungarn 2015 nach Marktanteil
Abb. 9_MTVA: Top TV-Sender in Ungarn 2015 nach Marktanteil
Abb. 10_MTVA: Online Video- und Audioangebot von MTVA
Abb. 11_MTVA: Apps und Innovationen von MTVA
Abb. 12_MTVA: Social Media-Angebote von MTVA
Abb. 13_MTVA Kategoriengeleitete Übersicht MTVA

Abb. 1_Vorrunde: Übersicht Teilnehmende

Abb. 1_Welle 1: Übersicht Teilnehmende
Abb. 2_Welle 1: Delphi_Teilnehmende Berufszuordnung (n=30)
Abb. 3_Welle 1: Delphi_Teilnehmende Wissenszuordnung (n=30)
Abb. 4_Welle 1: Delphi_Teilnehmende nationalverankernde Wissenszuordnung (n=30)

Abb. 1_Welle 2: Übersicht Teilnehmende
Abb. 2_Welle 2: Delphi_Teilnehmende Berufszuordnung (n=22)
Abb. 3_Welle 2: Delphi_Teilnehmende Wissenszuordnung (n=22)
Abb. 4_Welle 2: Delphi_Teilnehmende nationalverankernde Wissenszuordnung (n=22)

Abb. 1a_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=30)
Abb. 1b_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=30)
Abb. 1c_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=22)
Abb. 1d_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=22)
Abb. 2_Delphi_Auswertung: Öffentlich-rechtliche Anbieter treiben technische Innovationen voran… (n=30)
Abb. 3_Delphi_Auswertung: Das lineare öffentlich-rechtliche Programmangebot wird durch non-lineare Produkte ersetzt… (n=30)
Abb. 4a_Delphi_Auswertung: Arten von Technologien und Technikbereichen im Schwerpunkt Europas Öffentlich-Rechtlicher… (n=22)
Abb. 4b_Delphi_Auswertung: Arten von Technologien und Technikbereichen im Schwerpunkt Europas Öffentlich-Rechtlicher… (n=22)
Abb. 4c_Delphi_Auswertung: Übernahme technischer Aufgabenfelder durch Journalistinnen und Journalisten (n=30)
Abb. 4d_Delphi_Auswertung: Übernahme technischer Aufgabenfelder durch Journalistinnen und Journalisten (n=30)
Abb. 5_Delphi_Auswertung: Europas öffentlich-rechtliche Anstalten werden ihre technische Orientierung nehmen über... (n=30)
Abb. 6_Delphi_Auswertung: Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten… (n=30)
Abb. 7_Delphi_Auswertung: Europas Öffentlich-Rechtliche werden bezüglich ihrer Finanzierungsmodelle bei den zuständigen Stellen lobbyieren für… (n=22)
Abb. 8_Delphi_Auswertung: Ausrichtung an inhaltlichen Markern… (n=30)
Abb. 9a_Delphi_Auswertung: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=30)
Abb. 9b_Delphi_Auswertung: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=30)
Abb. 9c_Delphi_Auswertung: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=22)
Abb. 9d_Delphi_Auswertung: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=22)
Abb. 10_Delphi_Auswertung: Ansätze legislativer Rahmengebung… (n=22)
Abb. 11a_Delphi_Auswertung: Felder für mehr Regulierungsbedarf… (n=22)
Abb. 11b_Delphi_Auswertung: Felder für mehr Regulierungsbedarf… (n=22)
Abb. 12a_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach… (n=30)
Abb. 12b_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach… (n=30)
Abb. 12c_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach… (n=22)
Abb. 12d_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach… (n=22)
Abb. 13a_Delphi_Auswertung: In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen… (n=30)
Abb. 13b_Delphi_Auswertung: In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen… (n=30)
Abb. 14_Delphi_Auswertung: „USP Öffentlich-Rechtlich“ wird gründen auf... (n=30)

Abkürzungsverzeichnis

ABC	Australian Broadcasting Corporation
AFN	American Forces Network
AFP	Agence France-Presse
AKOS	Agencija za komunikacijska omrežja in storitve RS
ALM	die medienanstalten
AP	Associated Press
APA	Austria Presse Agentur
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
BBC	British Broadcasting Corporation
BFBS	British Forces Broadcasting Services
BKM	Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien
BLM	Bayerische Landeszentrale für neue Medien
BR	Bayerischer Rundfunk
BRD	Bundesrepublik Deutschland
Brema	Bremische Landesmedienanstalt
CDU	Christlich Demokratische Union Deutschlands
CEE	Central Eastern Europe
CLT-Ufa	Compagnie Luxembourgoise de Télédiffusion
CNN	Cable News Network
CSU	Christlich Soziale Union in Bayern
CULT	Ausschuss für Kultur und Bildung des Europäischen Parlaments
DDR (GDR)	Deutsche Demokratische Republik (German Democratic Rebuplic)
DLM	Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten
DPA	Deutsche Presse-Agentur
DR	Danmarks Radio (Danish Broadcasting Corporation)
DW	Deutsche Welle
EBU	European Broadcasting Union
ECC	Eastern and Central Countries
EK	Europäische Kommission
EP	Europäisches Parlament
EPRS	Wissenschaftlicher Dienst des Europäischen Parlaments
ER	Europäischer Rat
ERGA	European Regulators Group for Audiovisual Media Services
EU	Europäische Union
FH	Freedom House
FPÖ	Freiheitliche Partei Österreichs
GIS	Gebühren Info Service GmbH
GVK	Gremienvorsitzendenkonferenz
HbbTV	Hybrid Broadcast Broadband TV
HDTV	High-definition Television
HR	Hessischer Rundfunk
HSV	Hörer- und Sehervertretung
ICT (IKT)	Information and Communications Technology (Informations- und Kommunikationstechnik)
IDTV	Integrated Digital Television
IfM	Institut für Medien- und Kommunikationspolitik
IJF	Internationale Journalisten-Föderation
IWF (IMF)	Internationaler Währungsfonds (International Monetary Fund)
KEF	Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

KEK	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
LFK	Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg
LfM	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
LMK	Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz
LMS	Landesmedienanstalt Saarland
LPR	Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
Mabb	Medienanstalt Berlin-Brandenburg
MA HSH	Medienanstalt Hamburg/ Schleswig-Holstein
MDR	Mitteldeutscher Rundfunk
MIT	Magyar Távirati Iroda
MMV	Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
MR	Magyar Rádió
MRB	Medienregulierungsbehörde(n)
MSA	Medienanstalt Sachsen-Anhalt
MTVA	Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap
NDR	Norddeutscher Rundfunk
NGO	Non-governmental Organisation
NLM	Niedersächsische Landesmedienanstalt
NMHH	Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
NPO	Nederlandse Publieke Omroep
ORF	Österreichischer Rundfunk
ORS	Österreichische Rundfunksender GmbH
ORTT	Országos Rádió és Televízió Testület
OSZE	Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa
ÖVP	Österreichische Volkspartei
PBS	Public Broadcasting Service
PSB	Public Service Broadcasting
PSM	Public Service Media
PVR	Personal Video Recorder
Rbb	Radio Berlin-Brandenburg
RMS	Radio Marketing Service
RoG	Reporter ohne Grenzen
RTR	Rundfunk- und Telekom-Regulierungs-GmBH
RTV SLO	Radiotelevizija Slovenija
SBS	Scandinavian Broadcasting System
SED	Sozialistische Einheitspartei Deutschlands
SLM	Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
SPÖ	Sozialdemokratische Partei Österreichs
SR	Saarländischer Rundfunk
SRDF	Svet za radiodifuzijo
SWR	Südwestrundfunk
TI	Transparency International
TKLM	Technische Konferenz der Landesmedienanstalten
TLM	Thüringer Landesmedienanstalt
USA	United States of America
USP	Unique Selling Point/ Unique Selling Proposition
VoA	Voice of America
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroep

WDR	Westdeutscher Rundfunk
WWW	World Wide Web
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

1 Einleitung

Unser Alltag ist Medienalltag.[1] Wir konsumieren Inhalte wann und wo wir sie über welche Kanäle auch bekommen. Die Grenzen zwischen einzelnen Mediengattungen verschwimmen zusehends.[2] „*Convergence is a process which started many years ago on the technical level and increasingly affects markets, apparatus and consumers"[3],* beschreibt Ben Martin Irle eine Entwicklung, welche mittlerweile multiple technische, rechtliche, wirtschaftliche Begründungen kennt – wiewohl redaktionelle. *„The simplicity of yesteryear has given rise to a multiplicity of services that connect to one another but also compete with one another for shares of subscribers*"[4], urteilen Stylianos Papathanassopoulos und Ralph Negrine. „*Cable and satellite services deliver hundreds of channels; broadband links and websites allow anyone to distribute video to millions of people; and mobile phones connect subscribers to each other but also to television and to web services*."[5] Lucy Küng spricht solcherlei Ausprägungen überschauend vom „*end of the digital beginning*"[6]. Zwei Jahrzehnte nach Einführung des Internets sei Konvergenz gut etabliert, Strukturen neuer strategischer Umwelten, ja eines neuen Mediensystems formten sich aus. Andy Kaltenbrunner formuliert analog: „*We are re-defining the media sector as a result of convergence processes.*"[7]

Unbestritten ist theoretisch als praktisch, dass die traditionelle Scheidung in Print, Hörfunk, Fernsehen wie die Exposition des „Zwitters" Internet in ihren hergebrachten Kategorien obsolet ist.[8] Hingegen resultiert aus dem Diffundieren der Angebote ergo Herstellungsweisen nicht zwingend die Abschaffung einzelner Ausspielwege. Eher werden diese dem sich verändernden Nutzungsverhalten des Publikums angepasst. In programmlich-inhaltlicher Vernetzung wollen sie häufig ein Paket darstellen, das moderne Rezipienten[9] in ihren Informations- und Unterhaltungsbedürfnissen erreicht und den Erwartungen an ein Er- und Ausleben neuer technischer Möglichkeiten entgegenkommt.[10]

> „In one way or another, people in Europe consume more media content, have greater access to media and content, and consume multiple media (linear and non-linear) at the same time. This doesn´t mean, however, that

[1] Vgl. Huber/ Meyen 2006, S. 13; vgl. auch Peil 2011, S. 12
[2] Vgl. Wirtz 2011, S. 3; vgl. auch Eimeren/ Frees 2009, S. 334
[3] Irle 2009, S. 316f.
[4] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 1
[5] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 1
[6] Küng 2017, S. 171
[7] Kaltenbrunner 2017b, S. 19
[8] Vgl. Wirtz 2011, S. 3; vgl. auch Eimeren/ Frees 2009a, S. 334
[9] Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden sämtliche Berufsbezeichnungen in der männlichen Form verwendet, was selbstverständlich die weibliche Form wertschätzend inkludiert.
[10] Vgl. Füssel 2011, S. 2

> we pay more attention to media and the relevant content, but that the media surround us and have turned up their volume."[11]

In der Literatur jedoch herrscht kein einheitliches Verständnis zum Konvergenzbegriff. Forschungsstand und wissenschaftliche Bearbeitung weisen Desiderate auf. „*There are still many uncertainties in the debate, mainly due to the different terminology used by the various players*"[12], beschreibt Dieter Brockmeyer eine wissenschaftliche Auseinandersetzung, welche transdisziplinäre Zugänge intendiert, vielfach aber in fachspezifischen Detailstudien stecken bleibt. Derlei theoretischen und empirischen Mankos begegnet diese Studie im Blick auf die medienkonvergente Zukunft speziell öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter in Europa. Ihre Programmaufträge und damit verwoben Budgetierungen sind nicht selten an Innovation gekoppelt.[13] „Trimedialität", „Cross-Media", „Transmedialität", „Mulitmedialität" etc. könnten Einsparpotentiale generieren, (neue) Publikumssegmente stärker binden, etablierte Medienformen optimierbar oder obsolet machen.[14] Dieses Abtasten potentieller Spielflächen geschehe, allenthalben in durchaus engem Korsett, gibt Tarlach McGonagle bezüglich der Legislativlage zu bedenken: „*Current regulatory and policy approaches to PSB are placing increasing emphasis on the role of PSM in a reconfigured mediascape. (…) Its engagement must also remain within relevant parameters set by EU law, e.g. rules and guidelines governing State funding for PSB and the relationship between such funding and PSB mandates.*"[15] Viele jener regulatorischen Rahmensetzungen befinden sich aktuell im Auslotungsprozess.

Auch in der akademischen Draufsicht erweist sich Etliches, was Medienstrukturen objektivieren will, eher diffus formuliert, denn prägnant gefasst.[16] Zwar bemühen sich Kommunikations-, Sozial- oder Wirtschaftswissenschaften um die Klärung dessen, was das globale Informationszeitalter mit jedem von uns, unseren Medien, unseren Gemeinschaften macht. „*Neben der Verschmelzung von Internet- und Rundfunkdiensten ist eine Entwicklung vom 'Broadcasting' zum 'Narrowcasting', also der zielgruppen- oder personenspezifischen Aufbereitung von Inhalten zu verzeichnen*"[17], betonen Michael Kunczik und Astrid Zipfel bereits 2001 und apostrophieren die Doppelrolle der Nutzenden: Rezeption und (mögliche) Partizipation gehen sukzessive

[11] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 119
[12] Brockmeyer 2012, S. 15
[13] Vgl. Holtz-Bacha 2016
[14] Vgl. Ariño/ Llorens 2008, S. 125f.
[15] McGonagle 2015, S. 74; vgl. auch Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 1
[16] Vgl. Beck 2012, S. V
[17] Kunczik/ Zipfel 2001, S. 59; vgl. auch Kunczik/ Zipfel 2005, S. 56ff.

Hand in Hand. Diese Option der Rückleitung und damit des Positionstausches beschäftigt zahlreiche Einzelanalysen. Generell stellt die Sekundärliteratur auf Ausschnittserhebungen ab.[18] Seltener finden sich Werke, die universale Theorie- und Modellbildung betreiben. Nur wenige Autoren wagen sich auf eine Metaebene und schlagen griffige Analyseraster vor, um beispielsweise technische, wirtschaftliche, inhaltliche sowie Anwendungsaspekte von Medienkonvergenz explizit auseinander zu definieren.[19]

Kulturwissenschaftliche Ansätze legen bei der Beschreibung von Medienkonvergenz Schwerpunkte auf übergreifende Schemata zu „Medien", „Gesellschaft", „Wandel" im Zeitalter der Globalisierung. Das Gros dieser Schriften koppelt gleichwohl an wenige intra- wie transdisziplinäre Strömungen, deren Majorität sich philosophisch-soziologischen Tendenzen einschreibt. Bisweilen werden medial und kulturell orientierte Standpunkte verschmolzen, um Geografien globaler Medienlandschaften zu konturieren und mögliche Spezifika von „*Convergence Culture*"[20] zu diskutieren. Selten sind theoretische Befunde in einem Folgeschritt an politisch-rechtlichen Realbedingungen überprüft. Letztere behandeln andere Fachbereiche, ohne ihrerseits intensiv auf kulturelle Implikationen abzuheben. „*Most of the literature on the media is highly ethnocentric, in the sense that it refers only to the experience of a single country, yet is written in general terms, as though the model that prevailed in that country were universal*"[21], monieren Daniel C. Hallin und Paolo Mancini zu Recht eine mono- wie transdisziplinär anhaltende Verabsolutierung westlicher Theoreme sowie Modellbildungen zur Beschreibung sämtlicher potentieller Mediensystematiken.

> „This, at least, is true in the countries with the most-developed media scholarship, including the United States, Britain, France, and Germany. In countries with less developed traditions of media research, another pattern often emerges: a tendency to borrow the literature of other countries – usually the Anglo-American or the French literature – and treat that borrowed literature as though it could be applied unproblematically anywhere."[22]

Jan Zielonka kritisiert Ähnliches für eine aus seiner Warte momentan populäre Beschäftigung der Politologie mit dem Forschungsgegenstand Medien. Insgesamt prangert er drei Defekte an: Erstens seien Politik- und Medienwissenschaftler nicht gewohnt zusammen zu arbeiten, sie folgten verschiedenen Forschungsagendas und

[18] Vgl. Beck 2012, S. V
[19] Vgl. Wirtz 2011
[20] Jenkins 2008
[21] Hallin/ Mancini 2004, S. 2
[22] Hallin/ Mancini 2004, S. 2; vgl. Curran/ Park 2000; Hallin/ Mancini 2012

zielten auf unterschiedliche Publika. Ihre Konzepte und Interpretationsrahmen seien variant. Zweitens fokussierten die meisten Studien auf einzelne Länder, komparatistische Absichten seien gering. Drittens fuße die Mehrheit der Arbeiten auf liberaler anglo-amerikanischer Tradition, „*that expects the media to be a detached, objective, and independent channel on information between the government and the governed*"[23].

Augenfällig bleibt ein Desiderat, was die Fachliteratur angeht. Europäische Mediensysteme[24] finden sich kaum zugleich aus sämtlichen Perspektiven erfasst, welche Medienkonvergenz determinieren können oder könnten. Ebenso selten werden sie in ihrem Gesamtspektrum kategorial vergleichend bewertet. Bezogen auf die alltagspraktischen Herausforderungen für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten respektive mediale Akteure allgemein, ist gleichsam für den Wissenschaftssektor ein weites noch explorativ zu bestellendes Feld zu konstatieren. Dies ist einem über die letzten beiden Dekaden erst Sammeln von vielfachen praktischen Erfahrungen geschuldet. Genauso problematisch zeigt sich eine oft terminiologisch vage Sekundärliteratur, die über die Analyse von Einzelbeispielen zentriert auf Westeuropa und die USA nicht hinauskommt. Das mag als Dilemma erscheinen, spornt hingegen an, das Phänomen „Medienkonvergenz" grundsätzlich zu eruieren. Dabei ist es angeraten, empirisch an die Basis zu gehen. Nicht allein theoretische Haltungen sollen verhandelt werden, Erkenntnisse müssen – zunächst – im unternehmensplanerischen und journalistischen Praxisfeld miterhoben werden, um die aktuelle wie künftige Relevanz von Medienkonvergenz beschreibbar zu machen. Dies will meine Arbeit thesenhaft für den Bereich öffentlich-rechtlicher Veranstalter in Europa leisten. Das Erkenntnisinteresse spannt den Betrachtungszeitraum dabei in die Zukunft:

> **Welche Bedeutung hat Medienkonvergenz heute konkret für die unternehmensplanenden und journalistischen AkteurInnen öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa?**
>
> **Wie bewerten die unternehmensplanenden und journalistischen AkteurInnen öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa die zukünftige Relevanz von Medienkonvergenz?**

[23] Zielonka 2015, S. 2

[24] Dabei wertet der Systembegriff Medien nicht als reine technische Artefakte, sondern als soziale Organisationen, welche wiederum in Subsysteme untergliedert werden. So bilden je nach Erkenntnisperspektive Rundfunk, Fernsehen und Online-Medien solche einzelnen Subsysteme aus, genauso können die verschiedenen Redaktionen einer Zeitung in einer systemischen Matrix zueinander angeordnet werden. (vgl. Thomaß 2007, S. 18) Da die gesellschaftlichen Verzahnungen vielfach sind und nicht zuletzt das kommerzielle Überleben der Medien bestimmen, werden Letztere meist in Verlinkung mit ökonomischen, politischen, rechtlichen, sozialen und kulturellen Bedingungen verstanden. (vgl. Thomaß 2007, S. 18) Konsekutiv fungieren nationalstaatliche Grenzen häufig als Umfangsdeterminanten für Mediensysteme. Kapitel 2 greift diese theoretische Auseinandersetzung auf.

Angesichts des begrifflich wie theoretisch diffus eingestuften Gegenstandsbereichs „Medienkonvergenz“ empfiehlt sich das methodische Herangehen über ein Delphi-Design. Ausgewählte Experten kommen über eine mehrstufige anonymisierte Anlage miteinander „ins Gespräch“. Über anonymisierte Feedbackschleifen werden Eigen- und Fremdeinschätzungen schaubar und gegebenenfalls nachjustierbar. Für nicht nur momentane Abfragen, sondern prognostizierende Vorhaben wie vorliegendes lassen sich über mehrmalige Reflexion eigene Standpunkte und Gewichtungen im Abgleich zu anderen Teilnehmenden im Panel zuspitzen.[25]

Die Studie nähert sich über eine dreistufige qualitative und quantitative ExpertInnen-Befragung gemäß Delphi-Design „*zu Ermittlung und Qualifikation der Ansichten einer Expertengruppe über einen diffusen Sachverhalt*“[26] obigen Forschungsfragen. Das sozialwissenschaftlich etablierte und in andere Disziplinen transferierende „Werkzeug Delphi“ bedarf in seiner bedingten Standardisierung sorgfältiger Konzeption, um stichfeste Befunde zu generieren. Diese wiederum könnten keine Repräsentativität über die Expertengruppe hinaus beanspruchen, aus welcher sie sich speisen.[27] Gleichwohl zeitigt die Methode gegenüber anderen Interview- oder Befragungstechniken ob ihrer anonymen Anlage Vorteile. Antworten nach „sozialer Erwünschtheit“ innerhalb der Probandenreihen lassen sich ausschließen, indem die Teilnehmenden in über anonymisierte Feedbackschleifen vermittelten Dialog treten. In einer öffentlich-rechtlichen Umgebung, in der innerbetriebliche wie internationale Kontakte unter Experten anzunehmen sind, blieben zu erwartende Verzerrungen über dieses methodische Verfahren bestmöglich reduziert.[28]

Als relevante Experten aus den öffentlich-rechtlichen Häusern werden möglichst hochrangige Vertreter (DirektorInnen, ChefredakteurInnen etc.) aus den Bereichen „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung“ und „Redaktionsleitung/Ressortführung“ ausgesucht. Von Ersteren werden Kenntnisse zu zukunftsplanerischen Gehalten wie deren Projektierung angenommen, für die zweite interne Gruppe Argumente und Prognosen aus berufspraktischen journalistischen Blickwinkeln. Als externe Warte ergänzen Experten aus „Wissenschaft/Forschung“ das Panel, welche sich in kommunikations- und medienwissenschaftlichem Interesse mit dem Thema

[25] Vgl. Häder 2014, S. 11
[26] Häder 2014, S. 33
[27] Vgl. Häder 2014, S. 19ff. und Kapitel 3.2.2
[28] Vgl. Häder 2014, S. 11

Konvergenz und/oder öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Europa befassen. Damit rekurriert die Auswahl auf drei Gruppen, denen jeweils unterschiedliche – primäre – „*Arten von Wissen*“[29] zugeordnet werden können.

Zur Hebung eines hinreichenden Expertensamples[30] für das avisierte Themenfeld muss die Untersuchung in ihrer Anlage als Promotion also Einzelleistung fokussieren. Ein theoretischer Überblick zu medien- und kommunikationswissenschaftlichen gleichsam transdisziplinär orientierten Ansätzen zu Medienbegriff(en), Mediengattung(en), Medienlandschaft(en), Mediensystem(en) etc. wird in Kapitel 2 den für öffentlich-rechtliche Medien relevanten nationalen Bezug als Kenngröße erbringen. Über einen „,*most-different-systems-similar-outcome*“-Zugang [31] werden aus der Grundgesamtheit (n=73) der Mitglieder der „European Broadcasting Union“ (EBU) als Werte- und Kooperationsgemeinschaft[32] vier öffentlich-rechtliche Protagonisten herausgelöst. Kriterium ist zunächst die organisationale Einbindung der Trias Radio-Fernsehen-Online unter einem öffentlich-rechtlichen Dach, um potentiell in Konvergenz begriffene Objekt kontrastierbar zu machen. Den weiteren Selektionsprozess leiten vor der Folie wissenschaftlicher Zuordnung zu gängigen medientheoretischen und mediensystemischen Modellen die Kategorien *Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils*[33], *Finanzierung* und *Öffentlich-rechtliche Organisationsform*. Dieses Rasters kristalliesiert vier Sampleobjekte heraus:

Für Deutschland liegt das Augenmerk auf der ARD (*Arbeitsgemeinschaft öffentlich-rechtlicher Anstalten der Bundesrepublik Deutschland)* als betont föderalistisch strukturiert, und ausgestattet in erster Linie über Haushaltsabgaben bei marginaler Werbesubventionierung. Im Rahmen eines Light Touch-Medienregulierungsstils[34] ist die Vielfalt der Ausspielwege respektive deren Gestaltung über den „Drei-Stufen-Test“ konturiert.[35] Der ORF (*Österreichischer Rundfunk)* für Österreich bewegt sich ebenso in einer Umgebung, dem Light Touch-Medienregulierungsstil zuzuordnen, hingegen mit der Besonderheit eines Single Regulators. Vorrangig beitragsgespeist

[29] Kaiser 2014, S. 41ff.
[30] Vgl. Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 766
[31] Vgl. Esser 2016, S. 16
[32] Vgl. EBU 2017
[33] Vgl. Arnold 2014, S. 304; Neben den sich wandelnden Regulierungsgegenständen verändern auch gesamteuropäische und schließlich nationale Instanzen medienkonvergente Rahmensetzungen. (vgl. Arnold 2014, S. 19) Entsprechend determinieren den öffentlich-rechtlichen Aktionsradius EU-weite wie einzelstaatliche Regulierungsvorgaben, was im jeweiligen Zusammenspiel der kategorialen Scheidung dienen kann.
[34] Vgl. Arnold 2014
[35] Einen „*Durchbruch im Ringen um die Reform des Telemedienauftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten*“ (Staatskanzlei Rheinland-Pfalz 2018) vermeldet die Ministerpräsidentenkonferenz erst im Juni 2018. Die Delphi-Erhebung war zu diesem Zeitpunkt bereits abgeschlossen. Kapitel 4.2 wird diese jüngste Entwicklung ergänzend aufgreifen.

bei dezenter Werbefinanzierung ist das Organigramm des ORF stark zentralistisch verankert. Das slowenische RTV SLO (*Radiotelevizija Slovenija)* ist anteilig gebühren- und werbe-/ sponsoringbetrieben. Der Organisationsaufbau kennt einen bedeutsamen Kern mit föderativ aufgespannten Satelliten. Das tradiert enge Portfolio an Ausspielwegen spiegelt diesen Umstand. RTV SLO agiert in klientelistischer Medienregulierungslandschaft.[36] Ebenfalls in klientelistischer Medienregulierungsumfeld lokalisiert sich Ungarns MTVA *(Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap)*, de facto staatlich finanziert und zentralistisch aufgebaut. Für jeden nationalen Standort werden zu gleichen Anteilen Experten aus den definierten Wissensgruppen für die dreistufige Delphi-Matrix gewonnen. Zu eruieren werden in der Analyse also nationale wie internationale Sichtweisen und Prognosen zum Themenkomplex Medienkonvergenz bei öffentlich-rechtlichen Anbietern in Europa sein.

Nach dieser Einführung in Gegenstand und Zielsetzung, legt Kapitel 2 notwendige Fachtermini fest und skizziert den Forschungsstand. Kommunikations- und medienwissenschaftliche Perspektiven werden um politik- und kulturwissenschaftliche erweitert, Medienlandschaften, Mediensysteme und Objekte des Medienwandels erörtert. Die für die Fallauswahl meiner Delphi-Studie maßgeblichen Kategorien sind theoretisch hergeleitet. Die danach ausgesuchten vier Samplebezugsgrößen werden mediensystemisch und mediensystemtheoretisch ausgeleuchtet. Abschnitt 3 erläutert das Erkenntnisinteresse, die Genese der Forschungsfragen, die methodische Herangehensweise via Delphi-Design sowie die Zusammenstellung des Samples. Das Folgekapitel analysiert die exemplarischen öffentlich-rechtlichen Anbieter über das angelegte Kategorienraster. Dies dient nicht nur als Begründung der Fallauswahl, sondern bereitet erkenntnisintendiert die Auswertung und Interpretation vorliegender Delphi-Studie vor. Der Anschlussparagraph führt die empirischen Befunde zusammen und bespricht Konzepte und Strategien von Medienkonvergenz im Vergleich. Letzteres erfolgt in Rückkopplung an dargestellte theoretische Fundierungen und Deskriptionen der Fallauswahl. Der Schluss ist Resümee und Ausblick. Die Resultate werden in Form von Thesen zu Definition, technischer, wirtschaftlicher, inhaltlicher und rechtlicher Konvergenz, jener der Nutzung, öffentlich-rechtlicher Organisationsstruktur und einem „USP Öffentlich-Rechtlich“[37] zusammengefasst. Abgehoben ist auf essentielle Zukunftsaspekte des Öffentlich-Rechtlichen. McGonagle postuliert:

[36] Vgl. Arnold 2014
[37] USP (*unique selling proposition* oder *unique selling point*) begriffen als „Alleinstellungsmerkmal“.

„*Broadcasting technologies are becoming inexorably digitized and converged. If PSB is to retain its previous (or even current) level of influence in this new technological environment, it is imperative that it develops into an effective player across diverse media formats.*"[38] Inwieweit dies geschieht oder geschehen kann, sucht vorliegende Delphi-Erhebung mit zu beantworten.

[38] McGonagle 2015, S. 74

2 Darstellung der Forschungslage

2.1 Überblick

Eigentlich müsste eine Erörterung der Forschungslage zügig erfolgen können, immerhin sind Schlagworte wie „Globalisierung“, „Multimedia“, „Digitalisierung“, „Medienkonvergenz“ seit den frühen 2000ern in aller Munde. Vielleicht fällt es just deshalb aber auch so schwer, wenigstens präzise Zugangsstränge dingfest zu machen. Ob in wirtschaftlichem, politischem, soziologischem, pädagogischem, philosophischem Kontext – Versuche der Einordnung gibt es etliche. Dabei erfährt „Konvergenz“ als synthetisierendes Moment besondere Aufmerksamkeit.[39] Und dennoch kommt bei allem „Reden über“ das „Reden wovon“ zu kurz;[40] terminologische Grenzziehungen verschwimmen: Was benennt „Medienkonvergenz“ exakt? Was ist grundsätzlich unter „Medien“ zu verstehen? Was zeichnet „Medienunternehmen“ aus? Wie konstituieren sich „Medienlandschaften“ und wie erwachsen innerhalb derer wie über diese hinaus „Medienbranchen“? Welche „*Dynamiken der Differenzierung (Abgrenzung) und Entdifferenzierung (Entgrenzung)*“[41] bewegen „Mediensysteme“? Und nicht zuletzt welche Akteure sind für diese Bewegungen relevant?

Die Beantwortung all dessen erfolgt in der Regel mittels schlaglichtartiger Analysen. Das Jugendsegment als „nachrückendes Publikumspotential“ erhält Beachtung. Wie konsumieren Heranwachsende Musikkanäle im Fernsehen und deren Begleitprogramme im Internet?[42] Nach welchen Kriterien kreieren sie ihre individuellen Medienmixes?[43] Häufig picken Untersuchungen ein Unternehmen heraus und erörtern musterhaft dessen Diversifikationsmaßnahmen in neue Medienteilmärkte.[44] „Newsroom Intergration“ ist ein vielfach ausgeleuchtetes Phänomen.[45] „*Inattentional Blindness*“[46] ist als Folge mobiler Medienanwendung untersucht. Die Nutzung von Social Media Sites in Fernbeziehungen wird thematisiert.[47]

Kommunikations- und medienwissenschaftliche Perspektiven bilden den Kapiteleinstieg. Die Zusammenfassung kulturwissenschaftlicher Stellungnahmen schließt an. Folgend rückt das Augenmerk auf öffentlich-rechtliche Untersuchungsobjekte all-

[39] Vgl. Meikle/ Young 2012, S. 2
[40] Vgl. Kunczik/ Zipfel 2005, S. 57f.
[41] Beck 2012, S. 7
[42] Vgl. Wagner 2002
[43] Vgl. Schuegraf 2008
[44] Vgl. Bales 2011
[45] Vgl. Kaltenbrunner 2017b; vgl. auch Kaltenbrunner/ Luef 2017
[46] Höflich/ Roll/ Kirchner 2014, S. 124
[47] Vgl. Kirchner 2014, S. 155ff.

gemein. Kategoriengeleitet werden speziell jene vier im Sample inkludierten Mediensystemlandschaften Deutschland, Österreich, Slowenien und Ungarn bearbeitet. Die besprochenen Forschungspositionen dienen als definitorische Eckpfeiler für die anschließende Delphi-Studie. Sie bilden den Überbau für die Einordnung und Diskussion der erzielten Ergebnisse. (Kapitel 5) Nur innerhalb solch begrifflich-präzisierender, doch zugleich erkenntnisoffener Rahmung entfaltet die Delphi-Methode ihr Potenzial optimal. (Kapitel 3) In einem reziproken Schritt kann überdies eruiert werden, ob angesprochene primär westlich orientierte Wissenschaftswarten für einen amplifizierten Zusammenhang erkenntnisfördernd sein können oder lediglich als Kontrastriemen aufzuspannen sind, um in meiner Untersuchung aufgenommene osteuropäische Positionen – Auffassungen, Strategien, Konzepte, praktische Maßnahmenkataloge der analysierten konvergierenden Medienunternehmen – erklärbar zu machen.

2.2 Kommunikations- und medienwissenschaftliche Perspektiven

2.2.1 Verortung „Medien“/ „Medienbranche“/ „Medienprodukt“

Neue digital-technische Standards fordern hergebrachte Begrifflichkeiten heraus. Wo das Verbreitungsmaterial (Tonband, Papier, Filmspule etc.) nicht mehr einziges Merkmal einer Definition sein kann, sind abstrakte Beschreibungen zu leisten. Klaus Beck wählt einen polydimensionalen Ansatz. Demnach seien Medien zugleich:

> „(a) ‘technisch basierte Zeichensysteme’, die kommunikatives Handeln, also die wechselseitige Konstruktion von Sinn (Verständigung) ermöglichen, (b) ‘soziale Organisationen’, in denen arbeitsteilig Leistungen hinsichtlich eines Organisationsziels (Gewinn, Öffentlichkeit, Verständigung etc.) erbracht werden, und (c) ‘Institutionen’, also dauerhafte soziale Regelsysteme, die bestimmte Funktionen für die Gesellschaft und spezifische Leistungen für andere Sozialsysteme erbringen.“[48]

Der Kommunikationssoziologe möchte Offenheit für transdisziplinäre Zugänge schaffen. In späteren Schriften spitzt er den Aspekt der wechselseitigen Abhängigkeit zu, wenn er „*Medien (...) als offenes, dynamisches, interdependentes und differenziertes System mit einer historisch entstandenen Struktur verstanden*“[49] wissen will. Seine Vorschläge einer grundsätzlichen begrifflichen Feststellung zielen durchgängig auf polyperspektivische Urbarmachung für möglichst diverse Erkenntnisgehalte. „*Sprache und die primären Medien der interpersonalen Kommunikation kommen*

[48] Beck 2002, S. 141
[49] Beck 2012, S. 8

ohne technische Basis aus.“[50] Von hier lenkt der Autor die Aufmerksamkeit auf „*sekundäre und tertiäre Medien*“[51] als:

> „1. Technisch basierte
>
> 2. Zeichensysteme zum Zwecke der Kommunikation zwischen Menschen, die
>
> 3. sozialen Institutionen begründend und
>
> 4. auf spezifische Weise organisiert sind.“[52]

Die Fachliteratur dokumentiert weitere Herangehensweisen, denen es um die generelle Anwendbarkeit eines – ihres – Medienbegriffes geht, doch scheitern die meisten am eigenen Universalitätsanspruch.[53] Kommunikations-, Medien-, Sozialwissenschaft, Pädagogik, Psychologie, Physik, Chemie haben „Medien“ in ihren Gegenstandsbereich integriert. Allen einen gültigen Gedanken dazu an die Hand geben zu wollen ist löblich, indessen unmöglich. Dessen gewahr wählt Friedrich Krotz wie Beck eine mehrstufige Annäherung. Medien sind Krotz Erlebnisräume, Inszenierungsapparate, technische Geräte und schließlich soziale Institutionen.[54] Jeden dieser Teilaspekte deskribiert er separat, um eine auf das vornehmliche Beobachtungsfeld zugeschnittene Verwendung zu erlauben. Als Klammer setzt er:

> „Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Medien Kommunikation ermöglichen und modifizieren, und dies tun sie in Bezug auf, aber auch in Konkurrenz zu Face-to-Face-Kommunikation. So gesehen haben alle existierenden Kommunikationsformen des Menschen eine gemeinsame Basis, es gibt aber dennoch einerseits situative Face-to-Face-Kommunikation und andererseits Medienkommunikation. Damit differenziert sich Medienkommunikation zugleich mit einem sich ausdifferenzierenden Mediensystem aus.“[55]

Heinz Pürer erläutert ausführlich die Problematik einer klaren Bedeutungsfindung. Ausgehend vom lateinischen Wort („Mitte, Mittel, etwas Vermittelndes“) spalteten sich technische, traditionsverhaftet-sprachliche, wirtschaftlich-aktuelle – klassische wie (neologistisch-)innovative – Vorschläge ab:

> „Aus den dargelegten Differenzierungsversuchen geht hervor, dass es an einer einigermaßen einheitlichen und überzeugenden Systematik für einen Medienbegriff immer noch fehlt bzw. sich die Frage stellt, ob eine solche Systematik überhaupt noch generell festgelegt werden kann.“[56]

[50] Beck 2012, S. 9
[51] Beck 2012, S. 9
[52] Beck 2012, S. 9
[53] Vgl. Wirtz 2011, S. 9
[54] Vgl. Krotz 2010, S. 97
[55] Krotz 2010, S. 97f.
[56] Pürer 2003, S. 211; vgl. auch Pürer 2015, S. 15f.

In Anbetracht der zum Teil sehr entfernten Fachgebiete, die sich dem Gegenstand widmen, schlägt Pürer eine Deutung vor, welche die zuvorderst zitierte von Beck um eine vierte inhaltliche Komponente erweitert:

> „a) ganz allgemein 'Kommunikationsinstrumente' wie natürliche Sprachen und materielle Zeichen, die zur Kommunikation benutzt werden; b) 'Medientechniken', mit deren Hilfe es möglich ist, Medienangebote etwa in Form von Büchern und Filmen, aber auch E-Mails herzustellen und zu verbreiten; c) 'institutionelle Einrichtungen' bzw. Organisationen wie Zeitungsverlage oder Fernsehanstalten, die Medientechniken betreiben, verwalten, finanzieren; sowie d) 'die Medienangebote selbst, die aus dem Zusammenwirken aller genannten Faktoren hervorgehen' (Zeitungsbeiträge, Hörfunk- und Fernsehsendungen etc.)."[57]

Dieser erkenntnisgeleitete Medienbegriff eignet sich für mein international angelegtes Analysevorhaben bestmöglich. Er gibt griffige Schubladen vor, belässt deren jeweilige Füllung aber dynamisch und damit erfragbar. Jene wesentliche Komponente des inhärenten permanenten Wandels beziehungsweise Gewandelt-Werdens pointieren auch Graham Meikle und Sherman Young: „*Media forms – and not just the Internet, but also television, radio, newspapers, cinema, recorded music, games – are constantly being invented and re-invented as they are taken up by new people in new contexts for new ends.*"[58] Entsprechend darf der Praxisalltag nicht außer Acht geraten, welcher Medien und ihre Angebote stets an politische, soziale wie ökonomische Organisationen rückbindet. Von hieraus erfahren sie ihre Implementierung im System der Massenkommunikation; von dorther werden sie zur Nutzung abgerufen. Derlei Säulen sind für Wirtschaftswissenschaftler Bernd Wirtz maßgeblich bei der Klassifizierung der Medienbranche(n):

> „Demzufolge gehören zur Medienbranche alle Unternehmen, die informative oder unterhaltende Inhalte (Content) für die Rezipienten- und/ oder die Werbemärkte bereitstellen. In der Regel werden nur die Medien betrachtet, die einen Absender und eine große Anzahl an Empfängern haben (One-to-many-Kommunikation)."[59]

In einer linear aufgespannten Wertschöpfungskette kontrahieren Medienunternehmen eigen- und fremderstellte Inhalte und distribuieren diese. „IPTV", „Radio On Demand", „Druck", „Internet", „Social Media" – „*Mediengattungen*"[60] lassen sich heute mehr denn je aufzählen. Medienanbieter wollen sich durch Gattungsüberschneidungen respektive Gattungskombinationen auf dem Markt behaupten. Letzterer ist ein

[57] Schmidt/ Zurstiege 2000, S. 170; zit. nach Pürer 2003, S. 212
[58] Meikle/ Young 2012, S. 34
[59] Wirtz 2011, S. 10
[60] Schneider 2007, S. 12

globaler, ob es sich nun um ausgewiesene Multiplayer im internationalen Geschäft wie Warner Bros., Disney, Bertelsmann etc. handelt, oder ob ein Exil-Rosenheimer auf den Färöer-Inseln zur halben Stunde die „Radio Charivari"-Regionalnachrichten aus der Heimat im Live-Stream via App auf dem Smartphone verfolgt. Insa Sjurts gelingt meines Dafürhaltens eine Abdeckung dieses Spektrums. Sie unterstreicht, dass Mediendienstleister simultan ökonomische und publizistische Ziele avisierten, ihre Produkte seien Kultur- wie Wirtschaftsgüter:

> „Medienunternehmen sind technische, soziale, wirtschaftliche und umweltbezogene Einheiten mit der Aufgabe der Fremdbedarfsdeckung, mit selbständigen Entscheidungen und eigenen Risiken, deren Handeln gerichtet ist auf publizistische und ökonomische Ziele. Dabei werden die Vorprodukte Information, Unterhaltung und Werbung zu einem marktreifen Endprodukt, dem Medienprodukt, kombiniert."[61]

Das Medienprodukt vereine zwei Komponenten, eine immateriell kulturelle (Content) und eine physische in Form des materiellen Trägers, welcher den Transport der Inhalte gewährleiste.[62] Zu akzentuieren ist Sjurts Einschätzung: *„Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht ist – gemessen am Kriterium des Kundennutzens – der Content das zentrale Element des Medienprodukts; das Medium als Träger ist von sekundärer Bedeutung."*[63] Eine Feststellungen, die Gewicht gewinnt, wenn es im explorativen Teil dieser Arbeit darum bestellt sein wird, wie die Experten im Sample etwa inhaltliche Medienkonvergenz (Kapitel 2.2.4.3) oder Faktoren der Produktbeschaffenheit („Aktualität", „Qualität", „Exklusivität", „Umfang" etc.) bewerten.

2.2.2 „Klassische Medien" versus/ und „Neue Medien"

„Die klassischen Medien wie Fernsehen, Rundfunk und Verlage sind heute alle im sogenannten neuen Medium Internet positioniert"[64], nimmt Sebastian Bales in seinen Ausführungen zu „Medienkonvergenz als Ursache für Diversifikationen in neue Medienteilmärkte". Eine von ihm nicht weiter ausdifferenzierte Pauschaleinordnung, die einige wertvolle Theorieversuche unterläuft, welche eine simple Unterscheidung zwischen klassischen, vorwiegend über ihre gegenständlichen Träger definierten „Alten Medien" auf der einen und computergestützten, digitalen „Neuen Medien" auf der anderen Seite überwinden wollen.[65] Beachtenswert ist auch die Deutung des Inter-

[61] Sjurts 2002, S. 8
[62] Vgl. Sjurts 2002, S. 8; vgl. auch Schneider 2007, S. 12
[63] Sjurts 2002, S. 7
[64] Bales 2011, S. 15
[65] Vgl. Beauflis 2009, S. 4; vgl. auch Pürer 2003, S. 210ff.

nets als „Medium“, nicht wie üblich als technische Plattform, welche wiederum mediale Formate, Gattungen, Wesenheiten konstituiert. Beck mahnt zu genauer Prüfung, denn „‘*das Internet’ entpuppt sich dann nämlich als die technische Basis (ein Datenübermittlungsprotokoll) mit vielfältigen Anwendungsformen, von denen einige erst als Kommunikationsmedien zu begreifen sind*”[66]. Als Definition formuliert er:

> „Das Internet ist eine technische Infrastruktur aus miteinander vernetzten Telekommunikationsnetzen, in denen digitale Daten paketvermittelt über das Internet-Protokoll (IP) übermittelt, genauer gesagt mittels Client-Computern (Home PC, Netbook oder andere mobile Geräte) von Server-Computern abgerufen werden können.”[67]

Papathanassopoulos und Negrine sprechen von der „*digital revolution*”, „*a revolution that is constituted by the internet – a ‘new’ technology per se – but that, in reality, is the outcome of a process of digitalization and convergence of all aspects of communications sector*“.[68]

John V. Pavlik und Adam C. Powell deskribieren, „*new media include a variety of technologies that perform the following five functions: (1) information gathering, searching, sorting and communicating; (2) production, editing, and design; (3) storage, representation, and retrieval; (4) distribution; and (5) access, design, and display*“[69]. In ihrem Band „Media Convergence. Networked Digital Media in Everyday Life“ argumentieren Meikle und Young richtig:

> „All media were new once, and to place an emphasis on the ‘new’ can be misleading. If we emphasize technological novelty, then this can obscure the crucial processes of transition, of both adoption and adaption, through which a medium comes to seem part of the furniture.”[70]

Konsequent verwerfen die Autoren einen Terminus wie „Neue Medien“. Sie befürworten die Etablierung eines Begriffs, welcher semantisch „*media content, industries, technologies and practices that are both digital and networked*“[71] inkludiert, ergo dem tatsächlichen Diffundieren der Gattungsgrenzen heute Rechnung trägt. Das Unterfangen ist sinnvoll, findet indes seine Lösung in einem weiteren Dilemma. Meikle und Young schlagen als digital-vernetzte Sammelbezeichnung „*convergent media*“[72] vor. Damit begeben sie sich abermals auf definitorisch vagen Boden im kontrovers aufgeladenen Wortfeld „Medienkonvergenz“. Letzterem wird sich Kapitel 2.2.3 eingängig

[66] Beck 2012, S. 261
[67] Beck 2012, S. 261
[68] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 37; vgl. auch McQuail 2005, S. 137; Kung/ Picard/ Towse 2008, S. 4
[69] Pavlik/ Powell 2003, S. 225
[70] Meikle/ Young 2012, S. 2
[71] Meikle/ Young 2012, S. 2
[72] Meikle/ Young 2012, S. 2

widmen. An dieser Stelle möchte ich das grundsätzlich überzeugende Ansinnen Meikles und Youngs aufgreifen, die aktuelle wissenschaftliche Diskussion einer exklusiven Gruppierung in „alte“ und „neue Medien“ zu entheben.

Herkömmliche und progressive Formen der Aufbereitung kommunikativen Gehalts wie dessen Verbreitung fließen für Martin Schneider ineinander:

> „Die Anzahl der Wege, über die Kunden Inhalte abrufen können, hat sich innerhalb kürzester Zeit vervielfacht. Neben den klassischen Medien wie z.B. TV, Hörfunk und Zeitungen gewinnen neue Medien wie das Internet, die Mobilfunktechnologie oder das digitale Fernsehen zunehmend an Bedeutung.“[73]

Die Medienbranche als Sammelbecken sowohl traditioneller als auch innovativer Konzepte verankert Schneider in einem ökonomischen Spannungsfeld zwischen Rezipienten- und Werbemarkt: „*Der Content ist das zentrale Element des Medienproduktes, weil es den originären Produktnutzen in Form von Information, Unterhaltung oder Werbung stiftet.*“[74] Diesen Produktnutzen über zunehmende Distributionsvarianten zugänglich zu machen, befindet Schneider als entscheidendes Plus. Wie viele Fachkollegen lobt der Medienökonom den fundamentalen Umschwung durch die „Neuen Medien“. Kontrastierend zu den hergebrachten Massenmedien, die in der Regel eine Einwegkommunikation an ein disperses Publikum betreiben, böten Internet und Mobiltelefonie Interaktivität, Individualität, Zeit- wie Ortsunabhängigkeit und: „*Das Internet kann die Funktion nahezu jeder anderen Mediengattung durch Emulation übernehmen und ist dazu geeignet, eine Vielzahl von Darstellungsformaten wie Schrift, Bild und Ton zu transportieren.*“[75]

Für Schneider sind das Gründe dafür, weswegen etablierten Mediendiensten das Internet als begleitende oder eigenständige aber verschwisterte Plattform attraktiv erscheint. Das Addieren jüngster Technologien zu Bekanntem und Bewährtem oder ein Substituieren des Hergebrachten und Überholten durch Innovativeres als Generatoren von Wettbewerbsvorteilen zu skizzieren, wie Schneider es unternimmt, trifft jedoch das beobachtbare Phänomen eines sehr viel komplexeren und multidimensionalen Medienwandels nur partiell. Des Weiteren ist eine Verlinkung in andere Branchen und benachbarte Marktsegmente zu konstatieren:

> „Medienunternehmen sind heute nicht mehr nur in ihren jeweils angestammten Teilmärkten wie Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk und Fernse-

[73] Schneider 2007, S. 1f.
[74] Schneider 2007, S. 12; vgl. auch Sjurts 2002, S. 8
[75] Schneider 2007, S. 18

> hen aktiv, sondern verfügen durchweg über ein ganzes Portfolio an Geschäftsfeldern sowohl in den klassischen als auch in den neuen Medienmärkten Internet und mobile Kommunikation.“[76]

In diesem durchlässigen Kosmos seien nationale Grenzziehungen gegenstandslos geworden, führt Sjurts in ihrem Buch „Strategien der Medienbranche“ aus. Ob aktiv auf einen globalen Markt drängend oder passiv, indessen gleichsam weltweit verfügbar: Massenmedien seien auf vielen Kanälen präsent. Nicht jedoch auf allen präziser für alle, gibt Christoph Beauflis zu bedenken. Der Autor warnt vor einer Medienelite:

> „Die globale Tendenz zu einem Zwei-Klassen-System macht auch vor den Medien nicht halt. Im Gegenteil, es scheint, als würde die mediale Entwicklung diese Tendenz nur verstärken. Um nicht Opfer der Neuen Medien zu werden, beziehungsweise um nicht von ihnen abgehängt zu werden, ist vor allem eines nötig: der Zugang zu ihnen.“[77]

Ein meiner Meinung nach notationswürdiges Postulat, das im empirischen Teil vorliegender Arbeit differenzierte Betrachtung findet. (Kapitel 4, 5) An dieser Stelle sei die Prüfung konkreter Zugänge nochmals auf eine theoretische Ebene zurückgespielt. Mit einem reinen Addieren jüngst kreierter Ausspielwege oder einem Substituieren des Herkömmlichen ist das Spannungsfeld sich verändernder Medienwelten nur ungenügend beschrieben.

Die bereits erhobene Forderung, eine Scheidung in konventionelle, traditionelle, alte Medien versus digitale, neue Medien ad acta zu legen, entspringt vor allem der Tatsache, dass sich derlei eindeutige Grenzen zwischen Medienformen, -gattungen, -arten nicht länger ziehen lassen. Printprodukte werden digital verfasst, gesetzt und vervielfältigt. Neben der Distribution auf Papier erfahren sie zumeist Publikationen online. Hörfunksendungen entstehen im Studio am Computer, abgerufen werden sie linear wie On Demand en Gros digital. Analoges gilt für Fernsehbeiträge. Varianten in Content und Format je nach Verbreitungsweg sind gängig, da wird vertwittert, ver-facebookt, ver-podcasted, ver-appt – kurzum ein Auseinanderdividieren medialer Erscheinungsformen nach ihrer Entstehung und originären (materiellen) Trägerschaft mag Aufgabe der Historiker bleiben. Kommunikations- und Medienwissenschaften müssen sich im Blick auf das Hier und Jetzt der Herausforderung stellen, obsolete kategorische Medienbegriffe in adäquate dynamische Deskriptionen zu überführen. Folglich kann es nicht mehr angezeigt sein, die mediale Gesamtpalette

[76] Sjurts 2002, S. 2
[77] Beauflis 2009, S. 9

unter einen statischen definitorischen Hut zu zwingen. Die in Kapitel 2.2.1 gefallene Entscheidung für eine erkenntnisgeleitete Begriffsbestimmung erfährt Bekräftigung. Pürer ist zu unterstützen:

> „Hier wird ersichtlich, dass es schwierig zu sein scheint, einen einheitlichen, gleichsam neutralen, allgemein gültigen Medien-Begriff aufzustellen. Die durch die Konvergenzdynamik sich ergebende Transformationsentwicklung stellt zunehmend bislang gültige Trennungslinien (z.T. radikal) in Frage."[78]

Vor diesem Hintergrund tritt jedes Fahnden nach einer fixen Einordnung „der Medien en total" zurück. Wesentlich wird die terminologische Handhabung des in Bewegung befindlichen Konstrukts „Konvergenz". Jedoch ist auch das kein leichtes Unterfangen. Wenn beispielsweise Meikle und Young wie bereits zitiert „*convergent media*"[79] als wortwörtlichen Ausweg aus dem Dilemma sämtlicher medialer Verschmelzungen, Verwebungen, Verlinkungen, Veränderungen anbieten und damit für ein Verabschieden veralteter Schablonen eintreten, so erweitern sie den Horizont des Definitionsfeldes, stecken allerdings keine für wissenschaftliche Einordnungen operationalisierbaren Claims ab. Konvergenz wird den Autoren schlicht zum „*coming together of things that were previously separate*"[80]. Diese Erklärung ist einfach und klar, greift aus meiner Sicht aber zu kurz und muss präzisiert werden.

2.2.3 Begriffsklärung „Medienkonvergenz"

> „Zu den Begriffen für übergreifende Veränderungsprozesse, die im Hinblick auf Medien und Kommunikation diagnostiziert werden, wie etwa Digitalisierung, Globalisierung und Kommerzialisierung, gehört in den letzten Jahren in zunehmendem Maße auch der Begriff Konvergenz"[81],

vermerken Uwe Hasebrink, Lothar Mikos und Erich Pommer in ihrer Einführung 2004 zum Titel „Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen". Zu jener Zeit avanciert „Medienkonvergenz" vom branchenverhafteten Trendbegriff zum transdisziplinären Forschungsgegenstand. Die fachliterarische Auseinandersetzung erfolgt verzögert, vergleicht man die lebhaften öffentlichen Debatten zwischen Medienmachern, Politikern, Wirtschaftsexperten, Kulturschaffenden oder Nutzern seit

[78] Pürer 2003, S. 213; Der Autor weist darauf hin: „*Die Bezeichnung 'neue Medien' ist in Wirklichkeit schon recht alt. Immer nämlich, wenn neue Medien oder auch nur neue Medientechniken aufkamen, tauchte der Begriff 'neue Medien' auf. (…) De facto handelte es sich bei diesen 'neuen Medien' nicht wirklich um neue Medien, sondern um neue Medientechniken, genauer gesagt neue Verteiltechniken für schmal- und breitbandige Rundfunkdienste*" (Pürer 2003, S. 266).
[79] Meikle/ Young 2012, S. 2
[80] Meikle/ Young 2012, S. 2
[81] Hasebrink/ Mikos/ Pommer 2004, S. 9

Mitte der 1990er Jahre. Dessen ungeachtet ergeben sich Parallelen, ob frühe Diskussion oder spätere Theoriebildung: Engagierte Ansichten existieren viele, ebenso Anläufe zur Definition. Hatten sich Studien zunächst um dezidierte Herleitungen aus technisch-medialem Zusammenhang bemüht, wählen Folgeuntersuchungen nahezu unisono den Weg über die Etymologie. 1997 formuliert Sofia Blind aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive noch, moderne Medientechnologien seien:

> „(...) von einer allmählichen Verschmelzung bisher getrennter Einzelmedien einer 'Multimedia-Welt' gekennzeichnet. Die traditionelle Separierung von Telekommunikations-, Computer-, Unterhaltungselektronik und Fernsehtechnik ist in vielen Bereichen nicht mehr aufrechtzuerhalten, da neuere Medientechnologien technische Elemente verschiedener Branchen in sich vereinen"[82].

Diese Argumentation aufnehmend pointiert Martina Schuegraf 2008: „'*Medienkonvergenz' beschreibt somit ein 'Zusammenrücken', 'Zusammenwachsen' oder auch 'Verschmelzen' bisher als getrennt betrachteter Kommunikations- und/ oder Medienbereiche*"[83]. Ihre Erklärung sichert die Sozialwissenschaftlerin über die Herkunft des Wortes ab:

> „Der Begriff 'Konvergenz' gepaart mit dem Wort 'Medien' weist auf eine 'Annäherung', ein 'Zusammenlaufen', ein 'Übereinkommen' verschiedener Medien hin. 'Kon-vergent' bedeutet 'übereinstimmend' (...). Aus dem Lateinischen kommend, kann es von 'conventus' abgeleitet werden, was übersetzt die 'Zusammenkunft', 'Versammlung' bedeutet und in der Form 'conventum' mit 'Übereinkunft' übersetzt wird."[84]

Das ist ein wertvoller dynamischer Zugang wie ihn inzwischen einige Forscher gemäß ihrer Fragestellung adaptieren. Dabei warnen Bernd Beckert und Ulrich Riehm richtig davor, ein Szenario kompletter Amalgamierung zu imaginieren. Sie apostrophieren aus politikwissenschaftlicher Perspektive die Mehrdimensionalität medialer Begegnungs- wie Beziehungsmuster:

> „Unter Konvergenz versteht man die Verknüpfung oder Verschmelzung von Angeboten oder Funktionalitäten aus dem Telekommunikations- und Medienbereich. Die Vorstellung der Medienkonvergenz hat seit den 1990er Jahren eine konzeptionelle Veränderung erfahren: Während man zu Beginn der Konvergenzentwicklung von einer Implosion aller Medien – Presse, Film, Fernsehen, Internet – zu etwas neuem Dritten ausging, das über ein einheitliches Multimediamaterial genutzt werden sollte, stehen heute die jeweils spezifischen medialen Erweiterungen im Mittelpunkt der Betrachtung."[85]

[82] Blind 1997, S. 151ff.
[83] Schuegraf 2008, S. 18
[84] Schuegraf 2008, S. 18
[85] Beckert/ Riehm 2013, S. 10

Die technische Integration von Netzen und Diensten sei folglich als eine Seite der digitalen Revolution zu werten. Dem gegenüber stehe „*eine zunehmende Desintegration, ein Trend der Differenzierung und Fragmentierung*“[86]. Letzteres wollen die Autoren jeweils als Entwicklung aus einem bestimmten Ursprungsmedium (Presse, Hörfunk, Fernsehen, Internet) heraus analysiert wissen, wobei sie spezifische Nutzungsbedingungen in die zu beschreibende konvergenzgetriebene Evolution einrechnen. Diese im Blick auf Zukünftiges ergebnisoffene Untersuchungsprämisse halte ich für sinnvoll. So ist es auch in meiner Studie darum bestellt, jetzige wie kommende Dynamiken zu destillieren und nicht, einen Status Quo zu manifestieren. Dabei darf sich die Analyse nicht in einem mitunter in variierenden Tempi in multiple Richtungen strebenden Gegenstandsbereich verlieren. Beckert und Riehm überzeichnen:

> „Statt der Implosion aller bestehenden Medien kann man heute vielfältige neue Mischformen, partielle Kombinationen und Überschneidungen zwischen Inhalten, Diensten, Netzen und Geräten beobachten. Diese Entwicklung kommt eher einer Medienexplosion gleich.“[87]

Gänzlich unkontrollierbar mag eine solche „Medienexplosion“ nicht sein, finden sich doch Parameter, an denen sich eine Untersuchung des Phänomens „Medienkonvergenz“ valide ausrichten lässt. Sie sollen die spätere Datenerhebung gemäß Delphi-Design keinesfalls einengen, sondern einen strukturellen Rahmen aufspannen. Innerhalb dessen kann eine in Zusammenhängen und Begrifflichkeiten nachvollziehbare Interpretation der Ergebnisse erfolgen.

Henry Jenkins erklärt in seinem populären Band „Convergence Culture“, Konvergenz sei „*the flow of content across multiple platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migatory behaviour of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want*“[88]. Er nennt damit die wesentlichen Determinanten, über die erkennbar Einigkeit im westeuropäischen wie US-amerikanisch dominierten Fachdiskurs herrscht. Als bestimmend werden technische Neuerungen und Weiterentwicklungen, die Deregulierung der Märkte wie der Wandel der Nutzungspräferenzen subsumiert.[89] Letztere wirken weltweit direkt und zeitgleich auf die Branchen Medien, Informationstechnologie und Telekommunikation und evozieren Fühlungsnahmen. Waren jene Sektoren

[86] Beckert/ Riehm 2013, S. 10
[87] Beckert/ Riehm 2013, S. 10f.
[88] Jenkins 2008, S. 2
[89] Vgl. Bales 2011, S. 16

lange deutlich abgegrenzt, müssen sie heute zumindest partiell versammelt betrachtet werden.[90] Entsprechend unternehme ich eine definitorische Aufspaltung in technische, wirtschaftliche, inhaltliche Medienkonvergenz wie jene der Anwendung.

2.2.4 Vier Dimensionen von Medienkonvergenz

2.2.4.1 Technische Medienkonvergenz

Technische Medienkonvergenz meint „*die Digitalisierung der Massenmedien und das Zusammenwachsen verschiedener Übertragungswege*“[91], umreißt Schuegraf. Elementares Gewicht gewinnt das Verwachsen vormals eigenständiger Medientypen zu einem technischen Endprodukt. Bedurfte man ehedem diverser Ausspielapparate, lassen sich vielfältige Inhaltsformen jetzt über ein Gerät ansteuern. Technologische Basis dafür bietet die Digitalisierung. Sie eröffnet neue Möglichkeiten der Darstellung, Archivierung und Distribution. Vereinheitlichende Massenwaren führen Funktionen bis dahin solitärer Speichermedien zusammen. Musik, Film und Text finden auf einer Festplatte Platz und sind von dort parallel abrufbar. Verbesserungen der Komprimierungsverfahren lassen volumenreiche Datenpakete schrumpfen und erlauben schnellere Verbreitung. Vielfältige Dateitypen – Bild, Audio, Film – sind über einen Zugangspunkt wie in einem Strom zu empfangen. Mit den gestiegenen Anforderungen an die Übertragungswege wachsen die Bandbreiten; auf immer ausgedehnteren Übermittlungsstrecken fließen immer kleinere Datenpakete. Wirtz apostrophiert in seinem Band „Medien- und Internetmanagement“ die Auswirkungen:

> „Mit der Umstellung von analogem auf digitalen Datenverkehr werden unterschiedliche Kommunikationsnetzwerke für die Datenübertragung nutzbar und damit untereinander substituierbar. (…) Damit einher gehen (sic!) Leistungssteigerungen bei Datenübertragungsleistung und -ka-pazität und die Entwicklung neuer Interaktionsformate.“[92]

So ist ein Internetzugang beispielsweise mittels Telefon-, Kabel-, Satelliten- und Mobilfunknetzen sowie Wireless-LAN gegeben. Hervorzuheben ist in diesem Kontext die Einführung des Internetprotokolls (IP), worauf basierend Medienprodukte ohne Qualitätsverlust zeit- und ortsunabhängig beliebig verteilt werden können.[93] Das eröffnet im Sinne technischer Medienkonvergenz ausgedehnte Felder, was wiederum nicht nur Auswirkungen auf Geräte und Übertragungsarten hat, sondern die techno-

[90] Vgl. Wirtz 2011, S. 47
[91] Schuegraf 2008, S. 20
[92] Wirtz 2011, S. 48
[93] Vgl. Pürer 2003, S. 266; vgl. auch van Eimeren/ Frees 2009b, S. 349; Füssel 2012, S. 1

logische Infrastruktur in Gänze betrifft, also sämtliche Stufen der Wertschöpfungskette elektronischer Dienstleistungen (Speicherung, Produktion, Verarbeitung, Distribution, Präsentation). Chancen für Protagonisten aus dem Software- oder Telekommunikationsmarkt an eben genannter „*Medienwertschöpfungskette teilzuhaben und dabei sogar Schlüsselpositionen (Portale, Suchmaschinen, Plattformen) einzunehmen*“[94] erweitern das Angebotskaleidoskop. Freilich sei die geringe Bereitschaft von Werbe- oder Kunden generell, in Online-Medien zu investieren, ein pekuniär wie nicht zuletzt qualitativ determinierender Faktor journalistischen Mehrwert anbelangend.[95]

Beck folgt einer mediensystemischen Betrachtungsintention, welche jene als „Digitalisierung“ und „Konvergenz“ betitelten technischen Veränderungen *„in ihrer Bedeutung für die Organisation und Institutionalisierung in den Blick*“[96] nimmt. Dabei mahnt er an: „*Digitalisiert wird nicht die Kommunikation selbst, sondern Produktion, Distribution und ggf. Präsentation von Medienangeboten. Digitalisierung bezieht sich ursprünglich auf die binäre Codierung von Daten, die entweder zuvor analog verarbeitet wurden oder von Beginn an digital erzeugt, gespeichert und übertragen werden*.“[97] Digitalisierung meine auf der einen Seite folglich die Umgestaltung vormals analoger Medien und deren Distribution. Auf der anderen Seite gehe es um originär digitale Offerten und Services, „*sofern deren digitale Form tatsächlich einen organisatorischen und institutionellen Unterschied macht*“[98].

„*Die Grenzen zwischen verschiedenen Informations- und Kommunikationsgeräten verschwimmen im Zuge dieses Prozesses*“[99], markiert Hasebrink. Ergo sind auch die vier vorgestellten Dimensionen technischer, wirtschaftlicher, inhaltlicher Konvergenz wie jener der Nutzung nicht trennscharf zu scheiden. Ganz im Gegenteil legen die später referierten Resultate dieser Studie den Schluss nahe, dass sie einander bedürfen, um fortschrittliche Medienräume zu gestalten, in denen sich Angebot und Nachfrage entgegenkommen. (Kapitel 5) „*Die Konvergenz der Mediennutzung im selben Netz und teilweise sogar im selben Gerät erzeugt ‘integrierte Mediennutzungs-, Kommunikations- und Konsumprofile’ von hoher, bislang nicht bekannter Dichte und*

[94] Beck 2012, S. 328
[95] Vgl. Beck 2012, S. 328
[96] Beck 2012, S. 303
[97] Beck 2012, S. 303
[98] Beck 2012, S. 303
[99] Hasebrink 2002, S. 95

Detailliertheit.“[100] Beckert und Riehm leiten vor dem Hintergrund deutscher Rechtssetzung eine „*Konvergenz der Regulierung*“[101] direkt aus technischen Gegebenheiten respektive technischen Veränderungen, Verschmelzungen, Verlinkungen ab: „*Denn eine Konvergenz, die nicht zur Vereinheitlichung, sondern zur Vervielfältigung und Spezialisierung führt, erfordert eine Regulierung, die sich nicht an einem abstrakten Prinzip orientiert, sondern sich auf immer neue Medienkombinationen einstellen kann.*“[102] Diesem Einwand der Autoren ist stattzugeben. Dennoch möchte ich die juristischen Komponenten im theoretischen Teil meiner Ausführungen noch zurückstellen. Der Analyseabschnitt (Kapitel 4) wird für die ausgewählten Staaten im Sample jeweils konzentriert die Position der öffentlich-rechtlichen Sender sowie in Konnexion die rechtlichen Umgebungsbedingungen referieren. Solches hilft innerhalb der Delphi-Erhebung zu differenzieren zwischen plausiblen, eventuellen und gänzlich utopischen Einschätzungen der Probanden.

2.2.4.2 Wirtschaftliche Medienkonvergenz

„*The convergent media environment is being shaped not only by such emerging transformations but also by contested continuities*“[103], diagnostizieren Meikle und Young treffend. Medienanbieter stehen vor der dualen Herausforderung, neuen Entwicklungen integrativ Rechnung zu tragen, zugleich aber bisherige Strukturen und Gewohnheiten kritisch zu prüfen: Genügt es Traditionelles und Innovatives schlichtweg zusammenzubinden? Oder gilt es eben in der Verschmelzung dessen, was war und was künftig sein kann, dritte Räume zu schaffen, um synergieschöpfend einen Mehrwert zu generieren, welcher die Summe der einbezogenen Teilmengen übersteigt? Letzteres sei keine einfache Aufgabe für die Medienproduzenten:

> „Established media industries struggle to deal with the shock of the new – a proliferation of competing platforms, a reconfiguration of audiences, and convergent context in which media products can be shared, copied and remixed by millions, on a global scale and in real time. But at the same time, assumptions and precedents from the twentieth century persist in the shaping of policy and regulation, in debates about censorship and subsidy, in struggles over intellectual property, copyright and access.“[104]

Aus Betreibersicht adressiert der Begriff „wirtschaftliche Medienkonvergenz“ ein polyschichtiges Beziehungsfeld. Prinzipiell ist die Verquickung bislang getrennter

[100] Beck 2012, S. 305
[101] Beckert/ Riehm 2013, S. 11
[102] Beckert/ Riehm 2013, S. 11
[103] Meikle/ Young 2012, S. 11
[104] Meikle/ Young 2012, S. 11

Medienteilbranchen oder die Fusion von Medienunternehmen angesprochen. Gleichwertig der Digitalisierung setzt Wirtz die Bedeutung der Deregulierung von Kommunikations-, Informations- und Medienmärkten. Die gesetzliche Zulassung cross-sektoralen Wettbewerbs verschiedener Industriebereiche habe in den USA seit Beginn der 1990er zu erheblichen Umstrukturierungen geführt. „*Ohne diese Entwicklung hätte dem Konvergenzprozess in dieser Form der marktwirtschaftliche Rahmen gefehlt*“[105], resümiert der Autor und begrüßt ähnliche Liberalisierungsbestrebungen in der EU. Der jeweiligen politischen Bedingungen eingedenk, bekräftigt Wirtz´ Analyse ein unternehmerisches Ansinnen, wirtschaftlich konvergente Maßnahmen an den schieren Wunsch nach Einsparungen zu knüpfen. Eine Rechnung, die kaum aufgeht. Erhebungen belegen, dass sich dieses Zahlenspiel im Blick auf Qualität, Exklusivität, Profundität der Produkte selten einlösen lässt: „*Convergence is not a cheap route to new audiences; rather, it is an expensive route to new avenues of journalism.*“[106] Neben das Ziel der Kostensenkung ist bei Medienfirmen unterdessen jenes des Wachstums getreten.[107] Wirtz fächert diesbezüglich anhand einer Stufenleiter von unten nach oben weiter auf in „Produktkonvergenz“, „Geschäftsfeldkonvergenz“, „Unternehmenskonvergenz“ und „Branchenkonvergenz“. Als Unterscheidungsmerkmal legt er Aggregatsniveaus innerhalb des Konvergenzfeldes fest.

Abb. 1_Theorie: „4-Ebenen-Konvergenzmodell“

↑Aggregationslevel hoch↑

Branchenkonvergenz	- Konvergenz einer wachsenden Zahl von Unternehmen innerhalb der beteiligten Branchen führt final zur Konvergenz dieser Branchen
Anbieter-/Unternehmenskonvergenz	- Konvergenz zwingt Unternehmen ihre Positionen innerhalb der Wertschöpfungskette zu überdenken - Rekonfiguration der Wertschöpfungskette führt zur Anpassung der Unternehmensgrenzen
Geschäftsfeldkonvergenz	- Produktkonvergenz betrifft verschiedene Business Units eines Unternehmens oder Business Units unterschiedlicher Unternehmen - Chancen und Risiken durch Koordination und Kooperation
Produktkonvergenz	- Konvergenz von Inhalten (z.B. durch Standardisierung der Formate) - Konvergenz von Distributionskanälen - Konvergenz von Endgeräten durch Integration von Funktionalitäten

↓Aggregationslevel niedrig↓

Quelle: Wirtz 2011, S. 52

[105] Wirtz 2011, S. 48
[106] Killebrew 2005, S. 136
[107] Vgl. Northrup 2002, S. 1

Die Basisposition, die Produktkonvergenz, verfügt über ein vergleichsweise niedriges Aggregatslevel. Über die Geschäftsfeld- und Unternehmensebene kommt es zu einer Zunahme, welche in der Branchenkonvergenz als höchster Ausprägung kulminiert. „Produktkonvergenz“ bedeutet in diesem Schema das Zusammenwachsen von Funktionalitäten zu einem Ganzen: „*Auf diese Weise können einerseits Skaleneffekte realisiert werden, andererseits entstehen so durch die Rekombination von einzelnen Leistungsmerkmalen bestehender Angebote aus den unterschiedlichen Geschäftsfeldern neue, innovative Produkte.*“[108]

Exemplarisch nennt Wirtz Telekommunikationsbetreiber, die neben Fernsehprogramm, Internet- und Sprachkommunikation via klassischer Telefonie und/ oder Mobilfunk inhaltlichen Zusatznutzen etwa in Form von Info- und Entertainmentdiensten aus einer Hand bieten. Die Tendenz gehe dahin, eingeführte Triple-Play-Pakete mit anziehenden Applikationen zu versehen, um in einem höchst vitalen Markt konkurrenzfähig zu bleiben. Bewähre sich derlei Produktkonvergenz, mag es für Unternehmen gewinnbringend sein, Geschäftsfelder ineinander zu verschränken. Zum einen erfolge Geschäftsfeldkonvergenz durch externe Kooperationen. Zum anderen ließen sich bei entsprechenden Ressourcen innerhalb einer Firma konvergente Einheiten zusammenbinden.

In einem umfänglicheren Gedankengang spricht Wirtz von Unternehmenskonvergenz. Auch hier verlinkten vormals getrennte Offerten, die allerdings von unterschiedlichen Häusern stammen. Schulterschlüsse oder Fusionen seien mitunter sinnvoll, wenn konvergente Entwicklungen am Markt eine Schwächung der eigenen Stellung oder Stagnation in der Wertschöpfungskette bedeuteten. Rekonfiguration und Ausdehnung der Unternehmensgrenzen erlaubten einen gestärkten Neuauftritt.

Branchenkonvergenz schließlich bringe Märkte zusammen, welche bis dahin exklusiv behandelt wurden. Satelliten-, Kabelnetz- und Telekommunikationsanbieter buhlen auf dem Areal der Kommunikationsdienstleistungen miteinander und differenzieren nicht selten in die Unterhaltungsbranche aus, um sich voneinander abzugrenzen und sich Attraktivitätsvorteile zu sichern. Folglich werden sie zu direkten Konkurrenten der Medienunternehmen. Telekommunikation, Informationstechnologien und klassische Medien verschmelzen. Wirtz rekapituliert: „*Diese Form der Konvergenz ist*

[108] Wirtz 2011, S. 51

als finale Stufe im Konvergenzprozess anzusehen und führt schließlich zur allmählichen Auflösung ehemaliger Branchengrenzen.“[109]

Obschon er in seinen Ausgangsüberlegungen auf politische, ökonomische wie soziale Parameter Rücksicht nimmt, will Wirtz einem universal gültigen Differenzierungsmodell das Wort reden. Damit weist er über Ansätze hinaus, welche medienkonvergente Maßnahmen in „deren kulturellen Kontexten“ bewerten. Jenes Unterfangen gerät nicht selten an Grenzen, wenn diese in einem zweiten Schritt globalmedialen Zusammenhängen eingeschrieben werden sollen. Constanze Sigler konzentriert sich in ihrer betriebswirtschaftswissenschaftlichen Schrift auf Internationalisierungsstrategien, die Medienmacher aus Konvergenzdynamiken ableiten. Sie schlussfolgert, die Globalisierung zwinge Unternehmen, „ *sich verstärkt über regionale Grenzen hinweg auf dem internationalen Parkett zu positionieren*“[110]. Die Autorin mahnt die Problematik unterschiedlicher Medienkulturräume an, ob derer es kaum praktikabel sei, bestehende Produkte einfach für den internationalen Markt zu kopieren. Es genüge nicht, eine englische Sitcom mit spanischen Untertiteln zu versehen und darauf zu hoffen, den Humor direkt mitübersetzt zu haben. Leider nimmt Sigler von einer Deskription medienkulturspezifischer ergo distinguierender Größen Abstand. Auf diese Weise bestätigt sie das Vorgehen der Majorität der Forscherkollegen, welche aus wirtschaftstheoretischer Sicht mögliche Kulturalitätsmomente zwar anreißen, sich dann aber bei der Durchleuchtung weltweiter Kooperationen, Fusionen, Produktzusammenführungen argumentatorisch auf eine allgemeine Ebene begeben sowie sich auf den jeweiligen Rahmen einer bestehenden Rechtssetzung berufen.[111]

Zu fragen bleibt meines Dafürhaltens nach der Analyse- wie Verhandlungsgrundlage, auf die derlei Befunde zu beziehen sind: Geht es um globalmediale Meta-Areale, innerhalb derer abgelöste Theorien entwickelt werden sollen? Oder ist eine konkrete Anbindung an etwaige Medienkulturlandschaften intendiert? Kurz wie lässt sich Medienkonvergenz global-medienlandschaftlich adäquat abbilden? Jenkins Vorschlag bietet auf den ersten Blick einen hypothetischen Ausweg. Als „*something bigger than just a set of spezialized media practices*“[112] will der Autor eine von ihm so

[109] Wirtz 2011, S. 51; Wirtz unterscheidet vier Formen der Branchenkonvergenz: Liegt die Quelle der Konvergenz auf Produkt- oder Technologieebene? Und sind die Beziehungen der Märkte substituierbar oder komplementär?
[110] Sigler 2009, S. 7
[111] Vgl. Schneider 2007, S. 1
[112] Meikle/ Young 2012, S. 5f.

bezeichnete „convergent culture“ aufgefasst wissen: „*In the world of media convergence every important story gets told, every brand gets sold, and every customer gets courted across multiple media plattforms.*“ [113] Diese Einschätzung gewinnt Jenkins jedoch aus einer sehr pointierten Untersuchung zu einer eng gefassten Probandengruppe. Sein Augenmerk gilt eingefleischten Fans bestimmter fiktionaler Stoffe („Survivor“, „Harry Potter“, „The Matrix“ etc.) und deren Zugriff auf themenspezifische Informationen in Schrift, Ton und Bild. Das durchweg junge, monetär wie hinsichtlich varianter Zugangsmöglichkeiten bestausgestattete Panel erlaube keine verallgemeinerbaren Schlüsse, halten Kritiker zu Recht dagegen.[114]

Für meine Analysearbeit möchte ich darauf verzichten, eine wie auch immer geartete „convergence culture“ generell ins Feld zu führen. Die Studie bezieht sich auf ausgewählte, in ihren Charakteristika sowohl als vergleichbar wie als distinkt zu bewertende europäische Medienumgebungen. Reale Gegebenheiten sind als solche auszuweisen. Wünsche, Hoffnungen, Visionen für eine Zukunft stehen selbstredend in engem Zusammenhang, bezüglich einer gültigen Evaluation der Ergebnisse aber (auch) auf einem anderen Blatt.

2.2.4.3 Inhaltliche Medienkonvergenz

„Inhaltliche Medienkonvergenz“ fristet im Abgleich mit bereits besprochenen Ausprägungen des Phänomens in wissenschaftlichem Zusammenhang ein Stiefkinddasein. Geschuldet ist das zuvorderst der facettenreichen Befüllung dieses terminologischen Behälters. Statt prägnanten Definitionsansätzen dominieren durchlässige Deskriptionen, welche sich mit der Erstellung flexibler Rahmenkriterien begnügen – etwa dass sich „*Angebote verschiedener Medienplattformen aufeinander beziehen*“[115]. Als einender Gedanke gilt den Ausführungen: Inhalte werden über diverse Medienarten distribuiert und somit mehrfach verwertet. Information, Unterhaltung, aufnehmendes Erleben und aktives Teilnehmen verweben. Greift ein Hörfunkmagazin ein Thema auf, das seit Tagen die Zeitungen beschäftigt und lädt die Hörer ein, per Telefon und E-Mail Stellung zu beziehen oder auf der Website des Senders zusätzliche Texte, Bilder, Filme und Audios abzurufen, firmiert das unter inhaltlicher Medienkonvergenz. Befindet sich der Radioanbieter im Verbund mit einer TV-Station,

[113] Jenkins 2008, S. 3
[114] Vgl. Couldry 2010
[115] Schuegraf 2008, S. 20

verweist er auf Weiteres dort. Dies kann in Form von Cross-Promotion erfolgen. Vielleicht sitzt der Berichterstatter der nachmittäglichen Audioreportage abends im Fernsehstudio und erzählt noch einmal von seinen Eindrücken.

Insgesamt erscheint „inhaltliche Medienkonvergenz“ als am wenigsten konkret gefasst, dafür wohl am intensivsten mit allen anderen Konvergenzbereichen verzahnt.[116] Nicht selten setzen Sekundärtexte dieses Segment als stabilitätsstiftend und damit kontinuitätsversprechend voraus, unabhängig von Form, Art und Distributionsweg. Was genau den gemeinsam vermittelten Inhalt ausmacht, bleibt häufig nebulös.[117] „Content“ ist ein weites Feld. Folglich lösen sich viele in just diesem Punkt von der die Konvergenzliteratur durchziehenden Forderung nach kategorisch/ definitorischer Präzision. Stattdessen suchen sie fließende Übergänge zu anderen (verwandten) Erscheinungsweisen von Inhaltsintegration.

Nicht immer sei bei diesen crossmedialen, intermedialen, transmedialen Ansätzen mit Stichhaltigkeit oder dem Anspruch auf Repräsentanz zu rechnen, warnt Wolfgang Schneider. „Crossmedia“ gelte als Trendbereich in der Kommunikationsforschung. Der Siegeszug des Internets habe die Tektonik der einzelnen Medien in Bewegung gebracht. Technische, ökonomische, konzeptionelle und inhaltliche Annäherungen fänden verstärkt statt. „*Damit sind bereits die wesentlichen Begriffe der gegenwärtigen Crossmedia-Debatte angesprochen, die dort allerdings eher beliebig und unscharf verwendet werden.*“[118] Eine Kritik, die repetitiv aufflammt,[119] denn häufig genügt als Ausweis crossmedialer, transmedialer und/ oder multimedialer Verquickung eine wie auch immer geartete Verbindung zwischen Medien. Christoph Neuberger, Christian Nuernbergk und Melanie Rischke überlegen schlichtweg: „*In welcher Beziehung steht das Internet zu Presse und Rundfunk? Konkurrieren diese auf dem Publikums- und Werbemarkt, ergänzen sie einander (Komplementarität), sind sie miteinander verflochten (Crossmedialität) oder verschmelzen sie gar (Konvergenz)?*“[120] Eine Grenzziehung zwischen „Ergänzung“, „Verflechtung“ und „Verschmelzung“ bleibt dem semantischen Sprachempfinden der Leser überlassen. Das Autorentrio ist mit solch vager Annäherung nicht allein. Bunt gemischt werden aus der Werbewirtschaft bekannte Ideen von „Mediamixes“ oder „Crossmedia-Marketing“ mit im Unter-

[116] Vgl. Pürer 2003, S. 267
[117] Vgl. Schweiger 2002, S. 126
[118] Schweiger 2002, S. 123
[119] Vgl. Sjurts 2002, S. 419; vgl. auch Bales 2011, S. 43 und Schuegraf 2008, S. 23ff.
[120] Neuberger/ Nuernbergk/ Rischke 2009, S. 174

nehmensalltag gelebter „Cross-Promotion“. Da ist die Rede von „*Werbekombinationen*“[121], „*Markentransfer*“[122], „*Mehrfachverwertungsstrategien*“[123] und über vielem schwebt die Devise „Kostenreduktion“. Diesem Kaleidoskop an theoretischen wie berufspraktischen Auffassungen einen gültigen Erklärungsrahmen zu geben, ist schwierig. Schweiger mahnt die Schwammigkeit des von ihm als Modewort markierten „Crossmedia“ an und schlägt als Konsens vor:

> „Crossmedia bezeichnet die (1) Verknüpfung (2) unterschiedlicher Mediengattungen mit ihren (3) spezifischen Selektionsmöglichkeiten und Darstellungsformen (4) auf unterschiedlichen Angebots- und Produktionsebenen mit (5) unterschiedlichen Funktionen für Anbieter und Publikum.“[124]

Latent enthalten in „Selektion“, „Darstellung“, „Angebot“ und „Funktion“ liegt der Parameter „Inhalt“. Vielen Überlegungen zu „Crossmedia“ ist Content als treibende Kraft selbstverständlich. Einige gehen also intensiv, andere gar nicht weiter darauf ein. Sonach ist es aufwendig, aus dem Konvolut der Stellungnahmen jene herauszufiltern, welche Anregungen, Modellvorschläge, Datenmaterial bereitstellen könnten, um das breiteste und am wenigsten konturierte Segment von Medienkonvergenz in den Griff zu nehmen. Während die übrigen drei konvergierenden Bereiche klarer abzuzirkeln sind, meint „Content“ zugleich Grundstein und Überbau und Voraussetzung und Alles und Nichts. Zumindest ist das theoretisch so, denn die anschließende Delphi-Studie wird belegen, dass in der mehrmedialen journalistischen Praxis das thematische Miteinander durchaus als Markstein zielgerichteten Kooperierens gewertet wird. Hinweise darauf liefern bereits Erhebungen zu Rollenbild und -wandel von Journalisten. Jene Arbeiten wählen ihre Anknüpfungspunkte besonders im Crossmedialen/ Inhaltskonvergenten und dort vorrangig im „Aktuellen“.[125] Speziell die US-amerikanische Fachliteratur verzeichnet Titel zu „Convergence Journalism“ im Ressort „News“. Achim Matthes beispielsweise überprüft anhand amerikanischer Nachrichtenabteilungen: Braucht Medienkonvergenz Allrounder, die selbsttätig Content mehrmedial aufbereiten? Oder ist es um eine übergeordnete Themenverwaltung bestellt, welche die Experten für einzelne Medienformen zeitgleich mit Material zur spezifischen Aufbereitung versorgt? Seine Einschätzung lautet:

> „Es entstehen neue redaktionelle Konzepte, die im idealtypischen Fall eine Verzahnung von journalistischen Inhalten und redaktioneller Arbeit verschiedener Mediengattungen in den Vordergrund stellen, um sich so

[121] Bales 2011, S. 43
[122] Schneider 2007, S. 29
[123] Wirtz 2011, S. 637
[124] Schweiger 2002, S. 126
[125] Zur näheren Begriffsbeschreibung von „Aktualität(en)“ siehe Kapitel 2.2.6

dem medienübergreifenden Nutzungsverhalten der Rezipienten anzupassen und wirtschaftliche wie auch journalistische Synergieeffekte zu erzielen.“[126]

2.2.4.4 Nutzungskonvergenz

Nutzungskonvergenz erfolgt in erster Linie an Technik und Content gebunden, das heißt technische und inhaltliche Medienkonvergenz treffen bei den Anwendern zusammen. Diese entscheiden individuell, welche Informationen sie auf welchem Weg konsumieren. „*Mobile Medien und kommunikative Mobilität*“[127] spielen dabei eine zunhemend gesellschaftsprägende Rolle: „*Da Mobilkommunikation die sozialen Interaktionssituationen der Mediennutzer verändert, transformiert sie auch die Erfahrungen der Menschen, individuelle Identitätsprozesse und gesellschaftliche Sozialisationsbedingungen*.“[128] Mediennutzung ist nicht mehr nur Rezeption, sondern Aktion. „*In ihrem Umgang mit den Angeboten werden die Nutzer und/oder ihr Handeln dadurch in hohem Maße selbst zum inhärenten Teil des Angebots*“[129], konstatiert Catherina Dürrenberg. User befinden darüber ob sie von Feedbackoptionen wie Verlinkungen Gebrauch machen. Sogenannte „Pullmedien“ laden zum Abruf ein, „Pushmedien“ bieten Inhalte offensiv an, dirigieren ihr Publikum, intervenieren mit Pop-Up-Fenstern, steuern die Aufmerksamkeit der User über Navigationswerkzeuge oder Empfehlungen, welche in additiven Frames erscheinen.[130]

„*For many people the media are no longer just what they watch, listen to or read – the media now are what people ‘do’*“[131], unterstreichen Meikle und Young. Verdeutlicht sind neben rezeptiver Teilhabe auch aktive Optionen der Mitgestaltung, etwa über Web 2.0-Anwendungen.

> „Insbesondere durch die zunehmende Nutzung von sozialen Netzwerken hat sich eine neue Art der Kommunikation entwickelt, die nicht mehr nur bilateral wie bisher z.B. über Telefon oder E-Mail erfolgt, sondern sich an kleinere oder größere Gruppen wendet, die das jeweilige soziale Netzwerk bilden. Diese one-to-many-Kommunikation ergänzt das etablierte Kommunikationsspektrum um eine Komponente, die in den traditionellen Medien bisher keine Rolle spielte und die technisch dort auch nicht vorgesehen war.“[132]

[126] Matthes 2006, S. 10
[127] Wimmer/ Hartmann 2014, S. 1
[128] Wimmer/ Hartmann 2014, S. 13
[129] Dürrenberg 2014, S. 265
[130] Vgl. Beck 2002, S. 147
[131] Meikle/ Young 2012, S. 10
[132] Beckert/ Riehm 2013, S. 25

Fürderhin aber werde diese Komponente mehr und mehr Bedeutung erfahren. „*Der Nutzer macht selbst Programm*“[133] solle die Devise des Fernsehens in nicht allzu weiter Ferne lauten, schreibt eine synoptisch angelegte Trendstudie von Z_Punkt unter dem Titel „TV 2020“. Das Rundfunkmonopol diffundiere in den Strukturen des Internets, Bewegtbilder koppelten sich an Informations- und Kommunikationsräume des World Wide Web (WWW). Personalisierung, Interaktivität und Social TV prägten das kommende Medienerlebnis: „*Der Fernseher wird zur Zentrale für die Hausintelligenz, zum Game Center, zum Konferenzsystem.*“[134] Dabei werde es sobald keine eine neu multitaskende Ausspieltechnologie geben, welche das Fernsehen komplett ersetzt, prognostiziert die Analyse „Medien der Zukunft 2017“. Diese zielt auf Entwicklungen in der Schweiz wie in Gesamteuropa ab:

> „Es sind vielmehr viele verschiedene Technologien, die das Fernsehen wie auch das Fernsehverhalten künftig beeinflussen werden. Und die Konsumenten, das machen die Studienergebnisse deutlich, sind diesen neuen Technologien gegenüber mehr als aufgeschlossen. Insbesondere HDTV und PVR stoßen konsumentenseitig auf hohes Interesse, ebenso wie Mediatheken, Hybrid-TV und IPTV-Technologien also, welche einerseits die Qualität des Fernseherlebnisses erhöhen und andererseits einen bequemen räumlichen und zeitlichen Zugang zu den Fernsehinhalten ermöglichen.“[135]

Medienwissenschaftlich betrachtet sind hingegen weniger eventuell vorhersehbare, denn derzeit beobachtbare Ausprägungen von Nutzungskonvergenz der prominenteste Untersuchungsbereich unter den vier Dimensionen. Nichtsdestoweniger hat Beck Recht, wenn er nach wie vor anprangert, die Rezipientenseite werde ausgiebig und höchst kleinteilig besprochen.[136] Einzelne Formate, Genres und Sub-Genres finden sich exponiert. Wie vollzieht sich „*Anschlusskommunikation*“[137] im Internet für Daily Talks und Daily Soaps? Haben ausgewiesene „Fanzine“ nachhaltigeren Verweischarakter auf bestimmte Fernsehserien als thematisch breitgefächerte Jugendzeitschriften? Verlockt Kinderfernsehen als Einwegkommunikation zu Interaktion auf

[133] Z_Punkt 2011, S. 4; vgl. auch Jandura 2014 zu „*zeitversetzter Fernsehnutzung im Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung*“ (Jandura 2014, S. 174)
[134] Z_Punkt 2011, S. 5
[135] Publisuisse 2011, S. 18f.
[136] Vgl. Beck 2002, S. 142
[137] Wagner 2002, S. 16

zugehörigen Websites?[138] Ist Fernsehen überhaupt das „*Zugmedium*“[139]? Was bedeutet die Verbindung von Mobilität mit Multimedialität mittels App für den „*Tablet-Journalismus*“[140]? Wie koordiniert sich politischer Diskurs via Twitter?[141]

Theoretisch wären grundlegendere Annäherungen angeraten, vertritt Beck. Für ihn offenbart sich der Wert von medialer Kommunikation respektive Medien überhaupt in der „*Nutzung und Rezeption von Kommunikanten*“[142]. Ausstattung und Anwendung der potentiellen Adressaten determinierten Zugänge und Offertenvarianz. „*Medienrezipienten und -konsumenten ermöglichen (…) erst die Angebotsdifferenzierung, weil sie kaufkräftige Nachfrage erzeugen oder Teile ihres Zeitbudgets für die Rezeption aufbringen und damit die Medienfinanzierung auf dem Werbemarkt erst ermöglichen*“[143], verweist der Autor. Pluralistische Gesellschaften indessen suchen ihre varianten medialen Bedürfnisse in Angebotspaletten zu verorten, die ihrerseits eben ob jener zersplitternden Interessenlagen auffächern.[144]

Aufmerksamkeit in der Diskussion um Anwendungsverhalten und kontrastive medial bedingte Lebenswelten oder Wirklichkeitsempfindungen kommt den „Digital Immigrants“ und „Digital Natives“ zu: „*Für Digital Natives, die in diese hochgradig vernetzte Gesellschaft hineingeboren werden, ist das Raum-Zeit-Kontinuum der Grundzustand ihrer Wahrnehmung*“[145], unterstreicht Jens Frieling. Reale und virtuelle Grenzen würden für sie marginal. Ob eine Konversation nach der Schule an der Bushaltestelle stattfinde oder daheim vor den Hausaufgaben im Chat, sei gleichwertig. Initiator des Konzepts von Digital Natives, welche in einem computerisierten Zeitalter aufwachsen, und Digital Immigrants, die in ein solches hineinwachsen wollen oder müssen, ist Marc Prensky.[146] Der Pädagoge und Spieleentwickler behauptet eine markante Generationenkluft. Neurologische wie empirische Nachfolgestudien bestätigen deren Vorhandensein bislang nicht. Trotzdem hat sich das bipolare Begriffspaar Digital Natives versus Digital Immigrants wohl nicht zuletzt aufgrund einer gewissen Bildhaftigkeit gehalten.

[138] Vgl. Feil 2002; vgl. auch Vogelsang 2002
[139] Wagner 2002, S. 69
[140] Witte 2014, S. 243
[141] Dang-Ahn/ Einspänner/ Thimm 2013
[142] Beck 2012, S. 349
[143] Beck 2012, S. 349
[144] Vgl. Beck 2012, S. 350
[145] Frieling 2010, S. 14
[146] Vgl. Prensky 2001, S. 23

Anzunehmen ist, dass es durchaus einen Unterschied ergeben kann, ob man in einer digitalen Medienumwelt groß wird,[147] welche on- und offline Kommunikation nivelliert, oder man sich virtuelle Räume, Web 2.0-Gemeinschaften erst nach und nach aus der Warte des „Real-Sozialisierten" erobert. Digital Natives als „*weltumspannende Kultur*" und „*globale Population*"[148] zu titulieren, führt trotzdem zu weit. Auch Ältere haben sich in etlichen (westlich-urbanen) Gesellschaften Know-How, Equipment, insgesamt einen Lebensstil angeeignet, der sie vergleichbar Digital Natives ausweist als „*moderne Mediennomaden, (die) das gesamte Medienensemble durchkreuzen*"[149]. Auf der anderen Seite limitieren technische, gesetzliche, soziale Gegebenheiten vielerorts unabhängig vom Geburtsjahrgang das Heranwachsen mit und Hineinwachsen in ein globales digitales Medienzeitalter. Vermutlich sieht überhaupt das „globale Zeitalter" lokal sehr verschieden aus. Eine Überlegung, die in den Befragungsteil dieser Studie hinübergenommen sein soll.

Unterschiedliche Zugangschancen wie -präferenzen betreffend, beklagt Beck, dass viele Wissenschaftler dem technischen Oszillieren zwischen Empfänger- und Senderposition Aufmerksamkeit widmeten, dessen ungeachtet eine „*Integration (oder Konvergenz) der Rollen des Konsumenten und des Produzenten zum 'Prosumenten'*"[150] ausbliebe. Die Mehrzahl der theoretischen Einordnungen hebt auf ein gespaltenes „Entweder-Empfangen-Oder-Senden" des Publikums ab. Dabei gilt eine latente Gleichzeitigkeit beider Aktionen Medienpraktikern schon als selbstverständlich, wenn beispielweise Inhalte zielgruppen- oder personenspezifisch abrufbar und modifizierbar aufbereitet werden.[151] Schuegraf bestätigt beachtlichen Forschungsbedarf, räumt aber die Schwierigkeit ganzheitlicher Ansätze ein. In ihrer Schrift zur medialen Interaktion und Konstitution von Subjektivität bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen bezüglich Internet und Fernsehen zieht sie das Resümee:

> „Im Laufe der Untersuchung stellte sich (...) heraus, dass bei einer solchen Fragestellung das gesamte Medienangebot, welches den Jugendlichen und jungen Erwachsenen zur Verfügung steht bzw. für sie relevant ist, berücksichtigt werden muss. Denn erst durch das Betrachten 'aller' relevanten Medien lässt sich hinsichtlich konkreter Angebote (…) ein komplexes Bild der differenten und spezialisierten Vorgehensweisen der NutzerInnen zeichnen."[152]

[147] Vgl. Frieling 2010, S. 31
[148] Palfrey/ Gasser 2008, S. 2
[149] Frieling 2010, S. 76
[150] Beck 2002, S. 142
[151] Vgl. Kunczik/ Zipfel 2011, S. 59
[152] Schuegraf 2008, S. 299

Diesen Konflikt können Einzelfallstudien sicher nicht beheben. Wiewohl selbst zeit- und kostenintensive Überblickserhebungen geraten an Grenzen in Anbetracht eines nach allen Seiten diffundierenden und an anderen Stellen amalgamierenden globalen Mediensystems, in dem die Rollen der Beteiligten mitunter changieren. Relevanz gewinnen infolgedessen Synopsen, die ähnlich gelagerte Befunde kontrastieren. Eine Bilanz solcher Gegenüberstellungen lautet: „*Die noch vor einigen Jahren geäußerten Befürchtungen, Online-Medien würden 'traditionelle' Massenmedien ersetzen, bestätigen sich nicht.*"[153] Vielmehr legen empirische Daten nahe, dass sich Komplementärbeziehungen ausformen.[154] Trotz aller Verschmelzungstendenzen steuert ein erkennbarer Publikumswunsch nach Qualität und Verlässlichkeit die Präferenzen hinsichtlich Content als auch der Vermittlungskanäle.[155]

Beck bestätigt die Vorrangstellung renommierter und als vertrauenswürdig eingestufter Leitmedien bei der Lenkung und Bindung inhaltlicher Aufmerksamkeit der Rezipienten. Dabei prognostiziert er ein Nebeneinander von technischen Hybrid- und Singulärprodukten, deren Letztere sich durch Alleinstellungsmerkmale einer Substitution erfolgreich entziehen:

> „Zu unterschiedlich sind die Nutzungssituationen und Bedürfnisse, als dass wir uns mit Geräten begnügen würden, die zwar alle möglichen Funktionen beherrschen, diese aber in bestenfalls durchschnittlicher Qualität. So wie wir das Schweizer Taschenmesser allenfalls unterwegs auch als Flaschenöffner, Schere oder Nagelfeile benutzen, im Büro oder zu Hause aber lieber auf das spezialisierte Gerät zurückgreifen, so wenig werden wir uns den neusten Hollywood-Streifen auf dem UMTS-Display ansehen oder unsere Website mit Hilfe unseres Kühlschranks programmieren, nur weil der künftig vielleicht über Monitor, Tastatur und IP-Adresse verfügen wird."[156]

Hasebrink unterstützt diese Sichtweise und schlägt eine Kategorienbildung bezüglich der Koexistenz wie -nutzung verschiedener Medienformen vor. Anreiz dafür sind ihm eine allgemeine Verunsicherung als Zeiterscheinung und der resultierende Drang nach Neuverortung. Als wichtig markiert der Autor „*Medienmenüs*", „*Medienübergreifende Auswahlstrategien*", „*Nutzung konvergenter Angebote*", „*Nutzung von Angeboten mit intertextuellen Bezügen*" sowie „*Parallelnutzung verschiedener Medien*"[157]. Der Konvergenzgedanke liegt für ihn nicht allein in den Selektionsentscheidungen der Konsumenten, sondern zudem in der bereits konvergenten Aufbereitung

[153] Wagner 2002, S. 15
[154] Vgl. van Eimeren/ Frees 2009a, S. 346
[155] Vgl. Hasebrink 2002, S. 98; vgl. auch Schweiger 2002, S. 214
[156] Beck 2002, S. 143
[157] Hasebrink 2002, S. 97f.

durch die Macher: „*Auch in diesem Sinne konvergieren die verschiedenen Medien im Bewusstsein der Nutzer, indem sie einen kulturellen Gesamtzusammenhang ergeben.*“[158]

Die Verbindung der vier Konvergenzdimensionen – technische, wirtschaftliche, inhaltliche und Nutzungskonvergenz – evolviert demnach aus den Möglichkeiten gegenseitiger Durchdringung. Gemäß Aggregatszustand gewinnt sie charakterisierenden Gehalt für etwaige Medienlagen. Selbstverständlich kann dabei in einer globalisierten Welt nicht mehr in homogenen geschlossenen „Mediennationen“ gedacht werden. Allerdings ist es nicht ganz leicht, offene fluktuierende „Medienlandschaften“ zu fassen. Ehe diesbezüglich eine Verortung mittels kulturwissenschaftlicher Entwürfe unternommen wird, möchte ich ausgehend von den vier erläuterten Teilbereichen und deren Determinanten, „Gesamtniveaus“ von Medienkonvergenz einziehen.

2.2.5 Graduelle Niveaus medienkonvergenten Wandels

Medienkonvergenz meint kein „Entweder-Oder“. Vielmehr handelt es sich um einen graduellen Prozess, der von einer harten, da völligen Trennung der Mediengattungen zu einem fließenden, integrativen Zusammenspiel führt. Das 2003 von Forschern der US-amerikanischen Ball-University vorgeschlagene und fortwährend entwickelte „Convergence Continuum“ dient etlichen theoretischen Überlegungen und praktischen Umsetzungen als Maßstab. Intendiert als konzeptionelles wie empirisches Instrumentarium, bildet das Schema die Verlaufsstufen hin zu vollständiger Konvergenz ab:

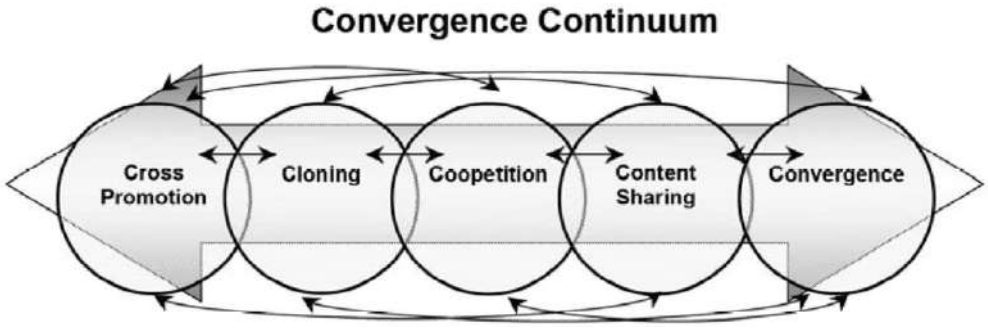
> „The Convergence Continuum is a dynamic model that defines convergence as a series of behavior-based activities that illustrate the interaction and cooperation levels among staff members at newspapers, television stations and Web organizations with editorial partnerships.“[159]

Fünf Ebenen schließen aneinander an: „Cross Promotion“, „Cloning“, „Coopetition“, „Content Sharing“ und „Full Convergence“. Diese sind nicht als exklusiv zu werten. Je nach Projekt oder persönlichem Dafürhalten von Managern und Journalisten, wandert ein Medium auf dem Entwicklungsstrahl vor- wie rückwärts.[160]

---

[158] Hasebrink 2002, S. 98
[159] Dailey/ Demo/ Spillman 2003, S. 2
[160] Vgl. Dailey/ Demo/ Spillman 2003, S. 4ff.; Henry Jenkins schreibt unterstützend: „*Media convergence refers to a situation in which multiple media systems coexist and where media content flows fluidly across them. Convergence is understood here as an ongoing process or series of intersections between different media systems, not a fixed relationship*“ (Jenkins 2006, S. 282). Diese oszillierende Beziehung sieht der Autor parallel auf Seiten der Anbieter wie der Mediennutzer.

Abb. 2_Theorie: „Convergence Continuum"



Quelle: Gylfe, Westman, Oittinen 2009

- *Cross Promotion* benennt die niedrigste Konvergenzstufe. Über sprachliche und visuelle Mittel weisen Medienpartner auf Angebote des jeweils anderen hin. Inhalte werden nicht gemeinsam produziert, lediglich werblich verlinkt.

- *Cloning* bezeichnet die direkte Übernahme von Inhalten, welche maximal noch medienspezifisch angeglichen werden. Eine kooperative Agendabildung im Vorfeld findet nicht statt. So werden etwa Texte einer Zeitung weitgehend unbearbeitet in die Onlineseiten des Hörfunk- oder TV-Partners eingepflegt.

- *Coopetition* beschreibt eine Situation der Ambiguität. Auf der einen Seite arbeiten Journalisten bei bestimmten Themen medienübergreifend zusammen, auf der anderen Seite teilen sie nicht alle Rechercheinhalte miteinander. Letzteres sei nicht nur Unterschieden in den Redaktionstraditionen geschuldet, sondern spiegle zudem ein Nachhallen ehemals konkurrierender Positionen.[161]

- *Content Sharing* hat diese Unsicherheiten überwunden. Ein häufiger, wenn auch nicht permanenter oder klar strukturierter Wechselstrom an Ideen und Ergebnissen besteht zwischen den Verbundmedien. Informationen des Partners werden übernommen und neu aufbereitet, Budgets bisweilen koordiniert. Die Festlegung der Themen findet generell getrennt statt. Synergien ergeben sich meist später durch festgestellte Kongruenz; die Planungsvorschauen überschneiden sich.

- *Full Convergence* versammelt Journalistenteams varianter Medien an einem Tisch. Schwerpunkte werden mitsammen beschieden, Reportereinsätze und Auftragsvergabe abgestimmt sowie die Aufbereitung abgeklärt: Welche Aspekte einer Geschichte eignen sich für die Präsentation in welchem Medium? Wo sind Verquickungen sinnvoll?

[161] Vgl. Dailey/ Demo/ Spillman 2003, S. 5

Larry Dailey, Lori Demo und Mary Spillman veranschlagen für die Ausführenden an der Spitze des Convergence Continuums: „*Their goal is to use the strengths of the different media to tell the story in the most effective way.*“[162] Eine Sichtweise, die Kerry Northrup unterstreicht:

> „A news story cycle has four stages: breaking, developing, following and resulting. No single news medium is ideal for presenting all stages of the entire gamut of news consumers. The competitive advantage of convergent journalism is that it can apply the most effective, appropriate medium or combination of media of the story at each stage rather than be confined to the strengths and weaknesses of just one format.“[163]

Das US-amerikanische Team um Dailey, Demo und Spillman baut sein Modell auf Beobachtungen im Feld „News“ auf. Vielfach nachskizziert findet sich ihr Fünf-Stufen-Plan in Titeln vor allem aus den Vereinigten Staaten, die sich mehrmedialen Nachrichtenredaktionen widmen. Dass sich in der Tagesberichterstattung die augenfälligsten Optionen zu transmedialer Kooperation bieten, wurde bereits angerissen. Folglich reflektiert die Wissenschaft den praktischen Trend,[164] solche Abteilungen zuvorderst zu verschmelzen, welche per se Überlappungen aufweisen. Die *University of South Carolina* unterhält seit 2003 mit *Newsplex* einen „*micro-newsroom*“ [165], in dem unter Laborbedingungen Szenarien konvergenzgerichteter Arbeitsteilung durchexerziert und analysiert werden. Strukturelle, organisatorische, wirtschaftliche Gesichtspunkte finden hier ebenso Entsprechung wie Muster journalistischer Traditionen; wohlgemerkt US-amerikanischer Traditionen. Ob beschriebene Messgrößen für Medienkonvergenz in Europa gelten, wird die explorative Draufsicht zeigen.

2.2.6 Gegenstandsbereich „Aktualität(en)“ (Exkurs)

> „Kommerzielle Motive und Aktualitätsdruck werden sich in Zukunft durch das neue Medium Internet möglicherweise noch weiter verschärfen. Abgesehen davon, dass sich daraus für manche Medien zusätzlicher Konkurrenzdruck ergibt, wird auch der Faktor ‘Aktualität’ vermutlich eine noch größere Rolle spielen – nicht zuletzt dadurch, dass im Internet keine Notwendigkeit zu einer Periodizität der Veröffentlichung mehr besteht“[166],

prognostizieren Kunczik und Zipfel bereits 2001. Pürer bestätigt 2003 diese Einschätzung, wenn er schreibt:

---

[162] Dailey/ Demo/ Spillman 2003, S. 26
[163] Northup 2004, S. 11
[164] Zu nennen sind Danmarks Radio (DR; Dänemark), Vlaamse Radio- en Televisieomroep (VRT; Belgien), Nederlandse Publieke Omroep (NPO; Holland) oder British Broadcasting Corporation (BBC; Großbritannien). (Vgl. BR. Unternehmensplanung und Medienforschung 2010a, S. 4)
[165] Vgl. Fisher 2004
[166] Kunczik/ Zipfel 2001, S. 228

> „Aktualität prägt im Netz stärker als jede andere Norm die Arbeit der Journalisten. Der Online-Journalist muss daher lernen, mit der kürzeren Verfallzeit seines Produkts umzugehen. Überholte Informationen muss er löschen, zeitlose Informationen (möglicherweise über einen Link) in ein Archiv umleiten, aktuelle mit latent aktuellen Informationen vernetzen.“[167]

„Aktualität“ – oder bezogen auf die damit betrauten Abteilungen „Aktualitäten“ – ist inzwischen in Forschung wie Praxis zur Parole avanciert, geht es um Entwicklungen wie Umsetzungen medienkonvergenter Strategien. Hier werden redaktionsintern die meisten Synergieeffekte angenommen, hier erwartet man die breiteste Wirkung auf Rezipientenkreise. Die Forderung nach ereignisnahem Informieren lässt hochwertige Gestaltung oder aufwendiges Produzieren in den Hintergrund treten. Ad-hoc-Reagieren und das auf verschiedenen Plattformen lautet die Devise: eine Nachrichtenminute fürs Radio, parallel eine erste Meldung im Fernsehen und die Bilder samt Text gleich ins Netz gestellt, dazu zwei kurze Schlagzeilen für den Push-Info-Service aufs Handy. „*News is a product*“[168], betonen Meikle und Young und verweisen auf das elementare Handelsgut in jedem konkurrenzoffenen Medienmarkt:

> „The news is not a natural category of events that are simply found and presented by journalists. Rather, the news is produced and marketed on an industrial scale by media organizations. And the priorites and imperatives of those organizations have a profound impact on the form and scope of the news.“[169]

Nachrichtenauswahl, -aufbereitung und -distribution angesichts konvergierender Tendenzen in verschiedenen Teilbereichen anpassungsfähig und wettbewerbswirksam zu halten, stellt Medienunternehmen nicht vor unwesentliche – weil mitunter noch unbekannte – Herausforderungen. Zögerlich setze sich etwa bei mehrmedialen Playern in Deutschland das Prinzip „*Online first*“[170] durch, belegen Neuberger, Nuernbergk und Rischke. Unsicherheiten erkennt das Autorentrio insbesondere, wenn das Muttermedium Print oder Fernsehen in den Zwiespalt gerät, die intendierte Begleit- ergo Zweitverwertungsplattform Internet zum aktuelleren, weil schnelleren Ausspielweg zu erheben und damit womöglich zur eigenen Konkurrenz zu befördern.

„*An die Qualität der Berichterstattung im Medium Online werden dieselben Anforderungen gestellt werden wie an ein Print-Medium*“[171], evaluiert Jochen Wegner. Zwar pointiert er die Geschwindigkeit des Ersteren, hebt aber das Werteversprechen

[167] Pürer 2003, S. 148
[168] Meikle/ Young 2012, S. 50
[169] Meikle/ Young 2012, S. 50
[170] Neuberger/ Nuernbergk/ Rischke 2009, S. 177
[171] Wegner 2006, S. 45

des Älteren hervor. Journalistische Selbstansprüche und die Erwartungshaltung des Publikums gingen dahin, einem bloßen Agenturenabschreiben übergreifend für alle Distributionskanäle unbedingt entgegenzutreten. Geschwindigkeit mache eine Nachricht noch nicht zu „Aktuellem“, bestätigen Dietz Schwiesau und Josef Ohler:

> „Wenn ein Ereignis einen Nachrichtenwert hat, kann man auch sagen, es ist aktuell. (…) (E)ine Meldung über ein wichtiges Ereignis, die zu spät kommt und deshalb für den Leser, Hörer, Zuschauer nicht mehr neu ist, ist auch nicht mehr aktuell. Genauso unaktuell wie eine Nachricht über ein Ereignis, das zwar neu ist, aber unwichtig und uninteressant.“[172]

Schwiesau und Ohler befinden: Ereignisse müssten, um aktuell zu sein, über einen „*Neuigkeitswert*“ kombiniert mit einem „*Informationswert*“[173] verfügen. Letzterer kann Wissen und Orientierung vermitteln, Gebrauchsgehalt haben oder eben Unterhaltung wie Gesprächsstoff liefern. Hier schlagen die Autoren den Bogen zu kanonisierten kommunikationswissenschaftlichen Texten. Deren Mehrzahl setzt „Aktualität“ als gegeben voran, ohne den Begriff explizit zu klären. In der Gatekeeper- und News-Bias-Forschung scheint er prominenter auf, wenn es etwa um ein routinemäßiges Anspringen der Journalisten auf Geschehnisse unter Zeitdruck geht. Die klassischen Nachrichtenwert-Theorien wählen in der Regel „Aktualität“ als selbstevidenten Grundbaustein, auf den sich Kataloge von Nachrichtenfaktoren stellen lassen.[174] In den Übersichten von Galtung/ Ruge (1965), erweitert und mehrfach umkodiert von Schulz (1976; 1994), Staab (1990) und Eilders (1997; 1999) vermittelt lediglich das durchweg aufgeführte Moment der „Überraschung“ ähnliche temporale Implikationen. Schulz nennt zwar den Punkt „Zeitliche Ausdehnung“, fokussiert dabei aber auf die Fortschreibbarkeit eines Themas gründend auf seiner faktischen Dauer. Diese wiederum mag in der Wahrnehmung von Medienmachenden und Publikum verschieden ausfallen. Zeitperzeptionen und Einordnungen von „Aktuellem“ basieren nicht zuletzt auf gesellschaftlichen Konventionen. Ehe die Fallbeispiele meiner Delphi-Studie in ihren nationalen und supranationalen Verhaftungen dargestellt werden, möchte ich ein allgemein theoretisches Fundament zu Geografien von Medienlandschaften in einem globalen Zeitalter vorschalten. Da die vorliegende Erhebung genauso auf zukünftige Annahmen abzielt, bedarf es einer breiteren gedanklichen Kulisse, vor der sich die Ergebnisse später einordnen lassen. Ein Verharren in gegebenen Nationengrenzen samt jeweiliger medienpolitischer Ausprägung griffe an dieser Stelle zu kurz.

[172] Schwiesau/ Ohler 2003, S. 52
[173] Schwiesau/ Ohler 2003, S. 52
[174] Vgl. Pürer 2003, S. 128f.

2.3 „Medienlandschaften“ und „Mediensysteme“

Die Frage nach konvergenter Transgression, internationaler Durchdringung und medialer Globalisierung in Abstufung hybrider Zustände muss eruieren: Was sind das – noch – für Grenzen, die – schon – überwunden werden? Speziell bezüglich des Kernobjekts dieser Arbeit, öffentlich-rechtlichen Organen, lässt sich eine staatliche Verankerung de jure nicht negieren. De facto sind und bleiben sie als Service-Public-Angebote ihrer jeweiligen „Staatsöffentlichkeit“ in erster Linie verbunden, weil verpflichtet. Tatsächlich ist die generelle Annäherung an Medienlandschaften als national geschlossene Gebilde durchaus gängig. Insofern soll zunächst eine Synopse der etablierten Theorien und Modelle erfolgen, welche aus polit-, sozial- wie primär kommunikationswissenschaftlichem Antrieb „*Mediensysteme*“[175] zu klassifizieren suchen und konsequent den Nationalstaat als Vergleichseinheit ansprechen. Anschließende Kapitel werden sich einem Überwinden solch geografischer Fixierung widmen.

2.3.1 Pressetheoretische und -typologische Modelle von Mediensystemen

2.3.1.1 Begriffsklärung „Mediensystem“

„*Unter Mediensystemen versteht man die Gesamtheit öffentlicher und aktueller Medien mit ihren Strukturen, ihrer rechtlichen und ökonomischen Verfasstheit, ihren Freiheiten und Schranken, ihrer Kultur und ihren Traditionen in einem definierten Gebiet*“[176], beschreibt Robert Blum. Pürer rekurriert auf „*politische, ökonomische, soziale und kulturelle Prozesse, die durch das Vorhandensein von Massenmedien ausgelöst werden und die sich in den Massenmedien selbst wiederfinden*“[177], wenn er die systemische beziehungsweise systemtheoretische Einordnung von Massenkommunikation betreibt. Betonung erfährt „*die Eingebundenheit von Massenkommunikation in das soziopolitische, sozioökonomische und soziokulturelle Gesamtsystem*“[178]. Barbara Thomaß führt in ihrer Begriffsdeutung als jeweils systemprägend „*das Recht, die Geografie, die Sprachkulturen, das politische System, die Wirtschaftsverfassung und de[n] gegebene[n] Stand der Medientechnologie und seiner Verbreitung*“[179] an. Beck merkt erweiternd an, „*Mediensysteme bewegen sich (...) zwischen den Polen*

[175] Thomaß 2007, S. 18
[176] Blum 2014, S. 18
[177] Pürer 2003, S. 84
[178] Pürer 2003, S. 84
[179] Thomaß 2007, S. 23

Fremdsteuerung (Allopoesie) durch Politik (Staat, Parteien, Militär), Wirtschaft (Unternehmen, Markt, Börse, Werbung) oder Gesellschaft (Kirche, Gewerkschaften, Verbände) und Selbstorganisation (Autopoiesis)“[180].

Gemeinsam ist diesen wie dem Gros ähnlicher Einschätzungen Medien respektive Medien in ihrer Ausprägung als soziale Organisationen – nicht als reine technische Gebilde – zur Grundlage terminologischer Festlegung zu wählen. In ihrer Gesamtheit konstituieren sie ein Mediensystem. Dieses dröselt nach der Systemtheorie in Subsysteme wie Print, Rundfunk oder Online-Medien auf, welche ihrerseits in weitere Untersysteme mit wiederum Verästelungen aufsplittern.[181] Exemplarisch seien die unterschiedlichen redaktionellen Ressorts einzelner Hörfunkstationen oder die Sendungen zugeordneten Journalistenteams einzelner TV-Anbieter angeführt.

„*Zur Beschreibung eines Mediensystems gehört beispielsweise der Grad der Pressefreiheit, die Art der Medienregulierung, die Frage, wem die Medien gehören und wer sie finanziert, die Ausprägung des Journalismus*“[182], schlägt Blum als kategoriengeleitete Draufsicht vor. Des Weiteren gelten „*der Stellenwert des Public Service, der Grad der Kommerzialisierung der Medien, das Verhältnis von Fernsehkultur zu Lesekultur usw.*“[183] als zielführende Faktoren, um eine Vergleichsbasis diverser Mediensysteme zu schaffen. Beck addiert protagonistenzentriert: „*Weil Mediensysteme Handlungssysteme sind, spielen beobachtbare Akteure eine wichtige Rolle. Diese Medienakteure handeln auf Mikro-, Meso- und Makroebene des Mediensystems.*“[184] Dabei unterscheidet er Level der Organisation sowie der Institutionalisierung. Begründung dieser bipolaren Herangehensweise liege darin, dass Medien sowohl Organisationen als auch Institutionen seien:

> „Der Prozess der Medienkommunikation wird arbeitsteilig von verschiedenen korporativen Akteuren (Medienunternehmen) organisiert, die über spezifische Kernkompetenzen, Core Assets und Strategien verfügen. Als Institutionen regeln Medien den Prozess gesellschaftlicher Kommunikation, indem sie orientiert an Werten und Normen mithilfe von ‘Rollenzuweisungen wechselseitige Erwartungen’ der Kommunikations- und Vermittlungspartner prägen.“[185]

[180] Beck 2012, S. 8
[181] Vgl. Thomaß 2007, S. 18
[182] Blum 2014, S. 18
[183] Blum 2014, S. 18
[184] Beck 2012, S. 8
[185] Beck 2012, S. 28

Abb. 3_Theorie: „Organisation von Medien“

Analyse-Ebene	Perspektive	Kriterien
Mikroebene	Medienakteure	- Medienkonzeption - Medienkonsum
Mesoebene	Medienunternehmen (Prozess- und Strukturorganisation)	- Wertschöpfungskette - Kernkompetenzen - Core Assets - Geschäftsmodell und Geschäftstyp - Unternehmensstrategie (z.B. Produkte, Innovation, Werbung, Preispolitik)
Makroebene	Medienverfassung und Medienmarkt als organisationales Umfeld	- Marktstruktur - Markteintrittsbarrieren - Marktentwicklung - Mediengovernance (Regulierung und Selbstregulierung)

Quelle: Beck 2012, S. 19

Abb. 4_Theorie: „Institutionalisierung von Medien“

Analyse-Ebene	Perspektive	Kriterien
Mikroebene	Medienakteure	- Leistungserfahrung und Leistungserwartung - Habitualisierte Medienhandlungsmuster - Persönliche „Medienmoral“ - Berufsrolleninterpretation
Mesoebene	Medienunternehmen Medienverbände Medienpolitische Akteure	- Professionelle Normen und Standesethik - Qualitätsstandards und Branchenregeln (State of the art, Best practice) - Medienethische Normen und Kodizes
Makroebene	Medienverfassung und Medienmarkt als institutionelle Ordnung	- Kommunikationsfreiheiten - Media Governance (Rolle von Staat, Gemeinschaft, Markt) - Mediengesetze

Quelle: Beck 2012, S. 27

Wie die skizzierten Schablonen erkennen lassen, erfolgen derartige Systemüberlegungen zuvorderst ausgerichtet an nationalstaatlichen Kontexten. Hans J. Kleinsteuber erkennt für die Majorität der Sekundärliteratur: „*Der Begriff ‘Mediensystem’ beschreibt die Gesamtheit von Ordnungen oder Strukturen, die Medien in einem definierten Raum – zumeist ein Staat – charakterisieren.*“[186] Vielfach nutzen Autoren einen weiterführenden Schritt, um Differentes gegeneinander zu stellen und Vergleichbares in größere Komplexe einzugliedern, so dass übergreifende Modell-Geografien entstehen. Blum erläutert den Vorteil dieses Vorgehens bildhaft: „*Dadurch wird sichtbar, wo auf der Welt gleichartige Mediensysteme vorkommen. Und dadurch*

[186] Kleinsteuber 2005, S. 275; vgl. auch Kunczik/ Zipfel 2001, S. 67

wird möglich zu erklären, warum die Medien in bestimmten Konstellationen eher Widersprecher und in anderen eher Lautsprecher sind."[187] Selbst schlägt er einen Ansatz zur Modellierung einer operationalisierbaren Kategorisierung von Mediensystemen vor, den er mehrfach optimieren wird. Nachvollziehbar wird jenes Nachjustieren, betrachtet man die Schwierigkeiten, mit denen die Mehrheit der Forschenden in diesem Feld seit Dekaden zu kämpfen hat: Wo sind Theorien und Modelle zu weit gefasst, wo geraten sie zu eng? Und was geschieht, ändern sich die Rahmenbedingungen für die zur Bezugsgröße erklärten Nationalstaaten? Das Kommende bereitet zentrale Zugänge aus Politik-, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in chronologischer Reihe auf, welche Wesenheiten von „Mediensystemen" als Untersuchungsobjekte bestimmen. Augenfällig wird die Geschwindigkeit, in der theoretische Ansichten von Veränderungen realer medialer Umgebungen überholt werden. Ein Schritthaltenwollen mit derlei dynamischen Untersuchungsobjekten ist die Herausforderung.

2.3.1.2 „Four Theories of the Press" (Normativer Divergenz-Ansatz)

Der älteste, bis heute basal gewertete Ansatz stammt von Fred S. Siebert, Theodore Peterson und Wilbur Schramm.[188] 1956 begründet das US-amerikanische Autorentrio mit jener Pionierarbeit die vergleichende Mediensystemforschung. „Four Theories of the Press"[189] unterteilt Mediensysteme kategorisch, um sie einer Typologie einzuschreiben.

> „The thesis of this volume is that the press always takes on the form and coloration of the social and political structures within which it operates. Especially, it reflects the system of social control whereby the relations of individuals and institutions are adjusted. We believe that an understanding of these aspects of society is basic to any systematic understanding of the press."[190]

Vier Konstellationen seien es letztlich, welche besonders „*durch das jeweils politische System beeinflusst*"[191] zu unterscheiden blieben, gleichwohl durch die „*Art der Kontrolle der Medien und durch die Besitzverhältnisse*"[192]. Darüber rechtfertige sich

[187] Blum 2014, S. 18
[188] Vgl. Blum 2002, S. 47; 2014, S. 25ff.; vgl. auch Töpfl 2011, S. 24
[189] Unter „press" addieren die Autoren sämtliche Medien der Massenkommunikation, „*although we shall talk about the printed media oftener than about broadcast or film because the printed media are older and have gathered about them more of the theory and philosophy of mass communication*" (Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 1).
[190] Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 1f.
[191] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a; vgl. auch Blum 2005, S. 5
[192] Blum 2005, S. 5

eine Deklarierung als „*autoritäre*“, „*liberale*“, „*sozialverantwortliche*“ oder „*kommunistische*“ Grundform.[193] Den theoretischen Unterbau liefert die Staffelung vierer Annahmen:

> „Any theory of relationship of the mass media of communication to the organized society of which it is a part is determined by certain basic philosophical assumptions (or conclusions, if you wish) about man and the state. For our purposes these areas of assumptions can be identified as follows: (1) the nature of man, (2) the nature of society and of the state, (3) the relation of man to the state, and (4) the basic philosophical problem, the nature of knowledge and of truth.”[194]

Die „Authoritarian theory“ (Autoritarismus-Modell) limitiert die Medien auf eine Rolle als Staatsdiener respektive als Diener zur Sicherung der Regierung. Diese reguliere über Gesetze und Lizenzvergaben den Medienmarkt. Dabei könnten öffentliche Institutionen genauso als Medienbesitzende auftreten wie Privatpersonen. „*The units of communication should support and advance the policies of the government in power so that this government can achieve its objectives.”*[195] Politische Zensur bestimme nicht selten Inhaltliches und mache regierungskritische Äußerungen unmöglich oder zumindest höchst gefährlich.[196] Siegfried Weischenberg pointiert die normative Setzung des Modells: „*Die Medien sollen nichts tun, was die etablierte Autorität untergraben könnte; sie sollen sich immer (oder zumindest: am Ende) den Herrschenden unterordnen*.“[197]

Die „Libertarian theory“ (Liberalismus-Modell) stellt diese Stoßrichtung auf den Kopf, wenn sie den Medien die Hauptaufgabe zuweist, die Regierung zu kontrollieren. Nach Siebert, Peterson und Schramm sollen Medien in erster Linie die Bevölkerung wahrheitsgemäß unterrichten. Zensur finde nicht statt, im Gegenteil würden politkritische Warten nicht nur erlaubt sondern gewünscht. „*Liberalism, as a social and political system, has a set framework for the institutions which function within its orbit, and the press, like other institutions, is conditioned by the principles underlying the society of which it is a part.”*[198] Zugespitzt formuliert sind die Medien „*im privaten Besitz und konkurrieren auf dem Marktplatz der Wahrheit*“[199]. Blum resümiert für diesen Modelltypus zutreffend: „*Die Autoren bescheinigten dem Liberalismus-Modell große theoretische und praktische Vorteile und viel Flexibilität; der einzige Nachteil sei, dass*

[193] Vgl. Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 2
[194] Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 10
[195] Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 18
[196] Vgl. Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 29ff.
[197] Weischenberg 1992, S. 88
[198] Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 39
[199] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a

es keine Lösung gefunden habe, die Freiheit klar von ihrem Missbrauch abzugrenzen.“[200]

Als Forum für Sozialkonflikte fungieren Medien gemäß der „Social responsibility theory“ (Sozialverantwortungs-Modell). „*Sie sollen unterschiedliche Perspektiven vertreten, verschiedene Standpunkte darlegen und nicht nur dem Großkapital dienen.*“[201] Medien könnten sowohl in privater als auch in öffentlicher Hand liegen. Dies und ein hoher Standard gesichert durch die Berufsethik der Journalisten gewähre Qualität. Siebert, Peterson und Schramm sprechen hier von „*Professionalität*“.[202] „*Das Modell berücksichtigt den Wandel der Medien – Industrialisierung, Kommerzialisierung, Monopolisierung, Boulevardisierung – und verlangt von ihnen Rücksichten auf die Bedürfnisse der sozialen Gruppen, auf die öffentliche Moral und auf die Privatsphäre der Menschen*“[203], hebt Blum als Essenz hervor. Für ihn ergebe sich an dieser Stelle, ohne dass Siebert, Peterson und Schramm diese Verbindung ausdrücklich zögen, eine klare Anknüpfung zum Public Service europäischer Radio- und Fernsehsender.[204] Eine Sichtweise, die geteilt werden kann.

In der „Soviet communist theory“ (Sowjetkommunismus-Modell) unterliegen die Medien staatlicher Kontrolle. Systemtragend agierten sie als Sprachrohre der Partei, deren Einstellungen sie in der Bevölkerung verankern sollen. Ebenso wie im „Autoritarismus-Modell“ steuere der Staat über Zensur und Überwachung, allerdings kenne das „Kommunismus-Modell“ keinen privaten Medienbesitz, sondern führe Medien im Sektor Öffentlicher Dienste.[205] „*The obvious thing to point out is that in the Soviet system the media are state-owned, whereas in the other authoritarian systems they are for the most part privately owned.*”[206] Blum unterstreicht des Weiteren für diesen Systemtypus: „*Im Kommunismus werden die Funktionen der Medien positiv formuliert; sie sind auf Verändern und nicht auf Bewahren angelegt und zugleich totalitär organisiert*.“[207] Kunczik und Zipfel deuten diesen apostrophierten Wandel hin zur „*Erreichung des kommunistischen Stadiums*“[208].

[200] Blum 2014, S. 28
[201] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a
[202] Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 75ff.
[203] Blum 2014, S. 28
[204] Vgl. Blum 2014, S. 29
[205] Vgl. Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 29
[206] Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 140
[207] Blum 2014, S. 30
[208] Kunczik/ Zipfel 2001, S. 74

Abb. 5_Theorie: „Four Theories of the Press": Typologisierung

	Autoritarismus-Modell	**Liberalismus-Modell**	**Sozialverantwortungs-Modell**	**Kommunismus-Modell**
Aufgabe der Medien	Diener des Staates	Kontrolle der Regierung	Forum für Sozialkonflikte	Diener des Systems
Medienkontrolle	Lizenz nötig	Marktplatz der Wahrheit	Standards durch Berufsethik	Überwachung durch den Staat
Medienbesitz	Privat oder öffentlich	Privat	Privat mit Service Public	Öffentlich

Quelle: nach Blum 2005, S. 5

Einige Momente dieser Anlage, die später auch als „*normativer Divergenz-Ansatz*"[209] bezeichnet wurde, geraten bald wegen einer zu ideologischen Prägung wie des Mangels an empirischen Beweisen in die Kritik.[210] Die Beziehung zwischen Medien- und sozialen Systemen werde im Vorstoß von Siebert, Peterson und Schramm nicht belegbar, prangern Hallin und Mancini an. Sie konstatieren, „*the focus on 'philosophies' of the press – or as one might call them 'ideologies' of the press – points to what we see as a key failing of 'Four Theories of the Press'"*[211]. Insgesamt erscheint der Fachwelt das Konstrukt rasch überholt, haftet es doch eng an seinem zeitgenössischen Korsett und tätigt Beschreibungen wie: „*Of all the media, only radio and television are younger than the Soviet Union*."[212] Die Plastizität, gewandelte politische Konstellationen aufzunehmen, ist stark begrenzt.[213] Dennoch bleibt die modellbildende Idee für den Diskurs richtungweisend.[214] Forscher suchen nach alternativen Systematisierungen. Andere Wissenschaftler wollen die Typologie von Siebert, Peterson und Schramm verbessern, indem sie deren Schema theoretisch und terminologisch erweitern. Dafür dringen sie mitunter tief in die Fundamente ein, um den Ideologieverdacht abzustreifen oder neue Zuordnungen von real existierenden Mediensystemen zuzulassen. Über derlei Kontrastierungs- oder Revisionsschleifen avanciert „Four Theories of the Press", trotz der bezeichneten Mankos, zum Grundstein weiterer mediensystemischer Kataloge. Karol Jakubowicz bietet eine Synopse solcher Nachfolge- und Kontrastansätze.[215] Raymond Williams spaltet in einem System-

[209] Weischenberg 2004, S. 86
[210] Vgl. Blum 2014, S. 25f.
[211] Hallin/ Mancini 2004, S. 9
[212] Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 135
[213] Vgl. Blum 2005, S. 5
[214] Vgl. Blum 2014, S. 30ff.; vgl. auch Kunczik/ Zipfel 2001, S. 74ff.; Koschwitz 1974; McQuail 1983; Altschull 1984; Picard 1985
[215] Vgl. Jakubowicz 2010a, S. 2

quartett in die Ausprägungen „*commercial*“, „*paternalistic*“, „*authoritarian*“ und „*democratic*“[216] auf. Dennis McQuail fügt mit „*democratic participant and development theories*”[217] weitere Dimensionen an. Colin Sparks und Slavko Splichal besprechen gleichsam die von anderen terminologisch gewählten Mediensystemkategorien „kommerziell“ und „paternalistisch“,[218] „*the latter encompassing all forms of control of the media by the state or the power elite*”[219]. James Curran verbindet verschiedene modellhafte Blickwinkel auf Medien und Mediengeschehen mit journalistischer Praxis und unterscheidet vier Perspektiven: „*liberal*“, „*Marxist critique of the liberal perspective*“, „*communist*“ und „*radical democratic*”[220]. Ob im Tenor oder ihren Annahmen konträr, bleibt Siebert, Peterson und Schramm das Verdienst mit ihrer Arbeit mannigfache Folgeforschung angestoßen zu haben: „*In simplest terms the question behind this book (‘Four Theories of the Press’, Anm. d. Verf.) is, why is the press as it is? Why does it apparently serve different purposes and appear in widely different forms in different countries?*”[221]

2.3.1.3 „Contingency Model of Communication“ (Analytischer Kontingenz-Ansatz)

Einer derer, die den Normativen Divergenz-Ansatz zum Ausgang nehmen, um via neu oder anders angelegter Kontextfaktoren zu Optimierungen zu gelangen, ist der finnische Ökonom und Kommunikationswissenschaftler Osmo Wiio. 1983 veröffentlicht er das komplexere „Contingency Model of Communication“, das zumindest in Teilen die ethnozentrische Lastigkeit von Siebert, Peterson und Schramm abstreift und verdeutlicht, dass „*die real existierenden Mediensysteme nicht durchwegs in die vier Modelle passen und dass es je nach Fragestellung und Kriterien zusätzlicher Modelle bedarf*“[222]. Wiio geht es in seiner auch als „*Analytischer Kontingenz-Ansatz*“[223] bekannten Arbeit „The Mass Media Role in the Western World“ darum, facettenreiche Merkmale und Eigenschaften aufzulisten, anhand derer sich Mediensysteme „*erkennbar einordnen*“[224] lassen. Weischenberg fasst zusammen: „*Mit Hilfe dieser Typologie können mögliche Erscheinungsformen von Massenkommunikation analysiert und dann kategorisiert werden: Bedingungen, Umstände, Situationen für*

[216] Williams 1968
[217] McQuail 1987
[218] Vgl. Sparks/ Splichal 1998
[219] Jakubowicz 2010a, S. 2
[220] Curran 1991
[221] Siebert/ Peterson/ Schramm 1956, S. 1
[222] Blum 2005, S. 5
[223] Weischenberg 1992, S. 92
[224] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a

das Vorkommen und Kombinationen spezifischer externer Einflüsse auf die Medien und interner Einflüsse in den Medien."[225] Dafür setzt Wiio sich mit der Offenheit und Geschlossenheit von Produktions- und Rezeptionssystemen auseinander und ordnet vier Konstellationen als möglich an:

- „*Offene Produktion und offene Rezeption*": Jeder kann kommunikative Botschaften/ Aussagen senden sowie empfangen. „*Es wird von einer offenen Massenkommunikation ausgegangen*"[226] wie sie in den pluralistischen Ländern westlichen Typs gängig ist, was dem Liberalismus- und dem Sozialverantwortungsmodell entspricht.
- „*Offene Produktion und geschlossene Rezeption*": Jeder hat zwar die Chance, kommunikative Botschaften/ Aussagen zu distribuieren, die Kanäle sind jedoch selektiert. In vielen Entwicklungsländern seien solche Wege „*gelenkte(r) Massenkommunikation*"[227] zu beobachten. Siebert, Peterson und Schramm hatten das „Autoritarismus-Modell" dafür vorgesehen.
- „*Geschlossene Produktion und offene Rezeption*": Zensur erlaubt es nur einem geschlossenen Zirkel, kommunikative Botschaften/ Aussagen zu publizieren. Diese können von allen rezipiert werden. Sozialistische Länder, Ein-Parteien-Systeme oder autoritäre Diktaturen fügen sich in dieses Modell „*kontrollierter Massenkommunikation*"[228]. Parallelen ergeben sich zum Kommunismus-Modell, ebenso zum Autoritarismus-Modell.
- „*Geschlossene Produktion und geschlossene Rezeption*": Der Kreis der Kommunikatoren ist beschränkt wie der Zugang zu Kanälen. „*Es wird von privater Kommunikation primitiver Gesellschaften ausgegangen.*"[229] Diese Einteilung hat keine Entsprechung in den „Four Theories of the Press". Auch ist zu hinterfragen, ob die mündliche Kommunikation als primitiv deklarierter Sozietäten überhaupt als vergleichswertiges Mediensystem eingegliedert werden kann.[230]

Bleibt Wiio bis hierher bezüglich der Produktion noch wenig eindeutig, präzisiert er weiter in „Medienbesitz" und „Medienkontrolle". „*Privater Medienbesitz und dezentralisierte Medienkontrolle*" finden sich in westeuropäischen Ländern mit freier Presse oder in den USA. Die Presse in Lateinamerika ordnet Wiio der Kategorie „*Privater*

[225] Weischenberg 2004, S. 93f.
[226] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a; vgl. auch Blum 2014 S. 34
[227] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a
[228] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a
[229] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a
[230] Vgl. Blum 2014, S. 34

Medienbesitz und zentralisierte Medienkontrolle“ zu. „*Öffentlicher Medienbesitz und dezentralisierte Medienkontrolle*“ im Umkehrgang verortet der Autor in einigen Ländern Westeuropas. Sozialistische Länder und Entwicklungsländer gehörten ihm nach zur Gruppe „*Öffentlicher Medienbesitz und zentralisierte Kontrolle*“[231].

Als weiteren Parameter legt Wiio „Kommunikationsrechte“ an und unterteilt erneut vierfach:

- „*Das Individuum hat das Recht zu senden und zu empfangen*“: Diese Ausprägung deckt sich mit dem Liberalismus-Modell des Normativen Kontingenz-Ansatzes, auch Wiio nennt die USA als typisches Beispiel.
- „*Das Individuum hat das Recht zu senden, die Gesellschaft hat das Recht zu empfangen*“: Das Autoritarismus-Modell im System von Siebert, Peterson und Schramm dient als Äquivalent. Wiio führt als Exempel Nazi-Deutschland oder Franco-Spanien auf.
- „*Die Gesellschaft hat das Recht zu senden, das Individuum hat das Recht zu empfangen*“: Wiio entwickelt diese Einheit entlang des Sozialverantwortungs-Modells des Normativen Kontingenz-Ansatzes und bezieht es auf das Gros der westeuropäischen Länder.
- „*Die Gesellschaft hat das Recht zu senden und zu empfangen*“: Die Parallele zum Kommunismus-Modell ist gezogen, China und die Sowjetunion etikettiert Wiio als markante Protagonisten.[232]

„*Der analytische Kontingenz-Ansatz zeigt, dass Mediensysteme komplexe Modelle darstellen, die je nach Blickwinkel andere Muster und vielfältige Merkmale aufweisen*“[233], resümiert der *Atlas Medienfreiheit Osteuropa* (kurz: *Atlas Medienfreiheit*). Die Vorgaben Sieberts, Petersons und Schramms sind in zweifacher Hinsicht erweitert: Neben einem Beifügen von Bereichen erfolgt eine Ausdifferenzierung vorgeschlagener Rubriken sowie eine begriffliche Optimierung im Sinne aktueller Gegebenheiten. Blums Fazit ist stattzugeben: „*Wiio kommt das Verdienst zu, dass er auf die Komplexität der Modellbildung aufmerksam machte: Je nach Blickwinkel erhalten wir andere Ergebnisse.“*[234]

Gleichwohl kann auch Wiio seinen Ansatz lediglich im Zeitgenössischen sinnhaft zur Anwendung bringen. Die definitorischen Beschreibungen der Gruppen verweben

[231] Blum 2014, S. 35
[232] Vgl. Wiio 1983
[233] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a
[234] Blum 2014, S. 36

stark mit realen Gegebenheiten. Sie treffen zwar Bestehendes, bleiben aber schwer adaptierbar für etwaige kommende Staats- und zugehörige Medienformen. Blum befindet vier Modelle in Anbetracht der Vielzahl an adressierten Faktoren als zu wenig. Zudem legt er den Finger auf methodisch-analytische Problemstellen wie die einmal getane und im nächsten Typisierungsgang wieder aufgehobene Zusammenlegung der Print- und audiovisuellen westeuropäischen Medien oder die Annahme, im Nationalsozialismus hätte das Individuum das Recht gehabt, Medien herzustellen und zu vertreiben.[235]

2.3.1.4 „Comparing Media Systems“ (Explorativer Vergleichs-Ansatz)

Daniel Hallin und Paolo Mancini erarbeiten 2004 einen der bis dato prominentesten Vorschläge, explizit variante Demokratiearten mit jeweiligen Rollen der Massenmedien zu verquicken. Sie wollen nachzuweisen, „*dass sich die politische Kultur eines Landes in der Medienkultur abbildet*“[236]. Zum ersten Mal im Fachdiskurs bieten die Autoren empirische Erkenntnisse im Versuch auf, „*eine große Anzahl von Kriterien und statistischen Daten zu vergleichen und zu unterscheiden*“[237]. Angelegentlich ist ihnen mit dieser Neuperspektivierung eine endgültige Abkehr von Quellenbezügen, die sie in der Literatur vielfach noch zu Siebert, Peterson und Schramm auffänden: „*Four Theories of the Press has stalked the landscape of media studies like a horror-movie zombie for decades beyond its natural lifetime. We think it is time to give it a decent burial and move on to the development of more sophisticated models based on real comparative analysis.*“[238]

Blum proponiert in seinem Aufsatz „Bausteine zur Theorie der Mediensysteme“ (2005):

> „Nennen wir den neuen Ansatz von Daniel Hallin und Paolo Mancini den ‘explorativen Vergleichs-Ansatz’, weil die beiden Autoren nach dem Prinzip der most similar systems die Medienentwicklung und die Medienrealität in westlichen Demokratien explorativ vergleichen und mit Hilfe einer ganzen Anzahl von Kriterien und Daten die Länder zu Medienmodellen gruppieren.“[239]

„*We chose to confine this study to a limited set of countries that have much in common in terms of their history, culture, and institutions, those of Western Europe*

[235] Vgl. Blum 2014, S. 35f.
[236] Blum 2014, S. 47
[237] Blum 2014, S. 47
[238] Hallin/ Mancini 2004, S. 10
[239] Blum 2005, S. 6

and North America“[240], erklären die Verfasser. Anhand 18 überprüfter Länder entwerfen Hallin und Mancini drei unterschiedliche Modelle der Zuordnung, „*die sich auf verschiedene politische Systeme beziehen und unterschiedliche Charakteristika aufweisen*“[241]. Ihr Vergleich erfolgt anhand von vier Zentraldimensionen:

> „(1) the development of media markets, with particular emphasis on the strong or weak development of a mass circulation press; (2) political parallelism; that is, the degree and nature of the link between the media and political parties or, more broadly, the extend to which the media system reflects the major political divisions in society; (3) the development of journalistic professionalism; and (4) the degree and nature of state intervention in the media system.“[242]

Ableitungen über die gewählten Regionen hinaus seien in diesen Schemata nicht angelegt, schränken die Schreiber ein: „*We don´t intend any of this analysis simply to be applied to other systems without modification*.“[243]

Das „mediterrane oder polarisiert-pluralistische Modell“ versammelt erst spät demokratisierte Nationen. „*Durch die starke Stellung von Parteien, die teilweise das politische System ablehnen, wird das Konfliktmuster des polarisierten Pluralismus diesem Modell zugeordnet.*“[244] Parteipolitische oder kirchliche Subkulturen haben gewichtigen Einfluss. Der Staat agiert dirigistisch. In einem außenpluralistischen Gefüge hat die Regierung erhebliche Macht über die Presse und deren Inhalte. Die Presse werten Hallin und Mancini in diesem Szenario als elite-orientiert, niedrige Auflagen seien die Regel, also könne die Presse keine starke Position ausbilden. Befördert werde dies mittels durchwegs meinungsgeprägten Journalismus, welcher kaum Professionalität erreiche. Radio und Fernsehen würden nach dem Regierungsmodell oder dem proportionalen Modell überwacht.[245] „*Die Politik hat gegenüber dem Rundfunk eine Prärogative*“[246], beschreibt Blum. Die Verbindung zwischen Medien und politischen Parteien ist im mediterranen oder polarisiert-pluralistischen Modell besonders eng. „*We believe that these patterns are rooted to a large extent in the high degree of ideological diversity and conflict that characterizes these Southern Euro-*

[240] Hallin/ Mancini 2004, S. xiv; vgl. auch S. 305
[241] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a
[242] Hallin/ Mancini 2004, S. 21
[243] Hallin/ Mancini 2004, S. xiv
[244] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a
[245] Vgl. Hallin/ Mancini 1956, S.30ff. Das „Regierungsmodell“ zeichnet sich durch die direkte Kontrolle von Radio und Fernsehen durch die politische Mehrheit aus. Das „professionelle Modell“ beschreiben Hallin und Mancini über eine große Unabhängigkeit des Rundfunks. Das „proportionale Modell“ sieht eine Aufteilung der Kontrolle unter den politischen Parteien nach Proporz.
[246] Blum 2014, S. 46

pean countries, and which in turn is rooted in delayed development of liberal institutions.“[247] Italien, Portugal, Spanien, Griechenland und Frankreich führen die Autoren als typisch ins Feld.[248]

Länder mit erkennbar moderaterem Pluralismus ordnen sie dem „nord-/zentraleuropäischen oder demokratisch-korporatistischen Modell“ zu. Eine grundlegende parteipolitische Machtdistribution annehmend, bewerten Hallin und Mancini das Beteiligungspotential gesellschaftlicher Gruppen in institutionellen Mitwirkungsformen als bedeutsam. In einem wohlfahrtsstaatlich geprägten Umfeld – „*the welfare state is strong, though with significant variations in its extend*“[249] – sei die Gesellschaft stark an die Presse gebunden, welche wiederum in dieser öffentlichen Funktion die Gesamtbevölkerung anspreche. Obschon eine Verbindung zwischen politischen Parteien und den Medien gegeben sei, zeichne sich der Journalismus durch einen hohen Professionalisierungsgrad aus. Habe der Staat weitgreifende Handhabe in wirtschaftlichen Belangen, schütze er ausdrücklich die Pressefreiheit. Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, Niederlande, Belgien, Deutschland, Österreich und die Schweiz firmieren in dieser Gruppe.[250]

Auch das „nordatlantische oder liberale Modell“ trägt moderat pluralistische Züge. Das politische System wurde früh demokratisiert. Die Regierung bilde sich nach dem Majoritätsprinzip, wobei die herrschende Partei erhebliche Durchsetzungskraft bei sich konzentriere. Interessengruppen sind in diesem Modell marginalisiert, das Gewicht liegt auf individueller und spontaner Repräsentation. In einem liberalen Staat funktioniere die Presse massenorientiert, ergo der ganzen Bevölkerung zugewandt. Vernetzungen zwischen Medien und politischen Entitäten wirkten kaum ereignisprägend. Der Einfluss des Staates sei gering, die Rundfunk-Regulierung in das professionelle Modell einzugliedern, das Rundfunksystem autonom, „*with relatively strong insulation from political control*“[251]. USA, Kanada, Irland und Großbritannien ordnen Hallin und Mancini diesem Bereich zu und bestätigen für diese Länder einen hohen Grad journalistischer Professionalisierung.[252]

[247] Hallin/ Mancini 2004, S. 73f.
[248] Vgl. Hallin/ Mancini 2004, S. 89ff.
[249] Hallin/ Mancini 2004, S. 75
[250] Vgl. Hallin/ Mancini 2004, S. 142ff.
[251] Hallin/ Mancini 2004, S. 75
[252] Vgl. Hallin/ Mancini 2004, S. 196ff.

Abb. 6_Theorie: „Explorativer Vergleichs-Ansatz“: Politische Dimensionen

Dimension	Mediterranes oder polarisiert-pluralistisches Modell	Nord-/zentraleuropäisches oder demokratisch-korporatistisches Modell	Nordatlantisches oder liberales Modell
Länder	Italien, Spanien, Portugal, Griechenland, Frankreich	Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, Niederlande, Belgien, Deutschland, Österreich, Schweiz	USA, Kanada, Großbritannien, Irland
Konfliktmuster	Polarisierter Pluralismus	Moderater Pluralismus	Moderater Pluralismus
Regierungsmuster	Konsens bzw. Mehrheit	Eher Konsens	Eher Mehrheit
Organisationsgrad	Organisierter Pluralismus, starke Stellung der Parteien	Demokratischer Korporatismus	Individuelle Repräsentation
Staatsrolle	Dirigismus	Starker Wohlfahrtsstaat	Liberalismus

Quelle: Blum 2005, S. 6

Wie die Vorherigen hat auch der Explorative Vergleichs-Ansatz das Problem, Faktoren und deren Zusammenhänge aus Zeitgenössischem allein zu beziehen. Zwar bemühen sich Hallin und Mancini in ihrem – zum ersten Mal im Fachdiskurs ausdrücklich – empirischen Voranschreiten um fundierte Datenbezüge und Abstraktionshöhen, doch können sie nicht für alle Länder im Sample gleichwertig und ausreichend Quellenmaterial zusammentragen. Schließlich nimmt Kritiker eine so eng mit geografisch abzuzirkelnden Arealen zusammenfallende Modellbildung in nord- und zentraleuropäischen, nordatlantischen und mediterranen Raum Wunder.[253] Daraus einen weltweiten Wandel von Mediensystemen ableiten zu wollen, der auf lange Sicht dem liberalen Modell zustrebe,[254] geht vielen Fachvertretenden zu weit. Dabei räumen Hallin und Mancini ein: „*We have also noted that there are important factors that limit, and in some ways might even reverse, the process of convergence toward the Liberal Model. Differences among national political systems remain substantial and are likely to prevent complete homogenization of media systems for the foreseeable future*.“[255]

Durchaus vielfach gelobt ist der polyperspektivische Zugang. Kategorienbildung und deren Operationalisierung lösen Kontroversen aus. Eine sehr detaillierte Einheitendefinition erschwert die konkrete Einordnung auf der einen Seite. Auf der anderen Seite erfolgt die kategoriale Deskription mitunter zu wenig pointiert, so dass die Verortung vor allem nicht-westlich-industrialisierter Nationen mehrmals einem Kompromiss gleichkommt, denn Passgenauigkeit erkennen lässt.[256] Insgesamt besitzt das

[253] Vgl. Blum 2005, S. 9
[254] Vgl. Blum 2014, S. 47
[255] Hallin/ Mancini 2004, S. 295
[256] Vgl. Blum 2014, S. 49

Modell eher theoretischen Wert auf einer Metaebene, wo Demokratietypus und Medienform in ihren Verschränkungen ausgeleuchtet werden, ohne ein politisch-wertendes Instrumentarium jedweder Interpretation zugrunde zu legen. Dies war in Vorgängerstudien häufig geschehen. „*Den Autoren Hallin und Mancini kommt das Verdienst zu, durch komparative Forschung erstmals Medienmodelle entworfen zu haben, die nicht auf ideologischen Konzepten, sondern auf empirischen Analysen beruhen*“[257], kann man mit Blum anerkennen. Ländergruppenspezifika womöglich in Entwicklungen abzuleiten, gelingt begrenzt und kaum mehr, versucht man dies über einen westlich geprägten Medienhorizont hinaus.

2.3.1.5 „Pragmatischer Differenz-Ansatz“

Der „Pragmatische Differenz-Ansatz“ fußt auf Bekanntem und nimmt in späteren Versionen direkten Bezug zur Arbeit von Hallin und Mancini. 2001 entsteht noch davon unabhängig ein erster Wurf am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft Bern unter der Leitung von Robert Blum. Avisiert ist, anders als bei bis dahin meist vergleichendem Herangehen, die Annäherung über Differenzkonzepte. Real existierende Mediensysteme sollen qua Unterscheidung zu einem Modell führen, das Mediensysteme weltweit repräsentativ abbilden kann.

> „Der pragmatische Differenz-Ansatz geht von drei Grundannahmen aus: Erstens, dass nach wie vor die Nationalstaaten wichtiger sind für die Bestimmung von Mediensystemen als internationale, kontinentale und globale Zusammenhänge. Zweitens, dass die politischen Systeme die Mediensysteme stärker beeinflussen als die ökonomischen Systeme. Und drittens, dass sich die Mediensysteme einzelner Länder durchaus unterscheiden, dass also die Differenzen wichtigere Bestimmungsfaktoren sind als die Gemeinsamkeiten.“[258]

Die erste Fassung fügt ein Grundschema aus sechs Dimensionen in drei Ausformungen. Nach einer Einordnung der Fallbeispiele im Blick auf Differenzmarker erfolgt eine lose Gruppenbildung über die Zuschreibung gleicher Typenmerkmale. Als Dimensionen grenzen die Autoren um Blum „Regierungssystem“, „Medienfreiheit“, „Medienbesitz“, „Medienfinanzierung“, „Medienkultur“ und „Medienorientierung“ ab. Geschieden wird jede Dimension nochmals in drei Stränge: eine liberale Linie (A), eine mittlere Linie (B) sowie eine regulierte Linie (C). Das Regierungssystem eines Staates kann beispielsweise demokratisch, autoritär oder totalitär ausgeprägt sein.

[257] Blum 2005, S. 7
[258] Blum 2014, S. 294

Der Medienbesitz ist entweder privat, öffentlich oder in Mischform privat und öffentlich verteilt.[259]

Abb. 7_Theorie: „Pragmatischer Differenz-Ansatz“: Grundschema (2001)

Dimension	Liberale Linie (A)	Mittlere Linie (B)	Regulierte Linie (C)
Regierungssystem	Demokratisch	Autoritär	Totalitär
Medienfreiheit	Zensurverbot	Fallweise Zensur	Permanente Zensur
Medienbesitz	Privat	Privat und Öffentlich	Öffentlich
Medienfinanzierung	Durch Markt	Durch Markt und Staat	Durch Staat
Medienkultur	Investigativ	Ambivalent	Konkordant
Medienorientierung	Kommerziell	Divergent	Service-public

Quelle: Blum 2005, S. 8

Über diesen Lageplan evolvieren sieben Medienmodelle:

- Das „liberal-investigative Kommunikationsmodell“ oder „Colagate-Modell“ liegt exakt auf Linie A. Beispiel sind die USA.
- Das „liberal-ambivalente Mischmodell“ oder „BBClusconi-Modell“ meint Linie B. Ausnahmen bilden lediglich das politisch demokratische Regierungssystem und die Pressefreiheit. (Fallbeispiele sind Großbritannien und Italien.)
- Das „liberal-ambivalente Service-public-Modell“ oder „gedämpfte Modell“ charakterisiert sich über eine überwiegende Service-public-Ausrichtung, ist aber trotz dieses Ausgreifens nach C der Linie B entlang zu denken. (Deutschland oder Frankreich)
- Das „liberal konkordante Service-public-Modell“ oder „Harmonie-Modell“ verläuft ebenfalls nach B, findet aber die Dimensionen „Medienkultur“ und „Medienorientierung“ in C. (Schweiz oder Japan)
- Das „kontrolliert-ambivalente Misch-Modell“ oder „Schock-Modell“ ist wiederum nahezu passgenau mit B. (Russland, Türkei oder Iran)
- Das „kontrolliert-konkordante Service-public-Modell“ folgt B in den Dimensionen „autoritäres politisches System“, „fallweise Zensur“, „gemischter Medienbesitz“ und „Finanzierung durch Markt und Staat“. „Medienkultur“ und „Medienorientierung“ liegen jedoch auf Linie C. (Ägypten, Sri Lanka, Syrien)
- Das „dirigiert-konkordante Service-public-Modell“ oder „Kommando-Modell“ ist mit C deckungsgleich. Hier herrscht ein totalitäres politisches System mit Zensur. (Kuba, Nordkorea, China)[260]

[259] Vgl. Blum 2005, S. 8
[260] Vgl. Blum 2005, S. 8f.

Abb. 8_Theorie: „Pragmatischer Differenz-Ansatz“: Erweitertes Grundschema (2005)

Dimension	Liberale Linie (A)	Mittlere Linie (B)	Regulierte Linie (C)
Regierungssystem	Demokratisch	Autoritär	Totalitär
Politische Kultur	Polarisiert	Ambivalent	Konkordant
Medienfreiheit	Zensurverbot	Fallweise Zensur	Permanente Zensur
Medienbesitz	Privat	Privat und Öffentlich	Öffentlich
Medienfinanzierung	Durch Markt	Durch Markt und Staat	Durch Staat
Politischer Parallelismus	Schwach	Mittel	Stark
Staatskontrolle über die Medien	Schwach	Mittel	Stark
Medienkultur	Investigativ	Ambivalent	Konkordant
Medienorientierung	Kommerziell	Divergent	Service-public

Quelle: Blum 2005, S. 9

In einer Nutzung auch für Mediensysteme abseits westlicher Prägung gerät dieser Aufbau rasch an die Grenzen seines erklärenden Gehalts. „*Er bezieht zu wenig Dimensionen ein. Und er führt per saldo zu vielen Modellen*“[261], markiert Blum selbst als Hauptschwächen in direkter Referenz zum Werk von Hallin und Mancini (2004). In Synthese mit diesem fügt er drei Dimensionen an, um Mediensysteme weltweit miterfassen zu können. „Politische Kultur“, „Politischer Parallelismus“ und „Staatskontrolle“ kommen mit jeweils drei Ausprägungen nach Linie A, B oder C dazu. Reduziert wird die Anzahl der Modelle von sieben auf sechs. Abbildung 9 bereitet das überarbeitete Design nach Modelloptionen auf.

[261] Blum 2005, S. 9; vgl. auch 2014, S. 14

Abb. 9_Theorie: „Ausprägung der einzelnen Modelle im erweiterten Grundschema“ (2005)

Dimension	Atlantisch-pazifisches Liberalismus Modell	Südeuropäisches Klientel-Modell	Nordeuropäisches Service public-Modell	Osteuropäisches Schockmodell	Arabisch-asiatisches Patriotenmodell	Asiatisch-karibisches Kommandomodell
Regierungssystem	(A) Demokratisch	(A) Demokratisch	(A) Demokratisch	(A) Demokratisch	(B) Autoritär	(C) Totalitär
Politische Kultur	(A) Polarisiert	(B) Ambivalent	(B) Ambivalent	(B) Ambivalent	(C) Konkordant	(C) Konkordant
Medienfreiheit	(A) Zensurverbot	(A) Zensurverbot	(A) Zensurverbot	(B) Fallweise Zensur	(B) Fallweise Zensur	(C) Permanente Zensur
Medienbesitz	(A) Privat	(B) Privat und Öffentlich	(B) Privat und Öffentlich	(B) Privat und Öffentlich	B - Privat und Öffentlich	B - Privat und Öffentlich
Medienfinanzierung	(A) Durch Markt	(B) Durch Markt und Staat	(B) Durch Markt und Staat	(B) Durch Markt und Staat	(B) Durch Markt und Staat	(B) Durch Markt und Staat
Politischer Parallelismus	(A) Schwach	(B) Mittel	(A) Schwach	(B) Mittel	(C) Stark	(C) Stark
Staatskontrolle über die Medien	(A) Schwach	(B) Mittel	(A) Schwach	(C) Stark	(C) Stark	(C) Stark
Medienkultur	(A) Investigativ	(B) Ambivalent	(B) Ambivalent	(B) Ambivalent	(C) Konkordant	(C) Konkordant
Medienorientierung	(A) Kommerziell	(B) Divergent	(C) Service public	(B) Divergent	(C) Service public	(C) Service public

Quelle: Blum 2005, S. 9f

- Das „atlantisch-pazifische Liberalismus-Modell“ bleibt in der Linie A. „*Es handelt sich um ein auf Kommerz und Autonomie ausgerichtetes, investigativ agierendes Mediensystem*“[262]. (USA, Australien, Neuseeland)

- Das „südeuropäische Klientel-Modell“ folgt überwiegend Linie B, „*für die das Ambivalente charakteristisch ist*“[263], definiert Blum. Kommerziell-populäre Ausrichtung des Fernsehens bei zugleich Service-public-orientiertem, elitären Printbereich seien in diesen Systemen beispielsweise durchaus an der Tagesordnung. (Portugal, Spanien, Malta, Zypern, Griechenland, eventuell auch Länder Osteuropas)

- Das „nordeuropäische Service-public-Modell“ hat eine starke Mischung der liberalen Linie A und der mittleren Linie B als Wesenheit. (Deutschland, Frankreich, Länder Skandinaviens und die Benelux-Länder, modernisierte Länder Osteuropas wie Estland)

- Das „osteuropäische Schockmodell“ liegt durchwegs auf B, kennt aber eine starke Staatskontrolle der Medien. (Russland, Ukraine, Weißrussland, Türkei, Iran)

[262] Blum 2005, S. 9
[263] Blum 2005, S. 9

- Am „arabisch-asiatischen Patrioten-Modell“ ist „*typisch, dass die Medien der nationalen Entwicklung dienen müssen und meist zensuriert werden*“[264]. (Ägypten, Syrien, Marokko, Tunesien, Indonesien)
- Beim „asiatisch-karibischen Kommandomodell“ liegt die Medienmacht klar in den Händen von Staat und Partei. Lediglich die Finanzierung erfolgt über private Wege. (Nordkorea, China, Burma, Kuba)

Diese hier konzis beschriebene, wenn auch nutzbringende Erweiterung zeitigt nicht den gewünschten Effekt, eine Typologie anwendbar auf jedwede Medienlandschaft zu gewinnen. Jakubowicz bemängelt exemplarisch für ähnliche Stimmen: „*It is not entirely clear, however, how particular countries were assigned to particular categories. Blum did not explain how he created the models and why no other combination of specification is necessary*.”[265] Blum räumt ein: „*Trotzdem sind für die Erfassung aller real existierenden Mediensysteme noch Zwischenmodelle nötig.*“[266] 2014 fertigt er eine leicht revidierte Fassung, der er trotz rasanter globaler Verflechtungen medialer Natur – „*der Globus scheint ein einziges Mediensystem zu sein*“[267] – nach wie vor die These unterlegt, „*dass es vor allem die politischen Systeme der einzelnen Länder sind, die die Mediensysteme determinieren*“[268].

Diesmal erweitert Blum das Grundschema auf elf Kriterien, anhand derer die Länder über die drei Linien hinweg verglichen werden sollen. Hinzukommen als Faktoren „Historische Entwicklung“ als geprägt von Kontinuität, gebrochener Kontinuität oder Diskontinuität, „Journalismuskultur“ als investigativ, ambivalent oder konkordant und „Professionalität des Journalismus“ als hoch, mittel, tief, wobei der Aspekt „Selbstkontrolle“ Akzentuierung erfährt. Aufgegeben wird die Kategorie „Medienkultur“, weil als zu breit und zu wenig aussagekräftig erkannt. Interessant sind an dieser Stelle potentielle Gradmesser, welche andere Autoren in mediensystemischen Aufrissen bereits verwendet haben, Blum aber als in ihrer Aussagekraft zu wenig eindeutig oder kaum relevant klassifiziert. Nachvollziehbar schließt der Autor Einkommensverteilung, Bildungsgrad, Religionszugehörigkeit, Sprachenvielfalt, (De-)Zentralisierung der Mediensysteme, Größe des Medienmarktes, Grad der Medienvielfalt, Lesequote oder den wahrlich vagen Wert „*Kulturleistung*“[269] aus – Einteilungen wie sie genauso

[264] Blum 2005, S. 10
[265] Jakubowicz 2010a, S. 6
[266] Blum 2005, S. 10
[267] Blum 2014, S. 14
[268] Blum 2014, S. 13
[269] Blum 2014, S. 370

vorliegende Arbeit für wenig zielführend befindet, eignen sie sich doch kaum zur Bildung eines einheitlichen Vergleichsniveaus für sämtliche Fallbeispiele im Sample.

Abb. 10_Theorie: „Pragmatischer Differenz-Ansatz“: Grundschema (2014)

Kriterien	A: Liberale Linie	B: Mittlere Linie	C: Regulierte Linie
Historische Entwicklung	Kontinuität	Gebrochene Kontinuität	Diskontinuität
Regierungssystem	Demokratisch	Autoritär	Totalitär
Politische Kultur	Polarisiert	Ambivalent	Konsensorientiert
Medienfreiheit	Zensurverbot	Fallweise Zensur	Permanente Zensur
Staatskontrolle über Medien	Schwach	Mittel	Stark
Medienbesitz	Privat	Privat und öffentlich	Öffentlich
Medienfinanzierung	Durch Markt	Durch Markt und Staat	Durch Staat
Politischer Parallelismus	Schwach	Mittel	Stark
Medienorientierung	Kommerz	Divergent	Gesellschaft
Journalismuskultur	Investigativ	Ambivalent	Konkordant
Professionalität des Journalismus	Hoch, mit Selbstkontrolle	Mittel	Tief, ohne Selbstkontrolle

Quelle: Blum 2014, S. 295

Wieder sind es sechs Modelle, die Blum ähnlich denen 2005 ableitet:

> „Nehmen wir die beiden extremen Linien, so erhalten wir die zwei extremen Modelle: Einerseits das ‘liberale Modell’, für das die USA prototypisch sind, andererseits das ‘Kommando-Modell’, für das beispielsweise Nordkorea steht. Vier weitere Modelle sind Misch-Modelle aus der liberalen und mittleren Linie oder aus der regulierten und mittleren Linie: Das ‘Public-Service-Modell’, das nahe bei der liberalen Linie liegt und für das Deutschland ein Beispiel ist, das ‘Klientel-Modell’, schon stärker gemischt aus der liberalen und der mittleren Linie, für das Italien steht, das ‘Schock-Modell’, eine Mischung aus allen drei Linien, das wir beispielsweise in Russland vorfinden, und das ‘Patrioten-Modell’, gemischt aus der mittleren und der regulierten Linie, für das etwa Iran als Beispiel dient.“[270]

Die Deskriptionen der Modelle wandelt Blum geringfügig ab, zieht jedoch ein ordnendes Punktesystem ein, das die Exempel innerhalb eines Modells werturteilsfrei gegeneinander gewichten soll.

Das „liberale Modell“ umfasst Länder mit demokratischem Regierungsaufbau und kapitalistischem Wirtschaftssystem. Starke Polarisierung und Dominanz der Mehrheit akzeptiere der politische Diskurs. Die Medien handelten so frei als möglich, Pressefreiheit gelte als wertvolles Gut. Die Medien lägen in privater Hand und finanzierten sich aus dem Markt. Kaum staatlichen Eingriffen ausgesetzt, herrsche eine eindeutig kommerzielle Ausrichtung, welche insgesamt Abstand zur Politik erkennen lasse. „*Aus dem Verständnis als Gegenmacht heraus agieren die Medien stark kritisch und*

[270] Blum 2014, S. 296

investigativ. Sie sehen sich als Widersprecher zur politischen Macht."[271] Gut ausgebildete Journalisten hielten sich an Berufsethos und übten Selbstkontrolle. Über eine Punktevergabe pro kategorischer Zuordnung resümiert Blum, „*dass pluralistische, demokratisch verfasste und kapitalistisch-kommerziell organisierte Mediensysteme eher in die Nähe von 100 Punkten gelangen, geschlossene, dirigistisch regulierte, dem Gemeineigentum verpflichtete eher in die Nähe von 20 Punkten. Im Fall des liberalen Modells erhalten die USA 110, Brasilien 94 und Luxemburg 86 Punkte.*"[272]

Das „Public-Service-Modell" bündelt demokratisch verfasste Länder mit marktwirtschaftlicher Ordnung. Die politische Kultur durchzögen polarisierende wie konsenssuchende Strömungen zu gleichen Teilen. Die Medienfreiheit rangierte weit oben, Medien lägen vorwiegend im Privatbesitz, seien aber vor allem im Rundfunkbereich auch öffentlich betrieben. „*Nicht nur der öffentlich-rechtliche Rundfunk, sondern auch die tonangebenden Print- und Onlinemedien orientieren sich an publizistischen und gesellschaftlichen Idealen*"[273], beschreibt Blum, wodurch sie das Sozialverantwortungsmodell einzulösen trachteten und einen Public Service bedienten. Länder des Public-Service-Modells erhalten um die 80 Punkte. Frankreich 80, Deutschland 84, Österreich 76, die Schweiz 83 bleiben nahe zusammen, höchstbeziffert ist Großbritannien mit 91 Punkten.

Das „Klientel-Modell" bringt Länder mit demokratischer Grundordnung und liberalem Wirtschaftssystem zusammen, in denen der staatliche Einfluss auf die Medien evident werde. Starke Polarisierungen kennzeichneten die politische Kultur. Die Medienfreiheit gelte eigentlich als rechtlich verankert. Nichtsdestotrotz besäße der Staat einen Teil der Medien und übe Kontrolle aus. Die Finanzierung erfolge über den Markt und teils direkt, teils indirekt über den Staat. Verbindungen zu politischen Parteien und Interessengruppen seien vielfach, Journalismus agiere häufig über Seilschaften, wobei einzelne kritische Stimmen die Medien durchzögen. En Gros präge „*der Klientelismus die politische Kultur und die Medienkultur*"[274]. 70 Punkte gibt Blum für diese Gruppe als Richtschnur an; Italien erhält 70, Lettland 72, Libanon 69 und Ghana 67.[275]

Das „Schock-Modell" betrifft formale Demokratien, in denen die Regierung mannigfache Einwirkungswege nutze und „*weder das Volk, noch das Parlament, noch die*

[271] Blum 2014, S. 384
[272] Blum 2014, S. 385
[273] Blum 2014, S. 385
[274] Blum 2014, S. 387
[275] Vgl. Blum 2014, S. 388

Gerichte allzu souverän auftreten lässt“[276]. Die politische Kultur changiere zwischen Konflikt und Konsens. Medienfreiheit gelte zwar als verbrieft, „*doch immer wieder greift die staatliche Macht schockartig ein und unterbindet die freie Berichterstattung*“[277], beschreibt Blum, was durchaus einer fallweisen Zensur gleichkomme. Medien und ihre Mitarbeitenden seien oft abhängig von politischen Parteien, Interessengemeinschaften oder Oligarchen. Ökonomische oder publizistische Ziele bestimmten das Publizierte. Oppositionelle oder kritische Berichte erschienen selten: „*Die Journalisten sind grundsätzlich auf Harmonie mit der Macht aus*.“[278] Von den Inkludierten erhält Russland 56 Punkte, die Türkei und Thailand je 60, der Senegal 66.

Das „Patrioten-Modell“ verzeichnet Länder mit autoritärer Führung und einer zum Großteil gemischten Wirtschaft. „*In der politischen Kultur spielt der Konsens im nationalen, patriotischen Interesse eine große Rolle*“[279], expliziert Blum den Modell-Titel. „*Die Medien orientieren sich an den Zielen der Gesellschaft, verhalten sich insofern patriotisch.*“[280] Die Medienfreiheit werde oftmals beschnitten, die Durchdringung durch die Regierung sei groß und das sowohl bei staatlich wie privatfinanzierten und organisierten Medien. Parteien, Verbände, Einflussgruppen unterhielten starke medienorientierte Netzwerke. Iran erhält hier 40 Punkte, Ägypten 42 und Weißrussland 39.

Das „Kommando-Modell“ ist markiert durch ein „*totalitäres Regierungssystem, in dem eine Partei oder Kaste das Kommando führt*“[281]. Zustimmung zu den Parteizielen sei obligat, entsprechend hätten sich die Medien zu verhalten. Öffentlichen Institutionen zugeordnet unterlägen sie dauernder Zensur. Geld erhalten sie aus Staatstöpfen, nur zu einem geringen Teil über den Markt. „*Die Medien sind eins mit Parteiorganisationen, Gewerkschaftsorganisationen oder anderen gesellschaftlichen Gruppierungen, deren Sprachrohre sie sind. Letztlich sind sie die Lautsprecher des politischen Systems*“[282], evaluiert Blum. Die Punkteskala vergibt an Nordkorea und China je 24, 23 an Syrien und 22 an Kuba.

Die Überarbeitung besticht durch die erreichte internationale Vergleichbarkeit, fokussiert sie doch nicht lediglich auf bestimmte Regionen. Genauso fördert eine Abstufung innerhalb der Modellgruppen die Erkenntnistiefe. Nichtsdestoweniger sind

[276] Blum 2014, S. 389
[277] Blum 2014, S. 389
[278] Blum 2014, S. 389
[279] Blum 2014, S. 390
[280] Blum 2014, S. 390
[281] Blum 2014, S. 392
[282] Blum 2014, S. 392

weiterhin Schwierigkeiten bei der Anwendbarkeit des Schemas anzuprangern – Desiderate, die in mehr oder weniger großem Maße letztlich alle der vier beschriebenen Ansätze nicht beheben können. Sie schaffen Kontrastierbarkeit über Vereinfachungen qua Kategorisierung, geben dabei aber essentielle Elemente einzelner Fälle mitunter verloren, die sich einer Einordnung sträuben. Blums mehrfache Verbesserung ist Zeugnis dieses Ringens um einen belastbaren wie praktikablen Mittelweg, weswegen die einzelnen Stufen der Modellgenese an dieser Stelle ausführlicher dargestellt wurden.

Gerade jene Nivellierung von Ausprägungen schränkt den interpretatorischen Gehalt für eine spezifische mediensystemische Entwicklung gegebenenfalls ein. Blum erkennt dieses Manko. Eine Lösung sähe er allenfalls in einer ausufernden Anzahl additiver Modelle. Auch räumt der Autor die Notwendigkeit ein, partiell Unvergleichbares doch zu kontrastieren. Kulturelle Eigenheiten, wenngleich womöglich wertvoll hinsichtlich spezieller Deutung, würden beispielsweise zugunsten struktureller, politischer wie organisatorischer Komponenten nicht berücksichtigt. Trotz Simplifizierung blieben „Wackelkandidaten", welche eine entschiedene Zuordnung diffizil machten. So seien Frankreich und Österreich, aktuell im Public-Service-Segment positioniert, durchaus dem Klientel-Modell zuzuweisen: „*Beide Länder unterscheiden sich durch die extreme Machtverliebtheit der Journalisten von den übrigen Ländern im Public-Service-Modell und sind in dieser Beziehung Italien verwandter*"[283]. Als Wackelkandidaten bezeichnet Blum darüber hinaus Länder, die einen umgreifenden Wandel erleben. Ob begründet in einem Wechsel politischer Systeme, einem Regierungswechsel, ökonomischen Veränderungen oder in Verbindung mit Globalisierungstendenzen – Veränderungen an bestehenden Modellen oder Zuschreibungen innerhalb derer seien immer miteinzukalkulieren.[284] „*Es ist mit Performanz zu rechnen: Mit der Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen*"[285], prognostiziert Blum und verweist in die Zuständigkeit der Transformationsforschung. Diese erfährt in jüngerer Zeit eine Debatte von unterschiedlichen Positionierungen. Von populationsökonomischer Warte aus Medienorganisationen als Wesenheiten der Mediensysteme definierend, suchen Samuel Studer, Matthias Künzler und Ottfried Jarren Mediensystemwandel über Medienorganisationswandel zu erklären.[286] Lelya Dogruel spürt Veränderungsprozessen

[283] Blum 2014, S. 394
[284] Blum 2014, S. 395
[285] Vgl. Blum 2014, S. 396
[286] Vgl. Studer/ Künzler/ Jarren 2013, S. 31f.

evolutionstheoretisch nach.[287] Regulationstheorie und Institutionalismus führt Andrea Grisold als Betrachtungsfolien ins Feld.[288] Manfred Knoche bearbeitet die Krise des Kapitalismus, die Medien dazu anrege, zu Universalmedien zu werden. Dies forme schrittweise das Mediensystem um.[289] Eine griffige Rahmensetzung unternimmt Florian Töpfl in seiner „Typologie defekter Mediensysteme“ (2011).

2.3.1.6 „Typologie defekter Mediensysteme“

Töpfls vergleichende Arbeit zu Wandel- wie Wechselwirkungen entwirft einen Analyserahmen „*von (a) Mediensystemen in Transformationsprozessen sowie von (b) Mediensystemen in semi-demokratischen Herrschaftsordnungen*“[290]. Eingebettet ist der Vorschlag, der genauso als Modell verstanden werden soll wie als normative Makro-Theorie mittlerer Reichweite,[291] in den Zusammenhang der Transformationsforschung. Diese kennt, sich generierend aus verschiedenen einzel- wie transdisziplinären Zugängen, vielfältige Ursachen solch defekter Anlagen. „*Neben journalistischen Normen spielen sowohl Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft als auch die mediale Kultur, der sozioökonomische Entwicklungsstand sowie gesellschaftliche externe Parameter als Indikatoren eine essentielle Rolle*“[292], deklariert der *Atlas Medienfreiheit*. Allenthalben fehle es gerade zum Medienwandel an Grundlegendem.

Töpfl tritt an, diese Lücke für semi-pluralistische Politräume „*im Übergang von einer totalitären zu einer pluralistischen Gesellschaftsordnung*“[293] zu füllen und beschreibt das Mediensystem als „*Subsystem (...) umgeben von den Funktionssystemen Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik* “[294]. Damit ein pluralistisches Mediensystem erwachsen könne, müsse eine Entkopplung[295] der Medien (gedacht als Subsysteme Print, Fernsehen, Hörfunk und Online) vom politischen Entscheidungszentrum stattfinden. Dies passiere auf zweierlei Ebenen. Angesprochen ist eine strukturelle Ebene (Ebene der Medienorganisationen) und eine prozessuale Ebene (Ebene der Journalisten).

[287] Vgl. Dogruel 2013, S. 51ff.
[288] Vgl. Grisold 2013, S. 67ff.
[289] Vgl. Knoche 2013, S. 87ff.
[290] Töpfl 2011, S. 19
[291] Vgl. Töpfl 2011, S. 40f.
[292] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a
[293] Töpfl 2011, S. 41
[294] Töpfl 2011, S. 244
[295] Unter „Entkoppelung“ versteht Töpfl „*jede Verringerung der Einflussmöglichkeiten des politischen Entscheidungszentrums auf das Mediensystem*“ (Töpfl 2011, S. 249).

Abb. 11_Theorie: „Autokratisch-gelenkte vs. demokratisch-entkoppelte Mediensysteme“

Prozessuale Entkopplung Ansatzpunkt: journalistischer Arbeitsprozess	↑		
demokratisch-entkoppelt Kriterium: Nicht-Tätigkeit einer Zensurbehörde	**strukturell gelenkte Mediensysteme** (Subsystem nationales Fernsehen in Russland heute; Subsystem Print in Russland heute)	**demokratisch-entkoppelte Mediensysteme** (Mediensysteme Deutschlands, Tschechiens, der USA, Italiens; Subsystem Printmedien in Russland Ende der 1990er)	
autokratisch-gekoppelt Zentraler Mechanismus: Zensurbehörde, die mit politischer Zensur betraut ist	**vollständig gelenkte Mediensysteme** (Mediensysteme der Sowjetunion vor 1991; der Tschechoslowakei vor 1989)	**prozessual gelenkte Mediensysteme** (Subsystem Internet in China; Printmedien in der sowjetischen Besatzungszone 1945-1949)	→
	autokratisch-gekoppelt Zentraler Mechanismus: politisches Entscheidungssystem besetzt Leitung von Medienorganisationen	**demokratisch-entkoppelt** Kriterium: mehr als die Hälfte Publikumsanteil von Medienorganisationen, deren Leitung nicht durch das politische Entscheidungssystem besetzt wird	**strukturelle Entkopplung** Ansatzpunkt: Medienorganisationen

Quelle: Töpfl 2011, S. 253

Töpfl unterscheidet zwei Phasen. Phase eins – die „*Demokratisierung gelenkter Mediensysteme*“[296] – vermittle den politischen Parteien durch das Mediensystem eine Verbindung zu den Wählern. Totalitäre Gesellschaftsordnungen avancierten zu demokratischen, das Mediensystem gewinne an Unabhängigkeit. Töpfl sieht dies garantiert, so keinerlei Zensurbehörde (mehr) existiere und keine mehrheitliche Kontrolle der politischen Parteien über die Mediensysteme vorhanden sei.[297] Er klassifiziert in autokratisch-gekoppelte und demokratisch-entkoppelte (Tschechien, Deutschland, USA) Mediensysteme. Erstere erkennt er in drei Ausprägungen: vollständig gelenkte Mediensysteme (UdSSR vor 1991, Tschechoslowakei vor 1989), prozessual gelenkte Mediensysteme (Subsystem Internet China) und strukturell gelenkte Mediensysteme (Subsystem Fernsehen Russische Föderation).

Die zweite Phase – die „*Pluralisierung demokratischer Mediensysteme*“[298] – beurteilt die demokratisch-entkoppelten Mediensysteme anhand der Indices von Freedom

[296] Töpfl 2011, S. 251
[297] Vgl. Töpfl 2011, S. 252
[298] Töpfl 2011, S. 255

House (FH) und Reporter ohne Grenzen (RoG). Unter deren Einbezug entsteht ein „pluralistisch-entkoppeltes Mediensystem“, das Töpfl in vier Varianten untergliedert, Art und Ausmaß der Abweichungen vom Idealtyp betreffend:[299] „Pluralistische Mediensysteme ohne maßgebliche Defekte“ (= Realtyp eines pluralistisch-entkoppelten Mediensystems; Deutschland, Finnland, Tschechien), „pluralistische Mediensysteme mit strukturellen Defekten“ (Italien); „pluralistische Mediensysteme mit prozessualen Defekten“ und „pluralistische Mediensysteme mit strukturellen und prozessualen Defekten“.

Bemerkenswert an Töpfls Herangehensweise ist das klare Schlaglicht auf die Zusammenstellung eines allgemeinen fünfgliedrigen Analyserasters für empirisch-vergleichendes Vorgehen. Damit nimmt er den Weg über die Theorie zum Instrumentarium und schließlich zur Anwendung auf den Beispielfall. Nicht das Exempel wird induktiv zum Lieferanten der Kategoriendeterminanten. Schwierig bleibe der begrenzte Anwendungsbereich für „*Mediensysteme jener semi-demokratischen Gesellschaften, die gerade mit der Dritten Welle der Demokratisierung seit Ende der 1970er Jahre in großer Vielzahl entstanden*“ und die sich so „*nach ihrer Annäherung an einen pluralistischen Idealtypus eindeutig in Gruppen“*[300] ordnen lassen.

Töpfl exerziert sein Prozedere lediglich am Kontrastpaar Tschechien-Russland durch. Bloß in diesem Umfeld überprüft er seine aus Materialien von FH und RoG abgeleiteten und nach Analyseebenen geordneten 30 Thesen zu Einflussfaktoren des Medienwandels, um zu klären: „*Wie entstehen pluralistische Mediensysteme – und warum nicht*“?[301] Überzeugende Antworten können für mich dabei gelingen, stimmt man mit der normativ ausgerichteten Denklinie überein, welche im mehrstufigen Verlauf von „*dem medientheoretischen Konzept der abgelösten Gesellschaftsordnung (Kommunismus)“* zur *„angestrebten Gesellschaftsordnung (Pluralismus)*“[302] gelangt und Abweichungen oder Mankos bezüglich des normativ gesetzten Ideals als „*Defekte*“[303] auffasst.

„*So wird die Güte der Typologie letztendlich daran ersichtlich sein, in welchem Ausmaß sie in Zukunft als Analyseinstrument für empirisch-vergleichende, wissenschaftliche Studien herangezogen wird*“[304], gibt Töpfl interessierten Anwendern an

[299] Vgl. Töpfl 2011, S. 245; 257
[300] Töpfl 2011, S. 262
[301] Töpfl 2011, S. 313
[302] Töpfl 2011, S. 49f.
[303] Töpfl 2011, S. 192
[304] Töpfl 2011, S. 43

die Hand, „*beziehungsweise inwiefern sie sich als Denkschablone zur gedanklichen Ordnung von Mediensystemen im internationalen Vergleich als tauglich erweist*[305]“. Damit werde überwunden, was Arbeiten seit Mitte der 1950er konstatiert hatten. Heute sei evident, dass „*gewisse Typen von Medienordnungen nicht mehr unbedingt mit gewissen Herrschaftsformen einher()gehen*“[306]. Statische, in länderreflexiven Politzonen verankerte Mediensysteme als geschlossene Objekte zu betrachten, laufe an den realen Gegebenheiten vorbei. Faktisch wandert somit „das Mediensystem“ als dynamischer Untersuchungsgegenstand in Forschungszusammenhänge, die jene Beweglichkeit fassbar machen wollen. Neben Politik-, Kommunikations- oder Medienwissenschaft kümmert sich auch die Kulturwissenschaft um hybride Verläufe medialer Entwicklungen und mediensystemischer Verflechtungen. Das kommende Kapitel stellt Mediensystemdiskurse im Hinblick auf Transformation, Globalisierung und Dynamisierung vor.

2.3.1.7 Amplifizierte Konzepte der Transformation, Globalisierung, Dynamisierung

„*We can actually say that the job of developing a truly universal and adequate classification of media systems is becoming increasingly difficult, and may actually border on the impossible*”[307], erklärt Jakubowicz nach Synopse einschlägiger Mediensystemanlagen. Die Crux liege in fortschreitender Hybridisierung des Objektfeldes: „*In any case, media systems are no longer exclusively related to single political systems. Political systems regulate only some media, while the new technologies, etc., are taking over from the traditional media and exploding the traditional state-bound frame of reference.*”[308] Eine Annäherung an aktuelle Zustände sieht Jakubowicz in einer Verabschiedung von Pfadabhängigkeiten, welche aus historischer – nationalverhafteter – Prüfung lediglich den Status Quo der Medien und ihrer – wiederum territorial explizit geschiedener – Systeme ableiten wollen. Eine dynamische, transzendierende und prognostizierende Sichtweise wie Chengju Huang sie im „Transitional Media Approach“ propagiert,[309] liege am Puls moderner Medienzeiten. Nicht-normativ, jedweden Medienwandel als geschichtlichen Prozess von Evolution sowohl Revolution begreifend und „*culturally open-minded*“[310] passe eine solche

[305] Töpfl 2011, S. 43
[306] Töpfl 2011, S. 24
[307] Jakubowicz 2010a, S. 8
[308] Jakubowicz 2010a, S. 9f.
[309] Vgl. Huang 2003
[310] Jakubowicz 2010a, S. 12

Gangart präziser zu den empirisch abzuklopfenden und modelltheoretisch in den Griff zu bekommenden derzeitigen und wohl künftigen Gegebenheiten. Jakubowicz schlägt in Anlehnung an Hallin/ Mancini (2004) eine Rubrizierung in Analysebausteine vor. „*While concentrating on political factors, they (Hallin/ Mancini, Anm. D. Verf.) pay only scant attention to economic, market, and cultural variables – all of crucial importance in shaping the media, their operation, and their audiences.*"[311] Diese Desiderate will der Autor über eine Untersuchungsmatrix gefüllt wissen, die eine Operationalisierbarkeit über Länder- und Systemgrenzen hinaus ermögliche. Der komparative Mehrwert besteht stattgegeben in der systematisch-kategorial geleiteten Betrachtung. Diese gibt nicht – mehr – einen weitgehend zu hoch angesetzten Anspruch geschlossener Modellbildung vor, „*trying to pigeonhole their media into one or another preconceived 'system'*"[312]. Hallin und Mancini wenden angemahnte Mankos ihres Ansatzes konstruktiv: „*Our models are not intended as universal patterns that are somehow inherent in the nature of media and politics. We conceive them as concrete, historical patterns that can be observed in groups of countries we studied.*"[313] Die Autoren laden zur Adaption und Modifikation ein: „*We have always hoped that people studying other regions would not try to apply them unmodified, but instead would follow our approach, in the sense of developing models of their own*."[314]

In der Tat findet diese Aufforderung breites Echo. Verschiedene Disziplinen, die sich den Phänomen „Medien", „Medienwandel", „Medienkonvergenz", „Mediensystem" zuwenden, schlagen eine Richtung weg von konventionellen, statischen Theoriegerüsten ein. In ihrem Sammelband zu „Comparative Media Systems" schicken die Herausgebenden Bogusława Dobek-Ostrowska, Michał Głowacki, Karol Jakubowicz und Miklós Sükösd voraus: „*One thing is certain: media and communications research will continue to need some tools enabling comprehension and analysis of media and journalism. Efforts to develop new technologies of 'media systems' and media and journalism roles will probably continue*."[315] Eine Warnung erfolgt stimmig dahin gehend: „*What we should guard against, however, is accepting those typologies as templates for perceiving reality, as that may constrain our ability to see it for*

[311] Jakubowicz 2010a, S. 12
[312] Jakubowicz 2010a, S. 13
[313] Hallin/ Mancini 2010, S. xi
[314] Hallin/ Mancini 2010, S. xi
[315] Dobek-Ostrowska/ Głowacki/ Jakubowicz/ Sükösd 2010, S. ix

what it is.“[316] Eine Reihe von Forschungsansätzen sucht eine Loslösung von angesichts aktueller Entwicklung als zu eng und zu wenig dynamisch kritisierten polit-historischen, ökonomischen, juristischen Betrachtungsweisen. Beck als Publizistik- und Kommunikationswissenschaftler begreift Mediensysteme als „*keine statischen, unveränderlichen Systeme*“[317], wenn er ausführt: „*Um dauerhaft wichtige soziale Funktionen zu erfüllen, besitzen sie zwar notwendigerweise eine gewisse Stabilität, aber sie unterliegen einem historischen Wandel, der mal kontinuierlich, mal eher disruptiv erfolgt*.“[318] Distinkte „*Entwicklungsdynamiken*“[319] entstünden eher in Kollisionsszenarien, denn in stringent ableitbaren Resultatspfaden. Technische, marktliche und politische Akteure sieht Beck als Wandeltreiber. Kommerzialisierung und Internationalisierung verquickt er mit einer „*Globalisierungsdynamik*“[320].

Ein Zugang, derlei Dynamiken wissenschaftlich in den Blick zu nehmen, erfolgt über kulturelle Parameter. „Medienkulturen“ werden im modernen Verständnis sich durchdringender, transzendenter Konzepte aufgefasst als auf eine spezifische Dauer angelegte, besondere Gruppenausformungen mit aus sich heraus manifesten Eckpunkten geteilter Selbstdefinition. Ehedem geografisch verankerte Medienlandschaftskonzepte werden genauso in sich fortan kulturwissenschaftlicher Terminologie bedienender Kategorienraster überführt, wie vollständig neuen soziologisch gewichtenden Modellen und Theorien eingefügt. Dies kommt – ob reines Umwidmen oder regelrechtes Generieren – meist einem Auflösen bekannter Muster gleich, um im Nachgang zwar veränderte, doch nicht selten ähnlich starre Bohlen einzuziehen, etwa wenn eine Passgenauigkeit in realen Fallumgebungen möglichst plakativ erzielt werden soll. Die anschließende Literaturdiskussion muss für solche eventuell verzerrenden Momente aufmerksam sein.

Kleinsteuber befürwortet eine Verankerung des Transformationsbegriffes in medienkomparatistische Untersuchungsdesigns. Grundlegend gelte, „*transformation research attempts to place processes in different parts of the world in a common framework of analysis. It sees itself as a comparative approach that might be considered helpful for the study of comparative media systems*.”[321] Im Tenor apostrophierter

[316] Dobek-Ostrowska/ Głowacki/ Jakubowicz/ Sükösd 2010, S. ix
[317] Beck 2012, S. 301
[318] Beck 2012, S. 301
[319] Beck 2012, S. 302
[320] Beck 2012, S. 302
[321] Kleinsteuber 2010, S. 23

Analyseformate gemäß Baukasten-systemischer Rasteranordnungen betont Kleinsteuber, sein Konzeptvorschlag wolle nicht als eine neue Theorie verstanden sein, „*instead it transplants fragments of theory from political science and related fields and applies them for use in comparative media studies*"[322]. „Organsiationsweisen", „Strukturen", „Marktbedingungen" oder „journalistische Professionalisierung" wie sie als Einheiten zur Charakterisierung stabiler, autonomer und sich nur graduell verändernder Mediensysteme – „*that usually means adaption to a changing environment*"[323] – brauchbare Anwendung fänden, würden durch den an Aktionstheoretischem anlagernden Transformationsgedanken supplementiert. Temporale Größen determinierten Potentiale möglichen Wandels: „*Only during a defined time window does the system change take place, in which agents see the chance to make a (new) choice and interact with the situation to influence it according to their priorities*"[324], setzt Kleinsteuber an und präzisiert: „*System change does not refer to a total new beginning, as is typical for revolutions, which involve breaking down and building up from scratch.*"[325] Als typisch führt er die von Samuel P. Huntington als „*the third wave of democratization*"[326] betitelte Phase im Übergang der Länder Ost- und Zentraleuropas aus sowjetischer Dominanz über eigenstaatliche Findungen hin zur Aufnahme in die EU an. Dieses Objektfeld erfährt derzeit multidisziplinäre Bearbeitung.[327] Modelltheoretisch bemerkenswert ist dies aufgrund der merklichen Mühen, national geprägte Medienweltkonfigurationen in den erkenntnisintendierten Transfers vergleichbar zu halten.[328] Zielonka unterstreicht relevante Studien überblickend: „*Central and Eastern Europe (…) represents a perfect laboratory for observing a democratic consolidation in the era of communicative abundance.*"[329]

Die sowjetische Hegemonialmacht hatte ihr „*media system of total control by the communist party, often administered by the state*"[330] in sämtliche anhängige Länder übertragen. „*Content of news media was supervised by specific organizations that spread the daily interpretations of official policy.*"[331] Mancherorts als formal unabhän-

[322] Kleinsteuber 2010, S. 23
[323] Kleinsteuber 2010, S. 25
[324] Kleinstauber 2010, S. 26
[325] Kleinsteuber 2010, S. 26
[326] Huntington 1991
[327] Vgl. Zielonka 2015; vgl. auch Mancini 2015; Greskovits 2015; Krygier 2015; Santana Pereira 2015; Rantanen/ Belakova 2015
[328] Vgl. Mancini 2015, S. 32
[329] Zielonka 2015, S. 3; Zum Konzept der „Communicative Abundance" vgl. originär Keane 1999
[330] Kleinsteuber 2010, S. 32
[331] Kleinsteuber 2010, S. 32

gig geführte Medien waren in der Regel über Massenorganisationen wie Gewerkschaften, Frauen- oder Jugendverbände indirekt regierungsgebunden. Eine kommerzielle private Parallelstruktur blieb untersagt. Die Journalistenausbildung – an „Kaderschmieden" – erfolgte im und für das bestehende System, das seine Presseleute über parteiliche Berufsorganisationen verband. Sparks bringt es so auf den Punkt: „*The media before the fall of communism were large-scale, hierarchically organized, bureaucratic establishments in which there were elaborate procedures for ensuring acquiescence to the will of the directorate*."[332] Einige zentral- und osteuropäische Staaten kopierten das Zensurschema der Sowjetunion. Andere wie Polen oder die DDR setzten auf journalistische Selbstkontrolle ergo Eigenzensur in vorauseilendem Gehorsam.

„*When the Soviet system crumbled altogether, beginning in 1989, many newly founded media outlets – mainly in print and radio – sprung up, some of which have survived to this day*."[333] Vergleichbares vollzog sich in den ersten Jahren nach der Wende im zentral- und osteuropäischen Raum. Mancini rekapituliert die Atmosphäre: „*It was a dynamic period of enthusiasm and change, stymied by obstruction from state apparatuses resistant to these burgeoning freedoms.*"[334] Neue Nachrichtenorgane erwuchsen aus revolutionären Quellen und suchten eine Anknüpfung an westeuropäische Konstruktionen. „*Rather than looking for new models, most CEE countries imitated foreign models*"[335], referiert Mancini das gängige Prozedere. In dieser Phase waren die Medienmärkte offen für ausländische Investoren, welche eben jene westlichen – freiheitlichen – Pressewerte über ihre Produktschiene vor Ort verankern wollten.

> „Within this situation of sudden and dramatic social change, a diffused enthusiasm for freedom mixes together with uncertainty: it may not be immediately evident which legislative track, in regards to the media, is the most efficacious; various internal pressures overlap with tendencies to imitate external models, alongside direct influences exercised by the progressive invasion of foreign investors."[336]

Als greifbare Resultate dieser Diffusion destilliert Kleinsteuber:

> „Some of the old media disappeared, but most were transformed and changed hands, getting a variety of new owners; some were businessmen turned functionaries; sometimes employees became the owners; and often Western companies bought them up. The old state broadcasters were

[332] Sparks 2000, S. 45; vgl. auch Vidal-Hall 2009; Gross 2004
[333] Kleinsteuber 2010, S. 33; Zu Signifikanten des sowjetischen und russischen Medienfeldes vgl. Smaele 2010, S. 41ff.
[334] Mancini 2015, S. 26f.
[335] Mancini 2015, S. 27
[336] Mancini 2015, S. 27

> changed according to the Western public model, but often strong elements of control by the majority government (and quick changes if this government changed) remained."[337]

Insgesamt navigierte diese Umgestaltung in Politik und Wirtschaft entlang des westlichen Liberalismus-Models, vollzieht der Autor weiter nach. Die Befreiung der Medien aus einem vormals planökonomischen und regierungsorientierten Klammergriff suchte nach Meinungsfreiheit, Pluralismus, staatlicher Unabhängigkeit.[338] Normative Interventionen verquickten größtenteils mit Impulsen aus der Anwartschaft um Aufnahme in die EU. „*Public administration was harmonized and strengthened, and media law was similarly codified.*"[339] Über direkte Vorgaben aus Brüssel oder Konsultation von Medienexperten überwiegend aus dem Westen veränderten sich reglementierende Kataloge, ethische Fundamentierung und wirtschaftliche Aufstellung. Kleinsteuber schmälert: „*These are normative requirements, of course, as the reality proved to be much more complex.*"[340] Claus Offe spricht von einem „*dilemma of simultaneity*"[341], wie es besonders die Politikwissenschaft aufzuarbeiten suche. Knackpunkt dabei ist die Gleichzeitigkeit einer fundamentalen Änderung des politischen Systems, der notwendigen Einführung neuer marktwirtschaftlicher Prinzipien, einer generellen Modernisierung in einer Reihe anderer Bereiche und zum Teil auch einer Auflösung und nationalen Neufindung wie im Falle der Tschechischen Republik und der Slowakei oder in den Folgestaaten des ehemaligen Jugoslawien. „*All these problems of course were reflected in the media system*"[342], bilanziert Kleinsteuber. Der Autor erläutert das Ringen zwischen einer Ausrichtung eher am westeuropäischen dualen Rundfunkgefüge versus einer am vollständig kommerzialisierten Muster der USA. Hallin und Mancinis „North Atlantic or Liberal Model" und „North/Central European or Democratic Model" seien hier in Konkurrenz geraten.[343] Zielonka unterstreicht in seiner Erhebung zentral- und osteuropäischer Medienwelten, „*that Western models have been imported quite voluntarily*"[344]. Als Gründe dafür fächert er auf:

> „This was partly because actors in CEE viewed Western Norms as their own in some sense, and partly because adoption of Western norms was seen as a precondition for entering the special clubs of prosperity and peace embodied by the EU and NATO. The key strategy of CEE after the fall of communism was labelled a 'return to Europe'; Europe or the EU

[337] Kleinsteuber 2010, S. 33
[338] Vgl. Thomaß 2001, S. 53ff.
[339] Mancini 2015, S. 27
[340] Kleinsteuber 2010, S. 33
[341] Offe 1994
[342] Kleinsteuber 2010, S. 33
[343] Vgl. Kleinsteuber 2010, S. 34
[344] Zielonka 2015, S. 5

understood as a kind of normalcy, perhaps not ideal, but certainly superior to their own historical legacy."[345]

Finanzmächtige Privat-Investoren setzten sich in weiten Teilen Zentral- und Osteuropas durch, denen weniger an einer Professionalisierung oder Qualitätssteigerung medialer Produktion und Produkte lag. „*For them an investment in relatively small and weak media markets seemed risk-free and easy given poor domestic competition.*"[346] In der Konsolidierungsphase neugesetzte Verfassungsstatute und neugestaltete Gesetzeszusammenhänge hatten den Weg der Liberalisierung in einer Schnelligkeit und Form fixiert, welche Kleinstuber als „*shock therapy*"[347] für den Großteil der Stakeholder und nicht zuletzt auch der Journalisten beschreibt. „*Following the difficult economic situation in the transformation states, the introduction of market economies, and the European policy of not limiting foreign ownership in broadcast licenses, a large share of the media assets of most ECC countries went to Western media conglomerates.*"[348]

Die dritte Phase eröffnet die Aufnahme in die EU, was die Weichen abermals um-, genauer zurückstellte: „*Indeed, after the accession, there has been a substantial rowing back on the reforms that where adopted primarily to appease the EU.*"[349] Einschränkende Gesetze fanden ihren Weg erneut oder neu in noch nicht lange bestehende demokratisierende Legislativkorpi. „*The most dramatic revival of restrictive laws to curtail freedoms of the press is represented by the case of Hungary. The winning Fidesz party has pushed for the approval of a very restrictive media law that has met with criticism from the EU itself, as well as many national governments.*"[350] Zu wenig stabil seien die jüngst ausgebildeten Setzungen gewesen, um Fortgängen wie dem exemplifizierten entgegenzustehen.[351] Maria Michalis streicht auf der Seite der EU eine oftmals fehlende Sanktionierbarkeit bezüglich verabredeter Richtlinien heraus: „*The absence of strong enforcement tools makes non-observance high likely.*"[352] Movens resultiere laut Mancini aus einer Digitalisierung, welche initiative und konservative Stakeholder gleichsam auf den Plan rufe. Gesucht seien Einflusswege auf Techniken, Inhalte, Publika und nicht zuletzt zukünftige Gesetzrahmung. „*These*

[345] Zielonka 2015, S. 5; CEE meint „Central Eastern Europe"
[346] Zielonka 2015, S. 6
[347] Kleinsteiber 2010, S. 34
[348] Kleinsteuber 2010, S. 34
[349] Mancini 2015, S. 27
[350] Mancini 2015, S. 28
[351] Vgl. Štětka 2012
[352] Michalis 2007, S. 292

struggles have escalated uncertainty, with frequent changes in the normative apparatus that have increased the overall volatility of the norms and the ethnical paradigms.“[353]

Jüngere Jahre sehen nicht nur einen entgegengerichteten nunmehr nationalistisch gefärbten Verlauf im Vergleich zu „*the early phases of transition, with internationalization and globalization among the main driving forces*“[354]. Besitzaneignung und Kapitalfluss weisen gleichwohl in Richtung Ausgangslage unmittelbar nach der Wende. Ausländische Finanziers ziehen sich zurück, zu merklich nimmt nationalistisch geprägter staatlicher und parteilicher Druck zu. Möglich ist das aufgrund einer weit früher – in Phase 1 – ansetzenden Ausweitung dessen, was Colin Sparks mit „*political capital*“ zu greifen sucht: „*There exist a close set of relations between politicians, businessmen and the media that leads to a routine interchange between different groups in post-communist countries.*” [355] Belá Greskovits erläutert Ambitionen politischer Akteure:

> „Media forms an important link between polity, economy, and society providing channels for dissemination and exchange of information about the state of social order, the preferences of political agents, and the general prospects of capitalist democracy, including the obstacles it may encounter. Media, then, can both strengthen and weaken varied political actors´ skill and will to avoid the perils of disintegrated anomic societies, disorganized economic life, and loss of legitimacy.”[356]

Getätigte Gewinne wiegen aus Warte vieler Magnaten letztlich Einschränkungen und Repressalien in sich markant politisierenden Medienlandschaften nicht auf.[357] Mancini leitet her:

> „The recent retreat of many foreign investors may well have much to do with messy domestic issues adversely affecting foreign business ventures. In other words, some foreign investors have realized that their investments are not producing sufficient profits, and that in any case their freedom and initiatives are curtailed by domestic pressure. Specifically, political pressure and other weak rule of law, have led to investment flight.”[358]

Heimische Oligarchen treten auf den Plan, welche „Medien“ in ihr sonst zumeist publizistikfernes Unternehmensportfolio einschreiben. „*Media owned by local oligarchs are not necessarily expected to generate financial profits, but to help their*

[353] Mancini 2015, S. 28; vgl. auch Balčytienė 2015, S. 181ff.
[354] Štětka 2015, S. 88
[355] Sparks 2000, S. 20
[356] Greskovits 2015, S. 61
[357] Vgl. Štětka 2015, S. 87
[358] Mancini 2015, S. 33

owner´s other businesses and also to enhance their political influence"[359], erklärt Zielonka. Václav Štětka entwirft ein „*oligarchic model of media ownership*", das sich über zentral- und osteuropäische Medienmärkte ausdehne, „*complementing, or even supplementing, the once-dominant commercial media model which was established in the region following liberalization and privatization of media systems after 1989*"[360]. Auksè Balčytienė gleicht in seinen kulturwissenschaftlich fundierten Überlegungen politische und wirtschaftliche Situationsprämissen mit dem Agens Medienverantwortlicher ab. Griffig destilliert er: „*It seems that most CEE countries have indeed skipped the mass participation and mass party-formation stage of the second half of the twentieth century.*"[361] Entsprechend proponiert der Schreiber eine wenn nicht eigene gemeinsame Kategorie, so doch Sonderposition zu hergebrachten westlich und anglo-amerikanisch aufgespannten Schemata:

> „With political breakthroughs of the early 1990s those countries have landed directly into the media-empowered, media-driven, and media-logic saturated communication epoch. They have found themselves in the era of mediacracy, postmodernity, and new 'liquid', modernity, with all its downsides such as spin, image-management, intensity, individualized consumption, egocentricity, and self-absorption."[362]

Katrin Voltmer teilt die Auffassung, es müsse zur gewinnbringenden Auseinandersetzung von einer anderen, einer eigenen – im Sinne von nicht-westlich oder nicht-US-amerikanisch aufgezogenen – Demokratisierung die Rede sein, wenn sie kritisiert: „*Democratic transition has been widely understood as a process of adopting the Western model as closely as possible*."[363] Demokratische Normierung und freie Medien seien im Übergangsprozess als „*export product that could be transplanted to anywhere in the world*"[364] gehandelt worden. Je ausgeprägter sich eine Ähnlichkeit alsbald abzeichnete, desto erfolgreicher skalierten die neuen Staatsformen auf externen Listen. Voltmer wirft auf: „*This approach not only guided the efforts of democracy promotion and media assistance programmes run by international organizations such as the EU, IMF, World Bank and many others, it was also the objective of most policymakers in Central and Eastern Europe who were in charge during the transition.*"[365] Jenen sei es nach dem Fall des Eisernen Vorhangs angelegentlich gewesen, an historisch-kulturelle „Heimaten" anzuknüpfen. Voltmer spricht von einem Motto

[359] Zielonka 2015, S. 6f.; vgl. auch Štětka 2015
[360] Štětka 2015, S. 86
[361] Balčytienė 2015, S. 190
[362] Balčytienė 2015, S. 190
[363] Voltmer 2015, S. 218
[364] Voltmer 2015, S. 219
[365] Voltmer 2015, S. 219

des „*return to Europe*"[366]. Ein Einlass westlicher Medienfinanziers in die neu zu bestellenden Medienmarktfelder sei konsequent gewesen. Sie hätten sich oft schwergetan, rezeptionsrelevant Fuß zu fassen. „*Even though global media conglomerates like CNN or Murdoch´s News Corporation disseminate their messages worldwide, they often remain surprisingly irrelevant outside their cultural origin, unless they adjust their products to the local habits, tastes, and norms of their target audiences.*"[367] Makro- und Mikroprozesse auf internationalen, nationalen, regionalen bis sogar lokalen medialen Arealen flössen ineinander und formten originäre Prägungen aus. Voltmer wiederholt den eingeführten Begriff „*hybridization*"[368] als Empfehlung, zentral- und osteuropäische Mediensysteme theoretisch-schablonenbildend in den Griff zu bekommen. Mancini pflichtet bei, „*the concept of hybridization seems a much better tool through which to understand the media system of CEE, which is characterized by continuous external influences and a degree of perennial volatility that prevents the establishment of shared routines and practices*"[369]. Der Autor betont vor solcher Skizze, dass die 2004 mit Hallin westgerichtet gebauten Modelle nicht universal greifen könnten. Überhaupt sei eine Anwendbarkeit fixer Schemata auf speziell diesen Gegenstandsbereich diffizil: „*Models are usually durable in nature. However, societes in CEE are not typified as durable. And therefore it is problematic to speak of 'models' in the region.*" [370] Als Näherung bietet Mancini eine in der Fachdiskussion seit Kurzem prominente Gangart an: „*With some major divergences among the different countries, CEE evinces some sort of 'hybrid' model, as other authors have similarly pointed out*." [371] Aus den Erfahrungswerten der eigenen nachtarierten Modellbildung für westlich und anglo-amerikanisch geprägte Medienumgebungen, konkretisiert er:

> „Here the idea of hybridization has to be interpreted in two ways: on one hand, it indicates external influences, but also imitation attempts, combined with pre-existing domestic conditions that in many cases influence the application of foreign models, to the degree that the original substance of the imported models is completely transformed."[372]

[366] Voltmer 2015, S. 219
[367] Voltmer 2015, S. 219
[368] Voltmer 2015, S. 220
[369] Mancini 2015, S. 36
[370] Mancini 2015, S. 26
[371] Mancini 2015, S. 32
[372] Mancini 2015, S. 32f.

Am Konvolut bestehender Modellvorlagen ausgerichtet kommt Mancini zu dem Schluss, „*the media market in most of CEE is nominally governed by liberal and market oriented practices, but in reality the state has a far more interventionist role*"[373]. Die Analogie zu vielen mediterranen Ländern sei gegeben über eben jene Hybridisierung induktiver Setzung, verortet eine Reihe von Schriften.[374] „*Competitive and consumer-driven characteristics observed in most typical liberal media models are transplanted into an environment of almost complete absence of universalistic rules, as is the case in most of the Mediterranean countries*"[375], rechnet Mancini auf. Štětka trägt diese Parallelführung mit:

> „The problem of the conflation of business and political interests with media ownership, hidden or transparent, is certainly not a novelty for the CEE countries; nor is it, in fact, idiosyncratic to the post-communist region as a whole. In Southern Europe, particularly in Greece and Italy, there has been a long-established tradition of 'industrials', powerful economic actors running businesses and exercising political influence through them."[376]

José Santana Pereira vergleicht zentral- und osteuropäische Mediensysteme im Raster Mancini/ Hallin (2004) mit Spanien und Portugal. Die Kontrastierung ist ergebnisoffen, will also keine Passgenauigkeit der Modelle abprüfen, sondern geht an den gesetzten Einzelkriterien und deren jeweiliger Füllung entlang. Die Befunde offenbaren Gleiches und Unähnliches, wobei eine intensivere Beschäftigung beobachtbare Unterschiede der neuen Demokratien untereinander in den Vordergrund treten und die Frage nach einer Komparabilität mit mediterranen Bildern in die zweite Reihe rücken lässt. Für den herausgegriffenen Gesichtspunkt „Professionalisierung" – in sämtlichen zentral- und osteuropäischen Ländern graduell im unteren Segment anzusetzen – fächert Santana Pereira drei Muster auf: „*Countries where professionalization is indeed very weak (Romania, Bulgaria, Hungary), nations with low to moderate levels of professionalization (Czech Republic, Poland, Lithuania), and countries displaying a moderate degree of professionalization (Slovakia, Slovenia, Latvia, Estonia).*"[377] Die niedrigen Werte bei journalistischer Autonomie und Professionalisierung verlinkten in genannten Ländern zum einen mit ausgeprägtem Klientelismus.[378]

[373] Mancini 2015, S. 33
[374] Vgl. Santana Pereira 2015, S. 232
[375] Mancini 2015, S. 33f.
[376] Štětka 2015, S. 95
[377] Santana Pereira 2015, S. 241
[378] Zu Rollen der Medien und des Journalismus in den Ausprägungen „*monitorial role*", „*facilitative role*", „*radical role*" oder „*collaborative role*" siehe Christians/ Glasser/ McQuail/ Nordenstreng/ White (2009).

Zum anderen zeichne sich eine kaum organisierte Berufsständigkeit des Journalismus ab. Balčytienė liefert meiner Auffassung nach eine allgemein eindrückliche Erklärung:

> „With political change CEE journalists have found themselves in a moral vacuum where old standards did not work, and the new professional principles and ideals, such as autonomy, professionalism, and solidarity, have not yet been identified or appreciated as necessary. What such an unsteady condition offered though, was a direct path to the rise of egocentrism, self-absorption, and ignorance."[379]

Zielonka abstrahiert solche Befunde. Technologischer, finanzieller, regulatorischer oder ideologischer Druck laste im Zuge der Globalisierung weltweit auf jüngeren Demokratien mit noch wenig belastbarer Substanz. Gewiss reagierten sie spezifisch darauf: „*They are either unable or unwilling to embrace a pure liberal model of media and democracy for a variety of historical, economic, and political reasons, but the weakness of the state is one of the most pronounced common reasons here*."[380] An diesem Punkt zeigt sich abermals die Schwierigkeit, dynamisch und im Fortgang sprunghaft wie meist erst in retrospektiver Aufschlüsselung logisch herleitbare politische, wirtschaftliche, rechtliche oder soziale Phänomene im Kontext derzeitiger hybrider Medienlandschaften analytisch robust anzugehen. *„We can actually say that the job of developing a truly universal and adequate classification of media systems is becoming increasingly difficult, and may actually border on the impossible*"[381], meint Jakubowicz. Der partiell akzeptierte Vorschlag, eine normierende Modellbildung hintanzustellen oder gar aufzugeben, um anhand dingfester Kriterienkataloge Verläufe zu beurteilen und Vergleiche urbar zu gestalten, wurde obig ausgeführt. Alternative Stimmen halten an vertrauten Zugangsarten der Modellierung fest, schränken jedoch ein: *„Constructing fruitful models always involves difficult balancing acts between clarity and ambiguity, simplicity and confusion, and dogmatism und relativism. In short, models are never perfect, but they can be revealing and helpful to various degrees*."[382]

Die Modellrelevanz medialer Komponenten beschäftigt auch sozialwissenschaftliche Fachdiskurse, welche vorrangig auf die kommunikative Vermittlungspotenz abheben. Medien werden zum elementaren Baustein respektive Motor kultureller Ent-

[379] Balčytienė 2015, S. 189
[380] Zielonka 2015, S. 2; vgl. auch Mancini 2015, S. 31
[381] Jakubowicz 2010a, S. 8
[382] Zielonka 2015, S. 3

wicklungen. Im besonderen Interesse stehen hybride globale Hemmnisse und Wirkungen omnipräsenter Medialität, wie das Folgekapitel aufschlüsselt. Anregend erscheint mir dabei der Versuch, nationale Parameter zugunsten internationaler zu überwinden und die Deskription von „Medienwelten“ auf eine umspannende Metawarte zu heben.

2.3.2 Kulturwissenschaftliche Modelle von Mediensystemen

2.3.2.1 Begriffsklärung „Kultur“/ „Interkulturalität“

Wie lässt sich „Kulturelles“ fassen? Was meint „Territorialität“? Wo ist „das Lokale“? Wie sind kulturelle Veränderungen in weltweitem Zusammenhang zu behandeln? Überlegungen dieser Art sehen sich Sozial- und Kulturanthropologie gegenüber. Stets wird zunächst versucht, den Begriff „Kultur“ einzugrenzen, indessen sind die Definitionen divers. Eine Annährung im Sinne eines Konsenses könnte lauten: „Kultur“ ist die Strukturierung der sozialen, ökonomischen und symbolischen Praxis. Enger gefasst rekurriert „Kultur“ oft lediglich auf die Ebene der Repräsentation der menschlichen und nicht-menschlichen Welt (z.B. Symbol- und Zeichensysteme, mit denen Menschen die Umgebung erklären und ordnen). Ausschlaggebend ist der Aspekt des Wandels; Kultur oder Kulturen sind nicht statisch und geschlossen, sondern dynamisch, offen, einander durchdringend und durchdringbar.[383]

2.3.2.2 Globale Theorien von Auflösung und Vernetzung

Eine wesentliche Quelle für gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Modelle, die sich mit Globalisierung befassen, ist die „Weltsystemtheorie“ des amerikanischen Soziologen und Afrikanisten Immanuel Wallerstein.[384] Sein „The Modern World System“ gilt als Wendepunkt weg von einer zwei-dimensionalen Betrachtung des Raumes mit scharf austarierten Zentren und Peripherien, hin zu einem multidimensionalen Ganzen mit undefinierten, diskontinuierlichen, auch sich vermengenden Sub-Räumen.[385]

Geht Wallerstein von einem Weltsystem globaler Arbeitsteilung aus, welches das Verhältnis der Gesellschaften zueinander bestimmt sowie die Wechselbeziehungen

[383] Vgl. Kreff 2011, S. 2ff.
[384] Vgl. Wallerstein 1986; 1998; vgl. auch Kreff 2011, S. 4f.
[385] Vgl. Wallerstein 2004

zwischen Kultur und Politik, will Eric Wolf das Weltsystem als eines der unterschiedlichen Produktionsweisen verstanden wissen. Der Zusammenprall eben jener divergenten Produktionsweisen determiniere die geschichtlich gewachsenen Gegebenheiten und nicht zuletzt die Auswahl aus *„kulturelle[n] ‚Baukästen' aus Gewohnheiten und Ideen, aus denen sich bestimmte [...] Akteure unter bestimmten historischen Verhältnissen bedienen"* und die *„in den konkreten Verhaltensweisen immer wieder zusammengestellt, aufgelöst und neu zusammengestellt [werden]*"[386]. Jonathan Friedman schließlich findet in globalen Systemen grundlegende Struktureigenschaften. Ihre Transformation bestimme Herstellungsarten und deren Wechselverhältnisse; die Positionen im System legten kulturelle Identität fest.[387]

Neuorientierung im Sinne einer Auflösung und Vernetzung sieht Ulf Hannerz in der rigorosen Abwendung von der Weltsystemtheorie. Der schwedische Sozialanthropologe beklagt, dass Fachkollegen bei ihren Auseinandersetzungen mit der Weltsystemanalyse die universalen Muster betont unter Gesichtspunkten von Machtbeziehungen innerhalb der internationalen Arbeitsteilung und der Ausbeutung materieller Ressourcen betrachteten. Hannerz will Globalisierungsprozesse aus einer kulturellen Perspektive beleuchten.[388] Um möglichst viele Faktoren aufzunehmen, die heute weltweit Sozietäten konstituieren, erarbeitet er ein Schema zur Erklärung der Verbindungen zwischen Kultur und Gesellschaft. Wichtig für sein Modell kultureller Komplexität sind die Punkte:

- *Sinn/ Bedeutung* (Menschen schaffen Sinn). Durch ihren Beitrag zum Fluss der Kultur verorten sich die Menschen sozial, bringen also Gesellschaft hervor. Auch physische Fähigkeiten, Machtdistribution, demografische Verteilung oder die Verteilung materieller Ressourcen wirken auf die Genese der Sozialkultur.

- *Rollen*. Der Komplexitätsgrad einer Gesellschaft wird durch die Rollenrepertoires der Individuen bestimmt. Die Verquickung der Rollen wiederum erzeugt Kohärenz.

- *Verteilung von Wissen*. Die mit dem Rollenrepertoire verbundenen Erfahrungen und Interessen bestimmen das Bewusstsein der Individuen, prägen deren Weltsicht. Je größer die Arbeitsteilung, desto breiter die Auffächerung in viele Spezialwissen.

- *Subkulturen*. Summe spezifischer Perspektiven.[389]

[386] Wolf 1991, S. 539f.
[387] Vgl. Friedman 1994, S. 26
[388] Vgl. Hannerz 1992a
[389] Vgl. Hannerz 1992a, S. 15ff.

Wertet man die Kultur einer Gesellschaft in erster Linie als Teil sozialer Beziehungen, sei es laut Hannerz nicht mehr nötig, sie einem spezifischen Territorium zuzuordnen. Die globale Kultur formiere sich aus einer Vielzahl verschiedenster, sich überschneidender, unterschiedlich komplexer, ausgedehnter und verorteter Netzwerke.[390]

Zustimmung wie Modifizierung erfährt dieser Ansatz bei Arjun Appadurai. Der indisch-US-amerikanische Anthropologe legt mit seinem Artikel „Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy" einen Markstein im Ringen um eine adäquate „Anthropologie der Globalisierung".[391] Für ihn ist die weltweite (kulturelle) Ökonomie – was Wirtschaft, Kultur und Politik betrifft – heute derart facettenreich und ineinander verschlungen, dass Zentrum-Peripherie-Modelle für deren Analyse gänzlich ungeeignet seien. Menschen-, Maschinen-, Geld-, Bilder- und Ideenflüsse nähmen verstärkt ungleichmäßige Wege, wobei Geschwindigkeit und Volumen dieser Flüsse expansiv zugenommen hätten und weiter zunähmen. Der Autor unterscheidet fünf „scapes" – Landschaften: ethnoscapes, technoscapes, financescapes, mediascapes und ideoscapes.

- *ethnoscapes*. Sich ständig wandelnde Zusammensetzungen von Menschengruppen; es kann sich um reale oder imaginierte Bewegungen handeln, die Stabilitäten aufheben und verändern.
- *technoscapes*. Die globale Konfiguration der Technologie, die sich mit hoher Geschwindigkeit jenseits einst geschlossener Grenzen bewegt.
- *financescapes*. Die Verfügbarkeit globalen Kapitals; jetzt schneller und undurchschaubarer denn je.

Zwischen diesen drei Landschaftskategorien (ethnoscapes, technoscapes, financescapes) erfolgten, so Appadurai, grundsätzlich keine Überlappungen; sie schränkten sich gegenseitig ein, trieben sich aber zugleich an. Die beiden letzten scapes hingegen seien vorwiegend in Konnexion mit den ethnoscapes belangvoll, wenn es um ein Verständnis der Gegenwart gehe. Während financescapes, technoscapes und ethnoscapes zur Deterritorialisierung von Menschen, Waren, Geld dienten und damit als Gegenpart der Imagination fungierten, stießen die Bilderlandschaften, die mediascapes und ideoscapes, die Bewegung von Menschen an.

[390] Vgl. Hannerz 1989; 1992b, S. 40f.
[391] Vgl. Appadurai 1990

- *mediascapes*. Präsentieren global ein breites und vielschichtiges Repertoire an Bildern, Erzählungen und Berichten, durch welche die Welt der Waren, des Wissens und der Politik durchmischt und die Trennung von Realität und Fiktion aufgebrochen wird. Menschen erstellen aus den Materialien, welche ihnen die mediascapes liefern, „Drehbücher" für ihre eigene Weltsicht.
- *ideoscapes*. Bildverkettungen, die häufig verbunden sind mit Politik, Staatsideologie oder Gegenpropaganda. Vor allem einzelne Schlüsselbegriffe sind es, die in globalen politischen Strukturen weltweit auftauchen und zum Teil sehr unterschiedlich interpretiert werden: „Demokratie", „Unabhängigkeit", „Rechte", „Freiheit", „Wohlfahrt" etc.[392]

Appadurai nimmt das Zusammenspiel von elektronischen Massenmedien und Massenmigration als konstitutiv für die Imaginationstätigkeit des modernen Individuums. Die gleichzeitige Bewegung von Menschen und Bildern bringe instabile Subjekte wie Produkte hervor. Bevölkerung, Kultur, Gesellschaft in direkte Verbindung zu einem bestimmten Ort zu setzen, funktioniere nicht mehr.[393]

Marc Augé fasst Globalisierung nicht als Ende der Moderne (wie von der Theorie der Post-Moderne suggeriert). Vielmehr wertet er die momentane Situation als Steigerung, somit als Übermoderne. Jene finde ihren Ausdruck besonders in den noch nie dagewesenen Formen der Gegenwärtigkeit. Elektronische Medien und beschleunigte Kommunikationsmittel machten eine zeitliche und räumliche Präsenz aller Menschen möglich. Gegenwart sei damit Augenblicklichkeit und Allgegenwart. Augé erkennt drei Transformationen:

- *Übermaß an Zeitgeschehen*. (Überdeterminiertheit der Zeit) Die Ereignisflut der Medienberichte führt zu einer gefühlten Beschleunigung der Geschichte und zu einer Überfülle an Vorkommnissen, denen „historische" Bedeutung beigemessen wird. Der rezenten Vergangenheit einen Sinn zu geben, fällt Rezipienten schwer. Folglich wird die zeitliche Achse zunehmend als weniger relevant erachtet; der Bezugsrahmen „Raum" gewinnt an Gewicht.[394]
- *„Kleinerwerden" der Erde*. (Überdeterminiertheit des Raumes) Immerfort Interaktionsprozesse erzeugen eine stärkere gegenseitige Abhängigkeit. Die Schnelligkeit der Verkehrsmittel bindet Orte enger zusammen. Satellitenbilder erlauben es zu

[392] Vgl. Kreff 2011, S. 14f.
[393] Vgl. Kreff 2011, S. 15
[394] Vgl. Augé 1994b, S. 41

jeder Zeit überall zu sein. Demgegenüber steht eine reale Verknappung der Lebensräume: Landflucht, Städtewachstum, Bevölkerungswachstum, Slumbildung usw.[395]

- *Zunehmende Individualisierung*. (Überdeterminiertheit des Individuums) Große Interpretationssysteme und vermittelnde Strukturen – Familie, Schule, Gewerkschaften, Parteien, Religionen etc. – verlieren ihren sinnstiftenden Einfluss. Der Einzelne konstruiert sich seine Beziehung zur Welt selbst.

Augés Fazit lautet: Die Beschleunigung der Geschichte führe zu einem Verlust an Zeittiefe. Während der Kosmos der Fantasie über mediale Möglichkeiten wachse, schrumpfe der wirkliche. Statt sinngebender Institutionen und Gruppenzugehörigkeiten, müsse sich das Individuum zunehmend eigenständig in Welt und Historie lokalisieren. In diesem Zusammenhang unterstreicht er analog zu vorgenannten Autoren die exponierte Orientierungsfunktion von Mediendarstellungen generell. Gleichwohl verzichtet Augé wie Obige darauf, Medienareale wie ihre denkbaren kulturellen Ausprägungen als distinkte bis durchlässige Territorien streng abzuklopfen.

Ein Desiderat, dem in jüngster Zeit Vertreter aus Kommunikations-, Medien- und Kulturwissenschaften in gemeinsamen Projekten begegnen. Auf der Suche nach repräsentativen Ergebnissen, finden sie nicht selten weitere transdisziplinäre Denkpartnerschaften mit der Ökonomie, der Politik, der Psychologie, Pädagogik, Philosophie und dem Bereich Technik. Zudem sehen sich lange als Spezialgebiete in Nischen gedrängte medienkulturell interessierte Schulen der Fachbereiche Sozial- wie Kommunikationsforschung nunmehr von verschiedensten Seiten angesprochen.

2.3.2.3 Mediensystemanlagen und Modelle einer Globalisierung

Mediale Umgestaltungen beispielsweise über Konvergenzen (siehe Kapitel 2.2) und gesellschaftliche Veränderungen etwa durch grenzenlosen Zugriff auf weltweite Kommunikationsinhalte (siehe Kapitel 2.3) gehen Hand in Hand. Demzufolge sollten sie gemeinsam analysiert werden.[396] Andreas Hepp, Marco Höhn und Jeffrey Wimmer geben in ihrem Sammelband „Medienkultur im Wandel“ (2010) eine Einschätzung der Kenntnislage:

> „(B)ei aller Varianz unterschiedlicher Kulturbegriffe (rückt) ein breiteres Verständnis von Medienkultur ins Zentrum der Betrachtung, wonach Medienkulturen als Gesamtphänomen zu fassen sind, das sich auf den Ebenen von Medienproduktion, Medieninhalten, deren Rezeption und Aneig-

[395] Vgl. Augé 1994a, S. 37ff.
[396] Vgl. Wagner 2011, S. 77

> nung aber auch der (politischen) Regulation und Identifikation konkretisiert. Journalismuskulturen, Organisationskulturen von Medienunternehmen, politische Diskurskulturen, digitale Spielkulturen und mediatisierte Protestkulturen werden dann als einzelne Momente heutiger Medienkulturen betrachtet, die es in ihrer Differenziertheit, Konflikthaftigkeit und historischen Kontextualisierung zu analysieren gilt."[397]

Die Autoren fassen „Medienkultur(en)" als Metaentwurf. Von den Anfängen der Zeitungswissenschaft Ende des 19. Jahrhunderts zeichnen sie die Entwicklung einer „Medienkultur(en)-Forschung" nach. Sozialer und medialer, größtenteils technisch-ökonomisch initiierter Strukturwandel werden darin früh parallel gesetzt, eine Betrachtungsweise, die bis dato überwiegt. Auch den sieben bekanntesten Theorien dazu liegt sie – in varianten Ausprägungen – zugrunde. Die derzeitige transdisziplinär geführte Diskussion um Medienkultur(en) justiert sich immer wieder an diesen Eckpfeilern aus; der „Mediumstheorie", dem „empirischen Funktionalismus", der „Medienästhetik", dem „radikalen Konstruktivismus", den „Cultural Studies", „Ansätzen der inter- und transkulturellen Kommunikation" sowie der „Mediatisierungstheorie".

Vorrangig die Mediumstheorie, als der sozusagen „traditionelle" kommunikations- und medienwissenschaftliche Zugang, findet Anhänger. Sie basiert auf der Annahme, dass sich die essentielle Wirkung von Medien nicht nur über ihre Inhalte entwickelt, sondern aus ihrer Spezifik heraus. „Zeit-Bias" (hohe Haltbarkeit bei aufwendigem Transport) und „Raum-Bias" (leichter Transport bei geringer Haltbarkeit) übernehmen dabei maßgebliche Parts.[398] Erweitert und zum Teil (kultur)kritisch ergänzt haben solche Gedanken einige.[399] Joshua Meyrowitz verknüpft „*Makroannahmen der klassischen Mediumstheorie mit (empirischen) sozialwissenschaftlichen Mikroanalysen in der Tradition des symbolischen Interaktionismus*"[400]. Medienwirkung evolviert Meyrowitz` Meinung nach aus dem Rollen- und Situationsverhalten von Personen, fußt sonach auf Gruppenidentitäten, Sozialisation und Hierarchien. Angesprochen sind – und das explizit im Plural – distinkte Medienkulturen innerhalb einer Gesellschaft. Diese Medienkulturen seien jeweils an ein Leitmedium oder ein bestimmtes Ensemble von Medien angekuppelt.[401] Von diesem oder diesen empfange die Kultur ihre Prägung.

[397] Hepp/ Höhn/ Wimmer 2010, S. 9f.
[398] Vgl. Innis 1997
[399] Vgl. McLuhan 1995; vgl. auch Ong 1987 und Postman 1985
[400] Hepp/ Höhn/ Wimmer 2010, S. 13
[401] Vgl. Meyrowitz 1995, S. 53

Der empirische Funktionalismus betrachtet experimentell-analytisch die Wesenheiten (öffentlicher) Medienkommunikation und hebt systemtheoretisch auf Medienkultur-Kommunikation ab. Eine gewisse Nähe ergibt sich zur Medienästhetik, als deren bekannteste Vertreter Werner Faulstich und Knut Hickethier gelten. Faulstich rekapituliert vor historischer Folie, die elektronischen Medien hätten Steuerungs- und Führungscharakter früherer Werteordnungen wie der Religion übernommen. Sein System der Medien substituiert funktional bisherige Kultursysteme.[402] Hickethier akzentuiert in einem ähnlich gelagerten Entwurf die Fähigkeit der Medien, das kulturelle Wissen von Gemeinschaften zu gestalten. Kultur beschreibt er als „*soziales System, das mit den unterschiedlichen Kunstformen und Medien soziale Verständigung betreibt, gesellschaftliche Orientierung stiftet und auf vielfältige Weise (...) uns als soziale und kulturelle Wesen modelliert*“[403].

Der radikale Konstruktivismus unternimmt ebenfalls eine funktionale Einordung, findet seinen Zugang aber über die These, Wirklichkeit existiere nicht als fassbare Realität, sondern sei soziales Konstrukt des Menschen, das – da rein kognitiv – in sich geschlossen bleibe. Kultur, Medien, Kommunikation werden als regelbildende Programme aufgefasst.[404]

Die Cultural Studies beziehen konträre Position zu bisher Dargestelltem, wenn sie (Medien-)Kultur nicht als Agenda oder System begreifen, sondern darin einen dynamischen, weil von konfliktären Wirklichkeitsdefinitionen durchzogenen übergeordneten Raum sehen. „*Als sperriges Konstrukt, das sich auf unterschiedliche und zum Teil miteinander konkurrierende intellektuelle Strömungen bezieht*“[405], wertet Pürer nicht zu Unrecht die unter dem Titel „Cultural Studies“ vorgeschlagenen Denkwege dazu. Gleichwohl habe sich über die Jahre eine merkbare Linie in Theoriebildung wie Methodik entwickelt, so dass eine Begrenzung des Feldes durchaus möglich sei. Etlichen Autoren dieser Ausrichtung ist ein Dreh- und Angelpunkt gemeinsam. Ihre Beschreibungen von Kultur kreisen um den Faktor „Macht“.[406] Medienkulturen werden als „*sites of struggle*“[407] apostrophiert, welche sich auf mehreren Höhenniveaus bewegen können. Aspekte sind hier unter anderem Produktion, Repräsentation, Aneignung, Identifikation, Regulation. Explizit ist es den Schreibern unter der Überschrift

[402] Vgl. Faulstich 1998, S. 47
[403] Hickethier 1999, S. 206
[404] Vgl. Hepp/ Höhn/ Wimmer 2010, S. 15
[405] Pürer 2003, S. 512
[406] Vgl. Hall 2002, S. 108
[407] Ang 2008, S. 238

„Cultural Studies“ um einen offenen, hybriden Kulturbegriff bestellt, auch wenn ihre Vorstellungen bisweilen auseinanderlaufen.[408] Medienkulturen sehen sie in ihrer Konfliktausrichtung übereinstimmend als nicht homogen, exklusiv oder territorial fixiert. Es geht um konkurrierende, fließende Gebilde, die im Zentrum um ein oder ein Set von Medien kreisen, welches oder welche wiederum als wesentliche Mittler von Bedeutung fungieren.[409] Hepp, Höhn und Wimmer empfehlen: „*Medienkulturwandel gilt es in einem solchen Zugang stets kontextuell zu analysieren, indem auf empirischer Basis die widersprüchliche Beziehung von Kultur, Medien und Macht kritisch analysiert wird*“[410].

Die inter- und transkulturelle Kommunikation stellt keine eigene Theorierichtung vor, soll aber in dieser Synopse erwähnt sein, da zahlreiche Sekundärwerke besonders aus dem deutschsprachigen Raum diesen Einstieg wählen. Grundsätzlich findet ein erweiterter Diskurs zu Medienkulturen statt, der in diesem Kapitel bereits vorgestellte Modelle eint, evaluiert und gegebenenfalls neu verortet. Im Mittelpunkt stehen seit einiger Zeit nicht mehr länderspezifische Analysen von Massenkommunikation, sondern verschiebt sich der – soziologische – Forschungstrend zu kulturvergleichenden Untersuchungen. Eine Entwicklung, die den Namen Gerhard Maletzkes trägt. Seine 1963 publizierte Schrift „Psychologie der Massenkommunikation“ gilt als Gradmesser fachlicher Innovation.[411] Darin bezeichnet er Massenkommunikation als „*jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich, durch technische Verbreitungsmittel indirekt und einseitig an ein disperses Publikum vermittelt werden*“[412]. Über eine Rückkopplungsschleife integriert er die Rezipienten in sein Schema. Maletzke differenziert diesen Ansatz weiter aus und gelangt in den 1990ern zu einem Prozessmodell, das die einzelnen Positionen der Wechselbeziehung zwischen Sender (Kommunikator) und Empfänger (Rezipient) changierend darstellt. Interkulturelle Kommunikation ist ihm stets Interaktion zwischen Personen aus unterscheidbaren Kulturen. Sein Kulturbegriff speist sich aus einem anthropologischen Verständnis; es handele sich dabei um ein System von Konzepten, Überzeugungen, Einstellungen, Wertorientierungen.[413]

[408] Vgl. Hall 1992, S. 278
[409] Vgl. Couldry 2003; 2009
[410] Hepp/ Höhn/ Wimmer 2010, S. 17
[411] Vgl. Pürer 2003, S. 44
[412] Maletzke 1963, S. 28
[413] Vgl. Maletzke 1996, S. 16. Diese Ausführungen lassen sich in die Nähe vergleichender Journalismusforschung rücken, wo es um die empirische Betrachtung verschiedener Journalismuskulturen geht, welche als Teilbereich der Medienkulturen aufgefasst werden. Thomas Hanitzsch (2010) untersucht empirisch gesellschaftliche Differenzen im Rollenverständnis von Journalistinnen und Journalisten aus 17 Ländern. Wie er wählen Vinzenz Wyss und Guido Keel

Vielfach wurden und werden diese Positionen aufgegriffen und überprüft. Bekannt ist Wolfgang Welschs Inklusion kulturphilosophischer Konstanten, die ihn zur Forderung nach einem transkulturellen Kommunikationsverständnis führt. Die inzwischen so weidlich besprochenen und extrapolierten Ideen von „Multikulturalität“ und „Interkulturalität“ erscheinen Welsch überholt und nicht passgenau. Als Alternative schlägt der Autor „Transkulturalität“ vor und verweist darauf, dass es im Zuge der Globalisierung um eine veränderte Auffassung von Kultur(en) gehe, der Rechnung zu tragen sei. Nicht nur die Terminologie müsse sich wandeln, auch die Aufgabenstellungen blieben nicht die gleichen. Welsch argumentiert, dass an die Stelle der Kulturen alten Zuschnitts neue getreten seien, die man besser als „Lebensformen“ anspreche. „*Diese Lebensformen (...) machen nicht an den Grenzen der alten Kulturen halt, sondern gehen ‘quer’ durch diese hindurch*“[414]. Medialer Omnipräsenz geschuldet erkennt Welsch eine Gleichwerdung des Alltags weltweit:

> „Televisionär ist in den Provinzen ohnehin alles vereinheitlicht. Noch vom Dach der entlegensten Hütte Siziliens grüßt eine Fernsehantenne und längst sind auch die vermeintlichen alltagskulturellen Inseln – und somit ‘alle’ Lebensformen – von transkulturellen Momenten durchsetzt und geprägt.“[415]

In Zeiten der Globalisierung, medialen Vernetzung wie Konvergenzbildung würden Medienkulturen oder -landschaften als durchlässig, offen und im Wortsinne ortlos empfunden, schließt Welsch. Sie bildeten sich in Metaräumen, wiewohl nur temporär.

Als neuerer Ansatz ebnet sich die Mediatisierungstheorie den Weg in die fachliche Diskussion.[416] Untersucht werden die Auswirkungen einer „Medienlogik“ auf Kultur und Gesellschaft. Auch hier verschmelzen vorab präsentierte Standpunkte und erfahren Adaption: Handlungstheoretische Überlegungen der Medienkulturforschung werden mit solchen der Mediumstheorie wie den Cultural Studies zusammengebracht. Das passiert ausgehend von einer globalisierten wie „mediatisierten“ Welt, welche also ihre Kommunikationsinhalte überwiegend medial vermittelt. Medien sind damit ursächlich für die Entwicklung verschiedenster kultureller Bereiche. Evaluatio-

(2010) einen medienkulturellen Ausgangspunkt, bewegen sich aber mit ihrer regional-sprachlich kontrastierenden Studie innerhalb der Grenzen der Schweiz. Eine Überprüfung theoretischer Warten versucht auch Achim Matthes (2006, S. 69 ff.) im Blick auf Effekte medienkonvergenter Prozesse auf journalistische Selbstbilder und Kulturen.

[414] Welsch 1994, S. 147f.

[415] Welsch 1994, S. 159

[416] Vgl. Berg 2014, S. 47ff.

nen in diesem Segment zeigen, dass die eine „Medienlogik“ dabei nicht existiert, sondern einer Vielzahl von „Medienlogiken“ das Wort zu reden ist.[417] Technisch vermittelte und über mediale Wege empfangbare Kommunikation wirke auf Gesellschaften formelbildend. „*In einem solchen Begriffsrahmen wird Medienkultur als mediatisierte Kultur greifbar.*“[418] Die Mediatisierungstheorie will den Medienalltag in seiner Gesamtheit einbeziehen, nicht nur die Herausbildung einzelner Führungsmedien berücksichtigen. Als eine Metatheorie zielt sie auf zwei Gesichtspunkte ab: Die zunehmende Verbreitung von Medien soll in Entwicklungszusammenhang mit der Zivilisation gesetzt werden. In Verquickung damit sind Wirkungen medial vermittelter Produkte auf die Kultur zu messen.

Auch dieser theoretische Zugriff zeigt Interesse daran, der medialen Durchdringung aller Lebensbereiche nachzuspüren. Hepp, Höhn und Wimmer werten das als Basismotiv der Majorität jener Arbeiten, die sich explizit des Phänomens Medienkultur(en) annehmen. Die drei Autoren bündeln mehrere Ansätze und schlagen einen Konsens vor; einen Grundbegriff von Medienkultur, der sich je nach Erkenntniswunsch und fachlich-analytischer Ausrichtung nachjustieren lässt. Sie definieren „*Medienkulturen als Kulturen (...), deren primäre Bedeutungsressourcen durch technische Kommunikationsmedien in einem konfliktären Prozess vermittelt bzw. zur Verfügung gestellt werden. Kultur ist dabei eine Verdichtung von Klassifikationssystemen und diskursiven Formationen, auf die die Bedeutungsproduktion in alltäglichen Praktiken Bezug nimmt*“[419].

Medienkulturen gelten zusammengenommen als ortsungebundene, einander durchdringende Gruppenbildungen auf Zeit. In dieser Auffassung möchte ich den Schreibern folgen wie darin, Einordnungen von Produktion, Repräsentation, Inhalt, Rezeption, Identifikation und Regulation gesondert im Blick zu behalten. Je nach persönlicher Einstellung, Erfahrung sowie etwaiger Organisationsphilosophie werden in der anschließenden Erhebung die Teilnehmenden ihre Beschreibungen von Medien-, Journalismus-, politischen Diskussionskulturen anders setzen. Ausgangspunkt für die Entwicklung von Methode und Forschungsfragen in Kapitel 3 soll jener dynamische Begriff von Medienkulturen und -landschaften sein, wie anhand der Argumentation von Hepp, Höhn und Wimmer entwickelt. Dabei gilt es den Analyseblick für die

[417] Vgl. Hjavard 2008; vgl. auch Krotz 2009 und Lundby 2009
[418] Hepp/ Höhn/ Wimmer 2010, S. 19
[419] Hepp/ Höhn/ Wimmer 2010, S. 21; vgl. zu „*Medienkultur*“ als „*Kultur mediatisierter Welten*“ Hepp 2011

Sonderstellung „Öffentlich-Rechtlich“ zu schärfen und theoretisch Globalisierendes auf konkrete Nenner sprich Verfasstheiten herunterzubrechen.

2.3.3 Europäische öffentlich-rechtliche Modelle

2.3.3.1 Begriffsklärung „Public Service Broadcasting” versus/ und „Public Service Media”

Im Kontext oben illustrierter global auffächernder Implikationen gerät in jüngerer Zeit eine Medienorganisationsform in den Forschungsfokus, die lange zweite Seite einer „dualen Rundfunkmedaille“analytisch abgehandelt wurde. Das Augenmerk von Soziologie, Kultur- wie Kommunikationswissenschaft, Ökonomie, Politologie oder Rechtswissenschaft lag auf den vielerorts ab den 1980ern hinzugekommenen Veranstaltern und deren werblich durchsetzter Inhalte und Formate. Außerakademische Debatten über Gebühren und Beiträge wie die Legitimierung der Öffentlich-Rechtlichen überhaupt haben jedoch in zahlreichen EU-Staaten – in den alten genauso wie in den zentral- und osteuropäischen Mitgliedsländern späteren Eintrittsdatums – den Blick zurückgelenkt auf hergebrachte, ehedem monopolistische Strukturen.

Carole Tongue betont die Wichtigkeit theoretisch orientierter kritischer Analyse und empirischer Fallbetrachtung für akademische gleichermaßen politische Sphären, „*at a time when PSM faces challenges to its very existence, definition and funding, and where debate rages as to what role it should play in protecting and enhancing democracy, supporting national culture, identity and creativity in an era of fast technological change and globalisation*”[420]. Diese multiplen Herausforderungen gelte es in ihren Verlinkungen zu verstehen:

> „Our times demand an unfettered imagination of different audio-visual futures, where the fragmentation and often lack of diversity produced by market forces are balanced with a diverse PSM that thrives within nation-states and also extends across frontiers to enhance democracy that can match European decision-making, multinational markets and new media.”[421]

Petros Iosifidis nennt als „*one of the most challenging debates in contemporary media studies (…) the transition of the traditional Public Service Broadcasters (PBSs) into Public Service Media (PSM)*”[422]. Der propagierte Austausch der Begrifflichkeiten

[420] Tongue 2010, S. xii
[421] Tongue 2010, S. xiii
[422] Isofidis 2010, S. 1

im Englischen hebt auf eine realiter gegebene Ausweitung des Gegenstandsbereiches ab. Das im „Broadcasting“ klassisch angesprochene Rundfunkgeschäft – in seinen Sparten Hörfunk und Fernsehen – ist unter den Dächern heutiger öffentlich-rechtlicher Veranstalter vielfach gedehnt „*in more delivery platforms for producing and distributing public service content*“ [423]. Dieser Gedankengang reißt einen weitflächigen Wandel an: „*Cross-platform strategies help PSM retain audience share, reach new audiences and develop on-demand services, while enabling them to create a stronger partnership with civil society and serve an extended form of citizenship.*“[424] Hindernisse bestünden ob genannter Verzweigungen einige. Der rapide technische Fortgang erzeuge genauso Druck wie Veränderungen auf international verwebenden Medienmärkten oder im Übergang von vormals Einwegkommunikation hin zu einem stärker auf Austausch abgestellten Verhältnis Sender – Publikum.

> „In the light of the above changes PBSs are struggling to come to terms with Europeanisation and globalisation of media ownership, production, programming and distribution, the ‘marketisation’ of media output, technological convergence and audience fragmentation, as well as the shift from analogue to digital transmission.”[425]

Die Verhaftetheit öffentlich-rechtlicher Anbieter in ihren jeweiligen nationalen Umwelten stellt Iosifidis in Frage: „*Can PSBs be ‘multicultural’, mobilise a new sense of Europeanness, while at the same time transform into PSM and deliver public service content that would meet audience needs in a digital age?”*[426] Dem Autor geht es um Strategien der Erneuerung und Umgestaltung, welche „*public service principles*“[427] – verstanden als demokratisierende Werte und pluralitätssichernde Grundfesten öffentlich-rechtlicher Angebotsträger – wahren, zugleich aber den aktuellen wie antizipierten Veränderungen medialer Areale Rechnung tragen. In seinem Sammelband „Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond“ (2010) holt Iosifidis transdisziplinäre Einschätzungen zur mehrperspektivischen Theoretisierung des Phänomens ein. Über Kontrastierung empirisch arbeitender Case-Studies sucht er praxisbezogene Erkenntnisse zu unterfüttern. Der Tenor der Beiträge passt sich der vom Editor ausgegebenen Linie an:

> „In the midst of global economic crisis it is becoming increasingly apparent, that the ‘public sector’, rather than the ‘free market’, is the answer

[423] Isofidis 2010, S. 1
[424] Isofidis 2010, S. 2
[425] Isofidis 2010, S. 1
[426] Isofidis 2010, S. 2
[427] Isofidis 2010, S. 2

> to the continuing supply of high quality public service output. Policy-makers, politicians, academics and the media industry have much to learn from the practical experience of studying diverse national public media landscapes."[428]

Hier addieren zwei Problemstellen: Das Gros der Artikel verhaftet im zeitgenössischen Umfeld und bleibt argumentativ in akzentuierter „Wirtschaftskrise" stecken. Die zweite Zugangsverengung passiert aus meiner Perspektive im indirekten Voraussetzen einer „öffentlich-rechtlichen Richtigkeit". Valide, objektive, ergebnisoffene wissenschaftliche Annäherung hat sich jedweder Präjudizierung zu enthalten. Selbst wenn eine gewählte Ausgangshypothese andersläufig formuliert sein sollte, muss das Resultat möglich sein, dass Öffentlich-Rechtliches eben auch einmal nicht (mehr) existiert. Nur wenn die gesamte Spannbreite an Optionen durchdenkbar sein darf, kann eine Delphi-Studie wie in meiner Arbeit angesetzt ihr prognostizierendes Potential ausschöpfen. Selbstredend knüpft ein solches Verfahren an Traditionslinien an. Vormalige und aktuelle Wendungen oder gar Bruchstellen sind plausibel zur Deckung zu bringen. Jakubowicz versucht den Dreischritt:

> „The history of European Public Service Broadcasting (PSB) has so far encompassed two main periods: the time up until the 1980s, before it faced commercial competition (PSB 1.0) and the period of great upheavals and change since then (PBS 2.0). (…) Now is the time for PBS 3.0 – the twenty-first-century version that we would probably invent if we were to create PBS today, necessarily very different from the one we have inherited."[429]

Die Liste der Einflussgrößen, die Jakubowicz für PBS 3.0 aufführt, ist lang: Neoliberalistische und postmoderne Strömungen, Konvergenz, Internationalisierung und Globalisierung, Privatisierung und Kommerzialisierung. Schlagworte, wie sie die beschriebene Debatte führt. Anders als etliche Kollegen ist Jakubowicz pessimistisch, was die Widerstandsfähigkeit des Öffentlich-Rechtlichen anbelangt. Dessen leitmotivischen Kern – dem öffentlichen Interesse zu dienen – beschreibt er mit McQuail als „*informational, cultural and social benefits to the wider society which go beyond the immediate, particular and individual interests*"[430]. Jenes ideelle Grundverständnis „*has been dethroned by commercial and individual interests*"[431], stellt Jakubowicz fest. Seine Einlassungen verwischen indes die Ebenen, wenn er zugleich das Ende des „*old paternalism of PSB as the voice of authority*" verkündet oder als umfassende Generalaufgabe vergibt: „*Societies are increasingly multi-ethnic and multi-lingual.*

[428] Isofidis 2010a, S. 6
[429] Jakubowicz 2010b, S. 9
[430] McQuail 1992, S. 3
[431] Jakubowicz 2010b, S. 9

Respect for cultural diversity is recognised as a key policy objective, again forcing a revision of the traditional PSB task to preserve national and cultural identity."[432] Hier vermengen politische, rechtliche, soziokulturelle – medienhistorische – Komplexe. Das erschwert das Ableiten von konkreten Handlungsempfehlungen und Zukunftsideen. Dieses Manko haftet zahlreichen Publikationen zum Thema „Konvergenz" an: Die Betrachtungswinkel bleiben unscharf abgezirkelt, zu viele Facetten wollen parallel besprochen sein, zu wenig Beachtung wird jeder einzelnen und anschließend deren Zusammenspiel geschenkt.

Speziell für einen öffentlich-rechtlichen Untersuchungsgegenstand navigiert die akademische wie populärwissenschaftliche Rhetorik entlang eines terminologischen Handicaps. Etliche Schriften arbeiten sich an einer allgemeingültigen Begriffsbestimmung ab, welche das auf Radio und Fernsehen – „Rundfunk" – abstellende „PBS" polymedial aufreißt. „PSM" ist wie vorgestellt vielen der multiplattformkompatibelste gemeinsame Nenner, welchen auch die EU und ihre Organe seit den späten 2000ern konsequent bemühen. Allenthalben evolvieren Dilemmata, verlässt man technisch-organisationsformale Semantikbereiche und sucht einen handfesten öffentlich-rechtlichen Nexus, der in diese Kategorie fallende Medienbetriebe global, allein schon europaweit definitorisch klammert. Georgina Born und Tony Prosser bündeln die normativen Grundprinzipien „*as (a) enhancing, developing and serving social, political and cultural citizenship; (b) universality; and (c) quality of service and output*"[433]. Jakubowicz schlägt „*PBS as a particular model of communication governance, a set of political interventions into the media market to ensure that content 'valuable to society' is available to all*"[434] vor – und bleibt in aller Vagheit am Kern des Problems: „Das Öffentlich-Rechtliche" gibt es nicht. In internationalen und nationalen Leitplanken haben sich und entwickeln sich vergleichbare Modelle weiter, welche traditionell ein Mediensegment in die öffentliche Hand – Verantwortung, Fortschreibung, Finanzierung, Rezeption, Restriktion, Revision etc. – legen. Komparatistisches Vorgehen befruchtet die Analyse dessen, was Öffentlich-Rechtliches in jeweiliger Basisverankerung plus EU-weit plus womöglich darüber hinaus leisten kann und will. Michalis bestätigt, „*the concept of PSB has always been elusive*"[435]. Trotz dekadenumspannender generalisierender theoretischer Ansätze gelte nach wie vor, „*there has never*

[432] Jakubowicz 2010b, S. 10
[433] Born/ Prosser 2001, S. 671
[434] Jakubowicz 2010b, S. 9
[435] Michalis 2010, S. 36

existed a single European model of PSB and in practice, throughout history, the diverse national types have adhered to the ideal PSB to highly varying degrees"[436]. Jakubowicz stellt vor solchem Hintergrund fest, „*the traditional PSB role as a communicator engaged in linear 'push' communication is out of touch with the interactive, multimedia technological reality of today*"[437]. Als Formel schlägt er vor: „*The concept of Public Service Media (PSM) can be briefly summed up as 'PSB + all relevant platforms + Web 2.0', representing a technology-neutral definition of the remit*."[438] Folgende Abschnitte werden die Klärung programmauftraglicher Setzung verkoppelt mit medialen Zugehörigkeitsgebieten betreiben.

2.3.3.2 Nationale öffentlich-rechtliche Verankerungen und europäische Verortungen

Schwierig erzeigt sich im erkenntnistheoretischen Ansetzen eine qua Definition gegebene Fixierung in konkret nationale Zusammenhänge. Trotz aller Internationalisierung, Globalisierung, EU-Europäisierung bleiben öffentlich-rechtliche Rundfunkbetreiber verankert im jeweiligen kulturellen Hoheitsgebiet. Modellannahmen der Hybridisierung oder Transformation oder Amalgamierung gerieten an Grenzen, schreibt Chris Hanretty, denn bei öffentlich-rechtlichen Adressen handle es sich nach wie vor um „*the most highly structured sort of media organization, and at the same time the most political*"[439]. Als Wesenheiten nennt der Autor:

> „PSB (…) has a stated aim of provision of a broad range of content which is socially useful; is funded in large part by the state through general taxation revenue or a special hypothecated tax (licence fee); principally broadcasts to residents of the same state that funds it; and has the highest post in the broadcaster appointed by the state organs."[440]

Ewa Komorek schält aus dem Spannungsfeld von „Media Pluralism and European Law" eine Sonderrolle der „*Public Service Media as guarantors of content diversity*"[441] heraus. Aufgrund ihres Universalitätsanspruches gelten ihr öffentlich-rechtliche Angebote EU-Mitgliedsstaaten-übergreifend als „*the main answer in Europe to the need of content diversity*"[442]. Verwoben ist diese Einschätzung mit dem demokratisierenden Potential, das Komorek den Öffentlich-Rechtlichen als innewohnend erklärt.

[436] Michalis 2010, S. 36; vgl. auch Humphreys 1996; Iosifidis 2007
[437] Jakubowicz 2010b, S. 10
[438] Jakubowicz 2010b, S. 14
[439] Hanretty 2011, S. xi
[440] Hanretty 2011, S. 4
[441] Komorek 2013, S. 283
[442] Komorek 2013, S. 283; vgl. auch Gibbons 2000, S. 307

Jene Wirkmöglichkeit und Wirkmächtigkeit speise sich aus den gesellschaftsunterstützenden und kulturwahrenden Aufgaben, welche sich genau jene Medienveranstalter in Verabredung mit dem Staat gäben. In der Regel ziehen Untersuchungen verschiedendisziplinärer Annäherung ihr Substrat aus der Klärung dessen, was die jeweiligen Rundfunkstaatsverträge oder alternativen Rundfunkordnungen zum öffentlich-rechtlichen Auftrag und die Rundfunkanstalten für sich via Leitbildern oder Mission Statements festschreiben. Im Kern erkennt Komorek das „*set of obligations, known as public service remit*"[443]. Ein terminologischer Zugang laute folglich simpel: „*Public Service Broadcasters are broadcasters with a public service mandate or remit*."[444]

Helge Rossen-Stadtfeld klopft „*Grund und Herkommen*"[445] eines Leistungsauftrags, abgeleitet aus angelsächsischer Gestaltung eines Public Service, für europäische öffentlich-rechtliche Organe mit Augenmerk auf Deutschland ab. Theoretisch wie praktisch ergäben sich Unterschiede, jedoch könne als Fundament gelten: „*Ein Rundfunk, der in der Public-Service-Idee sein Herkommen und seine künftige Legitimation finden soll, muss normativ auf eine übergreifende Funktion ausgerichtet sein. In dieser funktionalen Ausrichtung liegt das wichtigste und identitätsprägende Merkmal gerade dieses Rundfunktyps.*"[446] Als „*Medium gesellschaftlicher Kommunikation*"[447] sei es Aufgabe, „*quantitativ und qualitativ näher bestimmte Leistungen auf Dauer 'gerade an diese Gesellschaft selbst' zu erbringen*"[448]. Das Bundesverfassungsgericht betont die Einzigartigkeit einer solchen durch Verfassungsrecht und einfachgesetzliches Rundfunkrecht „positiv" vergebenen Zuständigkeit.[449] Rossen-Stadtfeld fasst zusammen:

> „Der Rundfunk soll mediale und faktorielle Leistungen für einen Zusammenhang gesellschaftlicher Kommunikationen und innerhalb dieses Zusammenhangs erbringen. Er soll sich danach in seiner Programmveranstaltung der niemals auch nur annähernd vollständig erfassbaren Vielfalt gesellschaftlicher Kommunikation öffnen, auf eine stetige Erhöhung des jeweils erreichten Vielfaltniveaus hinwirken und für die allgemeine Zugänglichkeit seiner Programmveranstaltung Sorge tragen."[450]

[443] Komorek 2013, S. 283
[444] Komorek 2013, S. 284; vgl. auch McGonagle 2014, S. 66 zu medienpolitischen Sichtweisen und Festsetzungen auf EU-Ebene hinsichtlich der Programmaufträge öffentlich-rechtlicher Anbieter.
[445] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 67
[446] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 68
[447] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 67
[448] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 68
[449] Vgl. BVerfGE 57, 295, 320
[450] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 68

Somit avanciere der Rundfunk zum ersten Medium „*auf das sich eine normativ befestigte Erwartung richtet, dass in ihm ein – wie immer auch unabgeschlossener und lückenhafter – Zusammenhang gesellschaftlicher Kommunikationen Raum finden kann*“. [451] Dabei unterliege der rundfunkspezifische Leistungsauftrag permanenter Korrektur am Wechsel der (medialen) Umweltbedingungen. Rossen-Stadtfeld referiert als kategoriale Schablone „*normative Gestaltbarkeit, seine Integrationsaufgabe und die professionelle Autonomie des Rundfunks*“[452], Letzteres gedacht in der Position zwischen Staat und Wirtschaft.[453] In einem Dualen System lagert sich diese Verankerung in steter Kontrastierung zu kommerzieller Anbieterschaft um respektive addiert einen „*Defizitausgleich*“[454], der von privater Medienseite nicht geleistete „Vollversorgung“ der Gesellschaft gewährleisten soll. „*Maßgeblich für die Bestimmung des Inhalts dieser ‘Grundversorgung’ muss in erster Linie die professionelle publizistisch-journalistische Beurteilung über das gesamte Spektrum der rundfunkspezifischen Funktionentrias (Information, Bildung, Unterhaltung) sein*“.[455] Bisweilen finde sich eine „Kulturfunktion“ hinzugefügt.

Komorek geht legislativ tiefer in den Betrachtungen und sucht nach juristischen Festsetzungen auf den Ebenen EU und Einzelstaat, welche es in praktischen medienlandschaftlichen Gefügen zu prüfen gelte. 2009 legt die Europäische Kommission (EK) die Ausgestaltung eines öffentlich-rechtlichen Programmauftrags grundsätzlich in die Hand der Mitglieder. Die Vorgaben sind wenig konkret, das Ziel ist gerichtet auf „*entrusting a broadcaster with the task of providing balanced and varied programming to fulfilling the democratic, social and cultural needs of a particular society and guaranteeing pluralism, including cultural and linguistic diversity*"[456]. Zwei Jahre vorher hatte das Ministerkomitee im Europarat (ER) Empfehlungen ausgegeben, wie in der Informationsgesellschaft öffentlich-rechtliche Grundlagenvereinbarungen auszugestalten seien. Zu inkludieren gelte es demnach:

> „(i) a reference point for all members of the public, offering universal access; (ii) a factor of social cohesion and integration for all individuals, groups and communities; (iii) a source of impartial and independent information and comment, and of innovatory and varied content which complies with high ethical and quality standards; (iv) a forum for pluralistic public discussion and a means of promoting broader democratic participation for

[451] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 68
[452] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 69
[453] Vgl. Rossen-Stadtfeld 2003, S. 71
[454] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 73
[455] Rossen-Stadtfeld 2003, S. 73
[456] Komorek 2013, S. 284; vgl. auch EK 2008

> individuals; and (v) an active contributor to audiovisual creation and production and greater appreciation and dissemination of the diversity of national and European cultural heritage."[457]

Weitere EU-Standpunkte zusammenbindend, filtert Komorek über Ländergrenzen hinweg „*key common features*"[458] heraus. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter „*should provide universal access to programmes that are free at the point of use; present accurate and independent news, education and entertainment; express the full range of political views and cultural values; be independent from political and economic pressure; compete for good programming not for audience share; and be publicly financed*"[459]. Gesichtspunkte wie diese nennen anderen Arbeiten, wenn es darum geht, eine scheidbare Dualität zwischen Kommerziell-Privatem und Öffentlich-Rechtlichem als „*counterweight*"[460] abzuzirkeln. Das Attribut der Pluralismussicherung koppelt häufig an jenes der Qualität. „*A wide range of quality programmes is not only a feature of public service broadcasters, but it is also their obligation*"[461], setzt Komorek an. Die Autorin öffnet an diesem Punkt die oftmals verkürzte Draufsicht, welche allein öffentlich-rechtliche Statuten zum Beleg meinungsvielfältiger Programmlichkeit und demokratiewahrender Wirksamkeit erheben will. Die Kräftigung einer „*strong, independent and financially secured public service broadcasting*"[462]-Schiene seitens der EU ab der Mitte der 2000er Jahre nimmt sie als Anerkennung eines digitalen Zeitalters, in dem öffentlich-rechtliche Systeme nicht unweigerlich als obsolet abzudanken, sondern sich im Gegenteil einer Neudefinition ihrer selbst wie Neuausrichtung des Portfolios zu stellen hätten. Die inhaltliche Einlassung – und wiederum exemplifiziert am Kern „Qualität" – auf sozialstabilisiernde Aufgaben mehr denn auf pekuniären Ertrag, setze öffentlich-rechtliche Medienorgane weiter von werblichen ab. Letztere könnten trotz ihres mittlerweile polyphonen Konzertes an Gehalten insgesamt keinen adäquaten Ausgleich schaffen beziehungsweise den staatlich-gesellschaftlich verankerten Wunsch nach Meinungsvielfalt in der Berichterstattung gänzlich bestreiten. Jedoch zeige die Realität, dass der Status und die Unabhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Anstalten in etlichen Ländern der EU keineswegs als gesichert gelten könnten.[463] Komorek veranlagt als neuralgischen Faktor die Finanzierung. Andere pflichten bei: „*If Europe remains distinct from the other media*

[457] Komorek 2013, S. 284; vgl. MK auch 2007
[458] Komorek 2013, S. 284
[459] Komorek 2013, S. 284
[460] Cavallin 1998, S. 13
[461] Komorek 2013, S. 285
[462] Komorek 2013, S. 285
[463] Vgl. Komorek 2013, S. 294

systems around the world, especially from the USA, it is due to the existence and operation of the public service broadcasters“[464], vertreten Papathanassopoulos und Negrine, schränken aber plausibel ein:

> „In the last two decades, public broadcasters have faced the erosion of both their viewing share and their revenue. Although a number of European public broadcasters have responded to the challenge from commercial broadcasters, in general, their futures are dependent on secure and appropriate funding mechanisms for their continued operation.“[465]

Auf stets neuerliches Betreiben besonders der privatkommerziellen Konkurrenten befasst sich die EU seit Anfang der 1990er immer wieder mit der Frage nach einer Rechtmäßigkeit sowie angezeigten Konzeption öffentlich-rechtlicher Finanzierung. Neben Vorschlägen zu einer modifizierten Rahmengebung, zu der sich einzelstaatliche Legislativlösungen dann zu verhalten hätten, wird genauso der Ruf nach einer Generalbestimmung laut, welche unter Aspekten einer Ausgewogenheit und Überparteilichkeit „*a single funded model of public broadcasters*“[466] festlegt.

Papathanassopoulos und Negrine erkennen in einem Schritthaltenwollen mit den Entwicklungen auf digitalisierten Medienmärkten höchstes Problempotential bezüglich pekuniärer Ressourcen. Nicht nur erwüchse sprunghaft eine Vielzahl an Mitbewerbern in vormals vergleichsweise überschaubaren Arenen. Technische – teure – Investitionen zwängen öffentlich-rechtliche Unternehmen in engen und meist über lange Strecken statisch verlaufenden Ausstattungssituationen, welche sich ob gesetzlicher Beschränkungen nicht autark optimieren ließen – beispielsweise durch gesteigerten Reklameverkauf oder selbständige Beitragsanpassung –, zu Einschnitten in Bestehendes. „*How best to maintain a healthy public broadcasting sector and a competitive and adventurous private one is the challenge for the twenty-first century.*“[467] Hierbei liege der Ball zuvorderst im Spielfeld nationaler respektive EU-Richtliniensetzung.

Unter der Überschrift „*From Public Service Broadcasting to Public Service Media*"[468] lotet Komorek politische und akademische Diskussionen zur Transformation monolithischer öffentlich-rechtlicher Systemanlagen hin zu ausfächernden Veranstaltungsformen, die alternativ verfasst und im Anspruch ganz oder in bestimmten Teilen

[464] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 27
[465] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 27
[466] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 27; Zu bis Ende der 2000er markanten Positionen in diesen Disputen siehe S. 27; Ausführliches dargelegt an Länderbeispielen bringen S. 78ff.
[467] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 29
[468] Komorek 2013, S. 294

dem jetzigen Inhaltszuschnitt Öffentlich-Rechtlicher gleichkämen, aus. In diesem Zusammenhang befürwortet die Autorin den Begriffswechsel von „PSB“ zu „PSM“, um ersetzende Konzeptideen denkbar und vom Tradierten abrückbar machen zu können. Ihre Vermutung geht besonders bezüglich der Organisationsart und gesetzlichen Ausgestaltung EU-zugehöriger Medienareale dahin: „*We may be slowly witnessing the erosion of the PSB model as we know it*"[469].

Vorschläge zur Verschmelzung nationaler öffentlich-rechtlicher Einzelgebilde im Zuge fortschreitender „*European public spheres*“[470] erarbeitet Barbara Thomaß. Die Autorin appelliert bestehende Strukturen und rechtliche Setzungen zu optimieren in Punkten wie: „*The opening of broadcasting spaces*“; „*The extension of the national mandates to a European scale*“; „*The extension and/or consolidation of the diversity principle*“; „*The forming of a European audio-visual space that would cater for both, the consumer and the citizen*“; „*Cooperation transgressing national borders*“; „*The development of exchanges*“; „*The use of online media by PSBs to address audiences beyond national borders*“; „*The development and diversification of Europe-related formats*“[471]. Thomaß geht davon aus, dass eine Schaffung solcher Räume europäischer – informierter, partizipierender – Öffentlichkeiten nur dem Öffentlich-Rechtlichen glücken könne, nicht kommerziell ausgerichteten Privatmedien. Diese Einschätzung leitet sie aus den Wesenheiten ab, welche Kees Brants und Karen Siune allgemein dem Segment PSB zuschreiben: „*A form of social accountability is given to the public sphere or its representatives which is guaranteed by administrative structures*“; „*A public financing model is secured, which can be used for the production and offering of defined public services*”; „*Content regulation is in place, especially with regard to balance, impartiality and consideration of minority interests*”; „*Universal service is provided*”; „*PSBs address the audience as ‘citizens’, not merely as ‘consumers’*”[472].

Katherine Sarikakis gewichtet derlei Grundpfeiler zwanzig Jahre später anders. „*The model of Public Service Broadcasting has occupied a special place in the narratives of democracy and citizenship in the Western World*”[473], beschreibt sie eine tradierte Aufladung, welche ob offensichtlicher Euphemisierung den realen Herausforderungen, aber auch Chancen gegenüber womöglich blind bleibe. „*Historically, the PBS system has been seen as a major European institution that embodies all that is*

[469] Komorek 2013, S. 296
[470] Thomaß 2010, S. 63
[471] Thomaß 2010, S. 72ff.
[472] Brants/ Siune 1992, S. 102
[473] Sarikakis 2010, S. 88

considered noble and diachronic of European values, with particular attention to democratic standards of political and civic life and commitment to culture and education as the elements of 'good life' and enlightenment."[474] Parteilichkeiten, Nepotismus, staatliche direkte und indirekte Infiltration gäbe es in Europas öffentlich-rechtlichen Mediensektoren hingegen nicht erst seit gestern. Im Heute kämpfe eine EU mit nationalen systemischen Gemengelagen genauso wie mit der Aufgabe, rahmende Regelungen zu finden, die den ausgewogenen Wettbewerb mit in den Satzungen gleich zu berechtigenden kommerziellen Medien wahrten. Sarikakis knüpft das höchste Potential für zukunftssichernden Wandel an ein neues Selbstverständnis, „*a reorientation of PSM so that they consider themselves universal not only in reach but also in character: refocusing away from the strictly 'national', PSM would offer through their programming and employment policies a proactive, inquisitive and socially sensitive agenda for connections among nations, cultures, and peoples. To do that, the guarantee of availability of resources by the state as well as internal reorganisation would be necessary*"[475]. Die Praktikabilität solcher Veränderungen sei stark von kulturellen lokalen und regionalen Diversitäten begrenzt. Als diesbezügliche Aufgabe stellt die Autorin europäischen und internationalen Stellen, rechtliche, ökonomische, kultursensible Sicherungssysteme zu schaffen, die folgendes Szenario zuverlässig tragen:

> „PSM are called upon to provide programming that helps building cultural cohesion, yet offer a forum for the representation of 'minorities' and special groups, succeed in providing a balanced political coverage and educational programmes, fulfill journalistic values of impartiality and objectivity and act as a watchdog for the government."[476]

Patrick Donges und Manuel Puppis diagnostizieren in ihrem Sammelband 2003 eine Kehrtwende im damals vielfach angestimmten Abgesang auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Die „*endlose Krise des öffentlichen Rundfunks*"[477] gilt ihnen als überwunden. Die Antwort auf die Frage: „*Braucht eine demokratische Gesellschaft öffentlichen Rundfunk?*"[478], laute angesichts wiedererstarkender Rezipientenzuwendung, politischer Interessenverschiebung pro Öffentlich-Rechtlich und einer evidenten Innovationsfähigkeit der Sendeanstalten aus sich selbst heraus wohl: Ja! Dennoch blieben „*die Grundprobleme des öffentlichen Rundfunks weitgehend die gleichen*"[479]. Das Einziehen dualer Strukturen in den Rundfunkmarkt habe zu einer

[474] Sarikakis 2010, S. 88
[475] Sarikakis 2010, S. 97
[476] Sarikakis 2010, S. 97f.
[477] Bonfadelli/ Meier/ Schanne 1998, S. 9
[478] Donges/ Puppis 2003, S. 10
[479] Donges/ Puppis 2003, S. 10

„*Ökonomisierung*“[480] vorab monolithisch agierender Medieneinheiten geführt. Zur Fundierung holen die Autoren gewinnbringend die Semantik Saxers heran, der „*Ökonomisierung*“ oder „*Kommerzialisierung*“ als „*Verstärkung ökonomischer Einflüsse, in erster Linie der Werbewirtschaft, auf die Strukturen und Funktionen von Mediensystemen und deren Konsequenzen für die Medienproduktion, die Medienmitarbeiter, die Prozesse von Medienkommunikation und deren Rezipienten sowie allgemein in kultureller, wirtschaftlicher, politischer und sozialer Hinsicht*“[481] darstellt.

Zweitens rekurrieren Donges und Puppis „*in der Gesellschaft generell wie auch spezifisch in der Mediennutzung*“[482] auf das Phänomen der „Individualisierung“, was einer Diffusion der Bedürfnisse auseinanderstrebender Publika gleichkomme. Vor diesem Hintergrund verschwömmen Zuständigkeiten, Anforderungen und Ausrichtungen. Derlei Entwicklungen machten es „*immer schwieriger, einen gesellschaftlichen Konsens über die Ziele und Aufgaben des öffentlichen Rundfunks zu finden*“[483]. Als dritte, die Faktoren „Ökonomisierung“ und „Individualisierung“ begleitende Komponente nennen Donges und Puppis das „*politische() Klima*“[484], innerhalb dessen sich Weichenstellungen medienmarktlicher Entwicklung jeweils vollzögen.

Neben diesen vorrangig externen Mechanismen heben die Autoren richtig das Engagement öffentlich-rechtlicher Veranstalter hervor, „*um im liberalisierten Markt zu bestehen*“[485]. Allgemein führen sie Strategien auf den von Hultén und Brants bereits 1992 erkannten Dreischritt zurück: *„‘Adaption’: Anpassung an die kommerzielle Konkurrenz; ‘Purification’: Konzentration auf Programme, welche private Sender nicht anbieten; ‘Compensation’: Mittelweg zwischen traditionellen Werten und der Notwendigkeit, auf dem Markt zu bestehen.*“[486] Diese Gratwanderung zwischen Massenverträglichkeit und gesellschaftlichem Auftrag, wie Donges und Puppis weiter beschreiben, sei heikel. Die „*Renaissance*“[487] öffentlich-rechtlichen Rundfunks kopple an gelungene Kompensation sowie an ein neues, an privaten Wettbewerbern geschliffenes manageriales Agieren gemäß „*Kostenbewusstsein und Gewinndenken*“[488]. Technische und inhaltliche Optimierungen markieren die Autoren als wirkmächtig, wo sie

[480] Donges/ Puppis 2003, S. 10; vgl. in der Listung der Aspekte auch Jarren et al. 2001, S. 23ff.
[481] Saxer 1998, S. 10
[482] Donges/ Puppis 2003, S. 10
[483] Donges/ Puppis 2003, S. 10
[484] Donges/ Puppies 2003, S. 11
[485] Donges/ Puppis 2003, S. 12
[486] Donges/ Puppis 2003, S. 12 nach Hultén/ Brants 1992, S. 118
[487] Donges/ Puppis 2003, S. 13
[488] Donges/ Puppis 2003, S. 13

innovatorisch gesetzt werden konnten und können. Wolfgang R. Langenbucher unterstreicht diesen Eindruck eines „*Phönix aus der Asche*“[489] aus zeitgenössischer Warte.

Maßgeblich binden Donges und Puppis obige Argumente zu „idealer“ öffentlich-rechtlicher Organisationsform, Programmphilosophie und Programmproduktion an staatliche Regulierung, Deregulierung, Nicht-Regulierung:

> „Der Begriff der Deregulierung ist dabei nicht unproblematisch, denn er ist seit den 1970er-Jahren in der politischen Debatte stark ideologisch aufgeladen und positiv konnotiert. So wird Deregulierung regelmäßig als eine Abschaffung von Regulierung bezeichnet, damit die Märkte von unnötigen Einschränkungen befreit würden. Diese Sichtweise ist allerdings allzu vereinfachend. (...) In wissenschaftlicher Hinsicht ist nicht alles, was als Deregulierung bezeichnet wird, wirklich ein Wegfall von Regeln. Bezieht man Regulierung auf die Formulierung und Durchsetzung von Regeln, dann meint Deregulierung die Veränderung, Verbesserung oder Abschaffung dieser Regeln, wobei dies durch Aufhebung, Ersetzung oder Systematisierung geschehen kann.“[490]

Nachvollziehbar werfen Donges und Puppis den alternativen Begriff „Reregulierung“ auf: „*Nicht die Abschaffung von Regeln – und damit die Entlastung des Staates bezüglich des Ausmaßes an Regulierung – ist das Ziel, sondern deren Veränderung, um Regulierung effizienter zu gestalten*.“[491] Dabei seien die Ausgestaltung regulierender Organe und deren Mechanismen basal. Für den öffentlich-rechtlichen Sektor lenken die Autoren das Augenmerk auf „*Formen der Selbst- und Co-Regulierung*“, „*Formen prozeduraler Regulierung*“ sowie den „*Einbezug von Öffentlichkeit*“[492]. Co-Regulierung meint eine „*Verantwortungsteilung zwischen dem Staat und den Rundfunkveranstaltern*“[493] und falle damit in den Bereich des „*Media Governance*“[494]. Prozedurale Regulierung stellt ab auf bestimmte Protagonistengruppierungen – Beiräte, Aufsichtsgremien, Kommissionen etc. – „*innerhalb öffentlicher Rundfunkorganisationen, die Verpflichtung zur Transparenz der Organisation und der permanenten Legitimation der eigenen Handlungen gegenüber der Öffentlichkeit*“[495] eingehen.

Trotz Bestrebungen der EU zu einer Generalisierung zumindest fundamentaler Regulierungsbausteine, driften die diesbezüglichen Konstellationen in den Mitgliedsländern für den Ermessenszeitraum von Donges und Puppis auseinander. Nach wie

[489] Langenbucher 2003, S. 329
[490] Donges/ Puppis 2003, S. 15
[491] Donges/ Puppis 2003, S. 15
[492] Donges/ Puppis 2003, S. 16
[493] Donges/ Puppies 2003, S. 16
[494] Meier/ Trappel 2002
[495] Donges/ Puppis 2003, S. 17

vor bedarf es der Auslotung visionärer Idealtypen gegenüber praktikablen Umsetzungen im Spannungsdreieck Politik-Medienmacher-Gesellschaft[496]. „*Angesichts des Internets, der Digitalisierung und technischen Konvergenz sind ganz neue Rahmenbedingungen für Medien entstanden und die bisherige Art und Weise, wie Staaten ihre Medien regulieren, stößt an Grenzen*“[497], beobachtet Arnold europaweit. Zusätzlich zu sich verändernden Regulierungsobjekten sähen sich die EU-Staaten Einwirkungen europäischer Instanzen ausgesetzt. Über Verordnungen und Richtlinien, deren Überführung in nationales Recht die Mitglieder qua Vertrag zugesichert haben, strahlt die EU seit Ende der 1980er maßgeblich in die Medienregulative der Länder hinein. „*Als eigene medienpolitische Kraft etabliert*“[498] wertet Kleinsteuber die europäische Staatengemeinschaft seit Verabschiedung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ 1989. Fürderhin fungiere die EU als eine Art „*Überregulierer*“[499], welcher mittels inzwischen mannigfacher Vorschriften medienrechtlich strukturierend wirke. Inkludiert sind Maßnahmen zur Regulierung wie solche zur Deregulierung, beispielsweise staatliche Beihilfen als „*Instrumente, um insbesondere einheitliche Wettbewerbsbedingungen in der ganzen EU zu schaffen und die Kommunikationsindustrie zu fördern*“[500]. Arnold unterstreicht die exponierte Rolle der EU im Konzert juristisch wie legislativ bedeutsamer Kräfte und ergänzt:

> „Die länderübergreifenden Veränderungen haben zur Folge, dass neben der klassischen Regulierung durch den Staat, der vor allem in Form von Geboten und Verboten auf die Medien Einfluss nimmt, alternative und neue Regulierungsformen hinzukommen. Hierzu gehören Formen der Co- und Selbstregulierung sowie Formen der gemeinschaftlichen Kontrolle.“[501]

Tatsächlich ringt Brüssel um die richtigen Richtlinien. Zumindest erscheint die EU beim seit immerhin zwei Dekaden diskutierten Thema „Medienkonvergenz“ nur zögerlich regulatorische Nägel mit Köpfen zu machen. Eckpfeiler eines gemeinsamen Legislativkonzepts für Europas Medienlandschaft wie -landschaften sind bis dato wenige eingepflockt. Allein deren Zuspitzung erweist sich als zeit- und verhandlungsaufwendig. Nicht zuletzt ob des Subsidiaritätsprinzips befindet sich die Europäische

[496] Vgl. Svendsen 2003
[497] Arnold 2014, S. 19
[498] Kleinsteuber 2012, S. 11
[499] Kleinsteuber 2012, S. 11
[500] Arnold 2014, S. 20
[501] Arnold 2014, S. 19

Kommission (EK) in einem beständigen rechtlichen wie inhaltlichen Changieren zwischen so viel Rahmensetzung wie nötig und so wenig wie möglich.[502] Diverse Stakeholder aus verschiedensten medialen Lagern lobbyieren intensiv, beraten, bearbeiten, beeinflussen die EK wie weitere Organe der EU, um zu „ihren" medienkonvergenten Bestimmungen zu finden.

Prägnant nachzeichnen lässt sich dies am Beispiel der Revision der „Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste" (AVMD-Richtlinie).[503] Verabschiedet in den 2000er Jahren ist es der EK seit geraumer Weile angelegentlich, „*im Hinblick auf sich verändernde Marktbedingungen*"[504] Optimierungen zu erzielen. 2013 legt sie das „Grünbuch über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt" vor und lädt Interessierte ein, zu konkreten Fragen Stellung zu nehmen.[505] Im Spätsommer 2015 erfolgt ein erneuter Konsultationsprozess, addiert um eine Ex-post-Evaluierung gemäß des „Regulatory Fitness and Performance Programmes" („REFIT"). „*Darin wurden die Wirksamkeit, Effizienz, Relevanz, Kohärenz und der EU-Mehrwert der AVMD-Richtlinie bewertet und Bereiche genannt, in denen Vereinfachungspotenzial besteht, ohne die Ziele der AVMD-Richtlinie zu beeinträchtigen*".[506] Im Mai 2016 wird die vorläufige Revisionsversion veröffentlicht.[507] Eine finale Fassung sollte es 2017 geben.[508] Das Prozedere ist mühsam, die involvierten Stakeholderadressen zahlreich.[509] Dennoch muss eine Fallbeschreibung wie als Fundament für vorliegende Delphi-Studie vorzunehmen den Rahmenfaktor – oder „Überregulierer" – EU mitdenken.

So ist eine Debatte „Single Regulator" auf EU-Ebene versus nicht zuletzt rechtshistorisch und soziokulturell erwachsener Spezifika der Mitgliedsländer ist nicht beendet.[510] Vor diesen Schichtungen wird sich Wolfgang Schulzs „Quadrilemma" der Regulierung bestätigen, das die vom Staat zu konfigurierende Selbstregulierung[511] öffentlich-rechtlicher Betriebe an den Schnittstellen Organisation und Umwelt, Staat

[502] Vgl. Holtz-Bacha 2016
[503] Papathanassopoulos und Negrine bieten einen konzisen Aufriss von den Anfängen einer Beschäftigung der EU mit medialen Gegebenheiten hin zur AVMD-Richtlinie anhand der Schlaglichter „*country of origin*", „*linear and non-linear audiovisual services*", „*advertising*", „*support schemes*", „*media ownership*" und „*public broadcasting and the EU*" (2011, S. 65ff.); vgl. auch Harrison/ Woods 2007; Humphreys 2007; Richardson 2006; speziell zum Prinzip „country of origin" tiefergehend auch Komorek 2013, S. 152
[504] EK 2016a, S. 1
[505] Vgl. EK-Grünbuch 2013; vgl. auch ARD 2013; CULT 2014; EBU 2014
[506] EK 2016a, S. 1
[507] Vgl. BEREC 2016; vgl. auch EP 2016
[508] Bis zum Ende der Arbeit an diesem Kapitel war der Prozess noch nicht abgeschlossen.
[509] Vgl. Holtz-Bacha 2016; vgl. auch Ariño/ Llorens 2008, S. 141; Eine intensive Einlassung zu den Debatten zur „Fernsehrichtlinie" auf diversen EU-Ebenen in der Genese bis dahin siehe Komorek 2013, S. 286 und Michalis 2010, S. 40ff.
[510] Vgl. Holznagel/ Vollmeier 2003
[511] Vgl. zum Konzept einer „Selbstregulierung" auch ausführlich Schulz/ Held 2004

und Zivilgesellschaft, Politik und Recht gleichsam Ökonomie und Publizistik einnordet. „*Alle vier Schnittstellen hängen auf komplexe Weise miteinander zusammen, sodass Veränderungen bei den Bedingungen der einen zu Steuerungseffekten aus dem Bereich einer anderen führen können – die etwas prätentiöse Rede vom Quadrilemma hat darin ihre Berechtigung*“[512], erklärt Schulz. Donges betont die „Autonomie“-Bestrebungen öffentlich-rechtlicher Veranstalter, die „*Unabhängigkeit des Rundfunks, seiner Organisationsform und seiner Programme vor Eingriffen staatlicher Akteure*“[513] zu schützen. In der Umdeutung des so eher negativ gedachten Terminus „Autonomie“ hin zu einer positiv perzipierten „*Selbständigkeit oder Eigengesetzlichkeit*“[514] wählt der Autor den Weg über eine akteurstheoretische Perspektive auf den Rundfunk, die Politik, Ökonomie und (Zivil-)Gesellschaft – „*Letztere im Sinne von Rezipienten und Bürgern*“[515] – in Relation setzt. „*Im Rahmen dieses Beziehungsmanagements muss der Public Service sowohl offen für die Anforderungen einzelner Teilsysteme, und hier insbesondere der Zivilgesellschaft als Publikum, als auch autonom gegenüber deren Versuchen gehalten werden, die eigene Handlungsorientierung als leitende durchzusetzen.*“[516] Schließich stünde der Public Service mit allen drei Umwelten im Austausch „*und bei all diesen Beziehungen kann es zu Formen einer zu engen Anbindung kommen*“[517].

Offensichtlich wird die charakterisierende Potenz einer Kategorie „Medienregulierung“ für die Unterscheidung öffentlich-rechtlicher Landschaften in ihren gegebenen nationalen Verankerungen. Donges und Puppis heben zu Recht auf das dynamische Element ab: „*Der Public Service und seine Regulierung müssen sich (...) ständig an die Bedürfnisse einer Mediengesellschaft anpassen.*“[518] Wolfgang Hoffmann-Riem überlegt vergleichbar bereits 2003: „*Kann und soll der öffentliche Rundfunk eine Staatsaufgabe sein*“[519] und sucht eine Abgrenzung zu werblicher Konkurrenz:

> „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk zeichnet sich dabei dadurch aus, dass er nicht oder zumindest nicht vorrangig den Imperativen des ökonomischen Marktes ausgesetzt sein soll, sondern durch eine gemeinwirtschaftliche Wirtschaftsform und eine marktunabhängige Finanzierungsform (Er-

[512] Schulz 2003, S. 312
[513] Donges 2003, S. 52
[514] Donges 2003, S. 53
[515] Donges 2003, S. 59
[516] Donges 2003, S. 53
[517] Donges 2003, S. 59
[518] Donges/ Puppies 2003, S. 24
[519] Hoffmann-Riem 2003, S. 29

> hebung von Rundfunkgebühren) in die Lage versetzt wird, sich an den erwähnten verfassungsrechtlichen Zielvorgaben in einer treuhänderischen Weise zu orientieren.“[520]

Seine Charakterisierung des „Public Service“ gerät stichpunktartig, doch in der Wertung etlicher zitierender Nachfolgeschriften passend. Der Terminus bezieht sich laut Hoffmann-Riem „*insbesondere auf das normative Ziel der kommunikativen Vielfalt als Grundlage der Meinungsbildungsfreiheit in einer pluralen Gesellschaft*“[521]*.* Solches Vielfaltsziel facettierte: „*Unterscheiden lassen sich insbesondere folgende Dimensionen: (1) inhaltliche, meinungsbezogene Vielfalt; (2) personen-, gruppen-, institutionenbezogene Vielfalt; (3) gegenständliche Vielfalt; (4) räumliche Vielfalt; (5) Genre- und Spartenvielfalt.*“[522] Daran skizziert der Autor eine allgemein öffentlich-rechtlich intendierte inhaltliche Rechtfertigung der Regulierung, welche Pluralität garantieren und „*kommunikative Chancengleichheit*“[523] wahren wolle. Dadurch entstehende Marktnachteile respektive deren Begegnung leuchtet er kontextuell aus, genauso Zugangschancen und Machtungleichgewichte in politischem und wirtschaftlichem Zusammenhang. Hervorgehoben sind die öffentlich-rechtlichen Aufgaben der „*Innovationsorientierung*“ und „*Gemeinwohlorientierung*“[524] am Beispiel zunehmender Programmaktivitäten im Internet. Die Fortschritte in diesem medialen Sektor haben einige Einschätzungen aus 2003 überholt. Nichtsdestotrotz bietet der theoretische Zugang zum Phänomen „Öffentlich-Rechtlich“ insgesamt Valides meine Analyseweisen zu schärfen und öffentlich-rechtliche Marker in hybriden Medienlandschaften herauszuschälen. (Siehe Kapitel 2.3.4) Das Gewicht wird dabei im Sinne des Erkenntnisinteresses auf dem Einzugsfeld EU liegen.

„*The broadcasting sector in the European Union (...) is in a state of flux*"[525], urteilen Jackie Harrison und Lorna Woods in ihrer rechtswissenschaftlichen Analyse der Rundfunkregelungen auf EU-Ebene. Vor allem rapider technischer Wandel und zunehmende Kommerzialisierung brächten für Regulierungsstellen und die Politik überhaupt neue Herausforderungen. Ihre Darlegungen knüpfen an zeitgenössische Gesetzesentwicklungen und Debatten bis Mitte der 2000er an und sind in Punkten überkommen. Dennoch werfen die Autorinnen im generellen theoretischen Aufriss signifikante Elementbezüge auf, die über ihre durchaus inhärente temporale Verhaftetheit

[520] Hoffmann-Riem 2003, S. 32
[521] Hoffmann-Riem 2003, S. 33
[522] Hoffmann-Riem 2003, S. 33
[523] Hoffmann-Riem 2003, S. 35
[524] Hoffmann-Riem 2003, S. 44
[525] Harrison/ Woods 2007, S. 3

hinausweisen. Ihre Hypothesen sollen zudem kurz hergeleitet sein, da später zu erläuternde jüngere Schriften darauf rekurrieren.

„*The history of broadcasting in the Union centres on the interrelationship between commercial imperatives and a wide range of non-trade values*“[526], bilanzieren Harrison und Woods. Sie erkennen „*a more general trend*“[527], welcher die Vorschriften in Richtung eines freien Marktwettbewerbs der Inhalte treibe. Ihre Erläuterungen zur ersten Dekade der 2000er Jahre decken sich mit den damaligen Debatten um „Pay TV“, limitierte Zugangsoptionen oder die „Ware Inhalt“. Nachvollziehbar wird der Ansatz der Autorinnen auch vor besagtem zeitgenössischen Filter, wenn sie postulieren: „*It is that, the given significance of broadcasting to the viewer and society, the viewing experience should be at the centre of policymaking, regulation, and legislation*.“[528] Innerhalb einer Rundfunkgesetzgebung könne der Rezipient als „*market-based consumer*“ oder als „*citizen with rights to access to certain content*“[529] geführt werden.

Nach diesen Kategorien prüft die Untersuchung die EU-Legislativlage zum Thema. Einen Überhang stellen die Autorinnen dahin gehend fest: „*In particular, the Union´s broadcasting policy and law have, in part, been a by-product of a range of factors, both direct and indirect, which have caused a drift towards a broadcasting framework which assumes that the viewing experience is active and takes place in the commercial domain*.“[530] Als Gründe dafür kämen technische Veränderungen, zunehmende Kommerzialisierung der Branche sowie konkurrierende Interessen und Kompetenzen im Korpus der EU zum Tragen. Aus diesen Umgebungsfaktoren ergäbe sich ein ansteigender Druck auf öffentlich-rechtliche Strukturen. Deren philosophische Basis wie programmliche Effizienz gerate von diversen Seiten unter Feuer. „*Often PSB providers are accused of wasting privileged resources, being dominated by particular elitist or establishment values and, consequently, of failing to meet their most vital goal, namely to serve all viewers.*“[531] Prekär erweise sich an dieser Stelle das Desiderat einer generellen Definition „des Öffentlich-Rechtlichen”. Zwar einigte man sich vielerorts – politisch, akademisch, gesellschaftlich, anstaltsintern – auf einen Katalog bestimmter, zum Teil sehr abstrakter Wesenheiten,[532] doch fehle eine umfassende Theorie. Was in komparatistischer Bilanz aufscheine, seien „*just national variants which*

[526] Harrison/ Woods 2007, S. 5
[527] Harrison/ Woods 2007, S. 5
[528] Harrison/ Woods 2007, S. 6
[529] Harrison/ Woods 2007, S. 7
[530] Harrison/ Woods 2007, S. 14
[531] Harrison/ Woods 2007, S. 32
[532] Vgl. Born/ Prosser 2003, S. 657ff.

have different operational scope and remits“[533]. Diese ließen sich nach Born und Prosser in drei Gruppen zusammenfassen: „*citizenship*“, „*universality*“ und „*quality*“[534]. Harrison und Woods führen weiter: „*From these core values, it is easy to see how the requirements of the citizen viewer coincide with the core values of PSB, indeed PSB is supposed to facilitate the development of a critical rational public sphere in which citizenship can gain its political expression*.“[535] Einschränkung erfahre dies über eine zwar ideelle Behauptung öffentlich-rechtlicher Werte, derer aber ein Polit- und Wirtschaftsgebaren gegenüberstehe, „*which prioritises consumer sovereignty above meeting the needs of citizens*”[536]. Unterstrichen ist die weidlich wissenschaftlich bearbeitete Bipolarisierung öffentlich-rechtlicher Objekte und werblich-kommerzieller.

Angesprochene Wertigkeiten in speziell kulturellen Dimensionen klopfen Karina Horsti, Gunilla Hultén und Gavan Titley in ihrer Aufsatzsammlung „Public Service Media and Cultural Diversity in Europe” ab. „*By examining how institutional shifts towards ‘diversity’ and ‘integration’ policy and programming are inseparable from wider pressures relating to digitalization, neo-liberalism and audience fragmentation, this book positions the politics of diversity as a lens for understanding the ongoing (sic!) transformation of public service broadcasting and media*”[537], stellen die Herausgeberinnen voran. Das Kompendium durchzieht ein protektonistischer Ansatz:

> „PSBs face a significant and intensifying range of challenges: digitalization and convergence, audience fragmentation and transnationalism, fragile funding models and ideological relegation. However, the consistent and often intensive contest over their relevance and mission, even in a world of communicative abundance, suggests that for many they still represent a normative vision of what mainstream media ought to strive to achieve in terms of pluralism and social representation.”[538]

Die Trias „*Legitimacy, representation and cultural diversity*”[539] wird an verschiedenen öffentlich-rechtlichen Objekten durchgeprüft, anhand derer sich Balanceakte zwischen majoritärer Rezipientenschaft und eindeutig klassifizierbarer Minderheit exerzieren lassen. (Holland, Belgien, Irland, Schweden, Finnland, Norwegen, Russland) Sarita Malik liefert den theoretischen Unterbau zu den Case Studies und legt den

[533] Harrison/ Woods 2007, S. 32
[534] Born/ Prosser 2003, S. 671
[535] Harrison/ Woods 2007, S. 33
[536] Harrison/ Woods 2007, S. 40
[537] Horsti/ Hultén/ Titley 2014, S. 3
[538] Horsti/ Hultén/ Titley 2014, S. 3
[539] Horsti/ Hultén/ Titley 2014, S. 7

Finger auf „*politics of mainstreaming 'diversity' in PSB*“[540]. Einen Anteil hieran trüge die EU mit entsprechenden Vorgaben zur Pluralitätssicherung. Einen weit größeren Bereich gelte es in den Nationalstaaten zu konfigurieren, welche für „ihr“ Öffentlich-Rechtliches im kulturellen Auftrag stünden. Tarlach McGongale evaluiert das EU-Reglement sowie Governance-Ansätze. Kapitel 4 konkretisiert an den Fallbeispielen des Samples diesbezüglich. Dennoch seien bereits theoretische und terminologische Grundlagen diskutiert.

„*The concepts of media regulation and media governance are often distinguished*”[541], erläutert McGongale.

> „Media regulation focuses on the operation of specific (often legally-binding) tools that are deployed on the media to achieve established policy goals. Media governance, on the other hand, refers to the sum total of mechanisms, centralized and dispersed, that aim to organize media systems according to the resolution of media policy debates.”[542]

Dabei gelte es zu beachten, dass Medienregulierung vielerorts Governance-Maßnahmen anleite bis einfordere und das in Übersetzung EU-weiter Abmachungen. „*At the European regulatory/policy level, the topic of public service media governance was broached in the CM´s Recommendation on a new notion of media*”[543], berichtet McGongale. Das Papier betont, Medien der Gattung „Public Service” „*should ideally, involve the public in its governance structure*”[544]. Konsekutiv erfolgte kurz darauf eine pointiertere Festschreibung in Empfehlung und Deklaration des Europarates (ER), beides unter dem Titel „Public Media Service Governance”.[545] Die Definition dessen ist weit gefasst. Als Hauptelemente unterstreicht McGongale:

> „The legal frameworks through which the State ensures an appropriate balance between the independence and accountability of public service media; The regulations and practices through which public service media ensure that their processes and culture are the most appropriate to fulfil their remit and best serve the public; An active and meaningful dialogue with its wider stakeholders including new levels of interaction, engagement and participation.”[546]

Erkennbar sei der Wunsch nach mehr Selbstverantwortung auf Seiten der öffentlich-rechtlichen Anbieter, was Transparenz, Legitimierung und Wahrung programm-

[540] Malik 2014, S. 30
[541] McGongale 2014, S. 77
[542] McGongale 2014, S. 77
[543] McGongale 2014, S. 77
[544] CM 2011, para. 81
[545] Vgl. CM 20012a; 2012b
[546] McGongale 2014, S. 78; vgl. auch CM 2012a, para. 11

auftraglicher Aufgaben angehe. Gleichwohl seien Staat und Zivilgesellschaft als Interessenparteien mit an den Tisch zu holen, um Teilhabe, Austausch, Erreichbarkeit oder – pluralistische und politisch unabhängige – Inhaltsausrichtung zu befördern. Tangiert sind wirtschaftliche Anliegen, um duale Medienmarktgefüge in Ausgewogenheit zu halten. Beachtenswert ist, dass es sich hierbei um Empfehlungen handelt und der ER nicht die erste Adresse unter den EU-Organen bezüglich medienpolitischer Rahmenkonstruktion ist. Kapitel 4 wird an den Fallbeschreibungen herausstellen, welche Konzepte von Governance öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten zudem eigeninitiativ implementieren.[547] Die BBC oder der ORF suchen beispielsweise über solche Maßnahmen die Perzeption in der Gesellschaft im Sinne eines am Ende des Tages bestandsichernden „USP Öffentlich-Rechtlich“[548] zu schärfen.

Um Diskussionen dieses Theoriekapitels für das Erkenntnisinteresse vorliegender Arbeit zu verdichten, ist eine Synthese aus skizzierten medien-, kommunikations-, wirtschafts-, politik-, rechts-, sozial- und kulturwissenschaftlichen Vorhaben zu ziehen. Transdiziplinär und polyperspektisch sind wesentliche Marker zu eruieren, die für meine basal medienwissenschaflich intendierte Analyse öffentlich-rechtlicher Objekte urbar sein können.

2.3.4 Öffentlich-rechtliche Dimensionen in hybriden Medienlandschaften (Versuch einer Synthese)

Die in Kapitel 2.3.3.2 präsentierten Titel kaleidoskopieren in Ideendarlegung und methodischem Zugang. Mitnichten ist das als Dilemma abzutun. Zwar bestätigt sich für den Komplex Öffentlich-Rechtlich das in den Vorabschnitten zu Medienkonvergenz, Medienlandschaft(en), Mediensystemen etc. generell polyphone Dimensionenverständnis in der Literatur. Dennoch akzentuieren jüngerer Schriften grundlegend hybride Anlagen. Das meint sowohl den Untersuchungsgegenstand als auch das Interesse für transdisziplinäre Analysezugänge. Letzteres gerät zum Mehrwert, wenn darüber Perspektivierungen somit Erklärwege addieren. Meine Delphi-Studie wird in ihrem dreistufigen Verlauf verschiedene theoretische Ansätze prüfen und daran Er-

[547] Vgl. Trappel 2010, S. 218

[548] Vgl. dazu Kapitel 4.1.7 und 4.2.7; *„Als Unique Selling Proposition (USP) wird das Alleinstellungsmerkmal eines Produktes bezeichnet, durch das sich das Produkt von konkurrierenden Produkten abhebt*“ (BWL Wissen.net 2017), lautet eine allgemeingriffige Beschreibung, welche auf die für diese Studie signifikante Größe „Alleinstellungsmerkmal“ abzielt, ergo hier Operationalisierung findet.

gebnisse mehrperspektivisch ausloten. Nur so lässt sich wie belegt eine dem Konvergenz-Phänomen innewohnende Vielschichtigkeit handhaben. Den theoretischen – einzigen – Marschweg gibt es nicht. Wahrscheinlich führte ein solcher eingedenk der dynamischen Umgebung, in welcher die Arbeit ansetzt, sowieso in eine eindimensionale Sackgasse.

Weiter nützlich zeigt es sich, die variant erscheinenden Sekundärquellen auf gemeinsame Nenner abzuklopfen. Als bedeutend erweisen sich für das Gros der eingeführten Autoren innerstaatliche und EU-gemäße Legislativzusammenhänge. Öffentlich-Rechtliches wird als systemisch verankert, reglementiert und reguliert erachtet. Jede Einschätzung, jede Prognose muss die legislative Komponente stark mitdenken. Wirtschaftliche, technische, inhaltliche oder publikumsbezogene Aspekte geraten hier an Grenzen. Deren Erweiterung, Dehnung, Unterwanderung ist in der Praxis aufzuspüren. Dafür wählen viele Studien wie dargelegt eine Gangart, die nah am jeweiligen Programmauftrag und dessen wert- und messbarer Erfüllung bleibt. Dies ist insofern bemerkenswert, weil eine Operationalisierbarkeit entsprechender Methodenvorschläge selten belegt wird. Etliche Schriften präsentieren wie erläutert beispielhafte Fälle – oftmals in Form aneinandergereihter Vorkommnisse – die als Indiz reichen sollen, wann und wo wer mit wem verstrickt wogegen verstößt, was voranbringt, welches verhindert. Methodisch greift das in häufiger Verknappung auf reine Deskription zu kurz. Als Bilanz bleibt, dass Textformen eines Programmauftrags in erster Linie Verabredungen bezüglich existenter rechtlicher Fundamentierungen sind. Sie mögen als eine Untersuchungskategorie etwa in komparatistischer Absicht Einsatz finden. Im Aussagehalt aber bleiben sie per se limitiert. Sie müssen in größere Rubrikenschemas verbaut werden, um Analysen stichfest voranzutreiben. Ein anekdotisches Abklopfen zu Wahrung oder Widerspruch des Programmauftrags stagniert im Beliebigen. Harrison und Woods heben zudem richtig auf terminologische Unsicherheiten ab:

> „While expectations about what public service values entail have engendered common agreement, problems remain about how to define abstract criteria such as public interest, citizenship, universality and quality, and to find the best way in which these may be exercised, measured and evaluated in a multi-channel broadcasting environment."[549]

[549] Harrison/ Woods 2007, S. 40

Ein anderer und besser als Gradmesser geeigneter Faktor, den zahlreiche Publikationen zu öffentlich-rechtlichen Gegenständen heranziehen, ist die jeweilige Finanzierung. Wer gibt in welcher Weise wie viel Geld für welche Leistungen ist zentrale Überlegung dahin, was Öffentlich-Rechtliches leisten kann, sich leisten will und sich aufgrund rechtlicher Prämissen leisten darf. Innewohnend ist dem nicht bloß die Aufrechnung: Etat = Programm. Legislative, personelle, wirtschaftliche, technische, User-bedingte Gesichtspunkte strahlen neben Produkt und Inhalt in Budgetüberlegungen und -entscheidungen ein.

Angerissen ist hierin die Bedeutung des nationalen und gesamteuropäischen gesetzlichen Umfeldes. Diskutierte Schriften in diesem Theoriekapitel heben immer wieder auf Argumente der Regulierung, Deregulierung, Re-Regulierung ab. Indirekt, weil von extern perspektiviert, koppelt daran die Betrachtung organisationaler Konzeptionen öffentlich-rechtlicher Rundfunkorgane. Peripher referrierte Journalistenbefragungen und überhaupt akteurszentrierte Titel werten interne Betrachtungspositionen aus. Selten ergibt sich ein Transfer, der Organigramm, Betriebsaufstellung und Betriebskultur als Mesoebene zwischen dem Metaraum medialer Gesamtumgebung und dem Mikrolevel der tatsächlichen medial-inhaltlichen wie unternehmens- und programmplanerischen Aktion einzieht. Dieses Desiderat möchte ich in der Aufbereitung des Kategorienrasters aufgreifen. Die Parameter „Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils“, „Finanzierung“ und „Öffentlich-rechtliche Organisationsform“ werden folgend auf ihren methodisch-empirschen Gehalt geprüft.

2.3.4.1 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils

„*Je nach gesellschaftlicher Entwicklungsphase kommt es zu bestimmten Regelungsformen für die Medien. Diese sind stark von der Zeit, in der geregelt wird, abhängig, und zwar von den jeweils vorherrschenden ökonomischen, politischen und kulturellen Paradigmen*“[550], erläutert Olaf Jarren. Matthias Künzler vervollständigt:

> „Innerhalb dieser historischen Situation versuchen mittelbare Akteure (Akteure des politischen Systems) und unmittelbare Akteure (Interessenverbände, Wissenschaft, Medienorganisationen etc.) ihre Vorstellungen und Zielsetzungen über den wünschenswerten sozialen Gebrauch eines Mediums durchzusetzen; freilich innerhalb des Handlungsspielraums der ihnen durch die politische Verfasstheit eines Staates zugestanden wird.“[551]

[550] Jarren 2002, S. 12
[551] Künzler 2003, S. 98

Ausrichtung gewönnen sie gleichsam an „*gesamtgesellschaftlichen Normen, Werten und (...) zu einem bestimmten Zeitpunkt vorhandenen Paradigmen*“[552], fährt Künzler fort und bewertet: „*Innerhalb eines solchen komplexen Beziehungsnetzwerks können sich letztlich bestimmte Zielvorstellungen durchsetzen und werden rechtlich normiert (wobei Rechtsnorm und -praxis teilweise durchaus voneinander abweichen können)*.“[553] Hallin und Mancini verwenden in ihrem vergleichenden Vorgehen 2004 als scheidende Kategorie die Verquickung von politischem Parallelismus mit „*broadcast governance and regulation*“[554]. Die Facettierung, welche sie nach Humphreys (1996) vornehmen – „*government model*“; „*professional model*“; „*parliamentary or proportional representation model*“; „*civic or corporatist model*“[555] – ist in Teilen überholt. Treffend bleibt die Begründung einer Kriteriensetzung in dieser Richtung:

> „Because they are public bodies, public broadcasting systems and the regulatory agencies responsible for supervising commercial broadcasting obviously have a significant relationship to the political system. These relationships vary significantly in form, however, and could also be said to reflect different degrees and forms of political parallelism.“[556]

Beck hebt mit Blick auf Hallin und Mancini hervor: „*Die Frage der politischen Einflußnahme auf die Medienorganisation, besonders die staatliche Medienregulierung spielt – aus guten normativen Gründen – eine größere Rolle in der historischen kommunikationspolitischen und der international vergleichenden Forschung.*“[557] Dirk Arnold unterstreicht in seiner richtunggebenden Modellbildung das Gewicht staatlicher Medienregulierungsmaßnahmen für die Einschätzung medialer Landschaften. Auch er sucht den Zugang über ein Ausleuchten des „*medienpolitischen Aushandlungsprozesses*“[558] und genauer der Positionen bestimmter Stakeholder:

> „Zu den relevanten Akteuren zählen neben Medienunternehmen wie Verlage, Rundfunkorganisationen, Distributions-, Filmproduktions-, Werbeunternehmen ebenso medienspezifische Interessenverbände, politische Parteien, zivilgesellschaftliche Akteure wie soziale Bewegungen, Kirchen und Wissenschaft und nicht zuletzt staatliche Akteure.“[559]

Zu finaler Gruppe rechnen Regierungen, Parlamente, Wettbewerbs- und Regulierungsbehörden sowie supra- und international verhaftete Organe etwa der EU.[560]

[552] Künzler 2003, S. 98
[553] Künzler 2003, S. 98f.
[554] Hallin/ Mancini 2004, S. 30
[555] Hallin/ Mancini 2004, S. 30f; vgl. auch Humphreys 1996, S. 155ff.
[556] Hallin/ Mancini 2004, S. 30
[557] Beck 2012, S. 17
[558] Arnold 2014, S. 28
[559] Arnold 2014, S. 28
[560] Vgl. Jarren 2013, S. 19

Arnold verjüngt den Blick auf verabschiedete Regulierungsinstrumente und prüft deren Anwendung innerhalb der jeweiligen mediensystemischen Bezugsflächen, „*wobei das Ausmaß und die Formen staatlicher Regulierung national unterschiedlich sein können"*[561]*.* Den Objektbereich der Untersuchung steckt Arnold dergestalt ab:

> „Bezüglich der Regelsetzung stehen hoheitliche Maßnahmen des Staates in Form von Anordnungen, aber auch in Form anderer Arten der Einflussnahme, wie beispielsweise durch Verträge oder Fördermaßnahmen im Mittelpunkt. Hinsichtlich der Regeldurchsetzung und -sanktio-nierung interessiert, welche Gestaltungsmöglichkeiten der Staat seinen von ihm beauftragten Regulierungsbehörden sowie darüber hinaus nicht-staatlichen Akteuren bezüglich der Sicherstellung bestimmter Regulierungsziele einräumt und in welcher Form diese Regulierungsziele erfüllt werden."[562]

Für mich gewinnbringend ist die von Arnold inhärent gesetzte gesellschaftliche Normen- wie Werteaufladung solcher Regulierungsmatrices. Öffentliche Diskurse zur Rolle der Medien als „Vierte Gewalt" spielten in die Genese jeweiliger Schemata gleichsam hinein wie kulturelle, politische oder wirtschaftliche Sichtweisen und Einflussnahmen. Diese Vorgänge kulminierten in der Verankerung von Legislativkorpi genauso wie in der Fixierung dezidierter Programmaufträge. Diese sind wiederum angelagert an rundfunkstaatsvertragliche oder mediengesetzliche Bestimmungen. „*Es ist anzunehmen, dass es länderspezifische Unterschiede hinsichtlich der Gewichtung politischer, sozio-kultureller und ökonomischer Ziele gibt*"[563], stellt Arnold hypothetisch voran. Konsekutiv brächten variante Regulierungskonzepte jeweils eigene Maßnahmenkataloge hervor. Überzeugend verdichtet der Autor hinsichtlich öffentlich-rechtlicher Medienbereiche. Diese erführen ob nationaler wie übernationaler Regulierungen multiple mediensystemische Aufladungen.[564] Dabei stellten EU-Vorgaben lediglich „*einen Kontextfaktor dar, der auf die Rahmenbedingungen nationaler politischer Prozesse einwirkt"*[565]*.*

Arnold richtet seine Typologie der Medienregulierung an zentralen Untersuchungskriterien aus. „*Zu diesen gehörten die Integration publizistischer Online-Medien in Prozesse der Regelsetzung und -durchsetzung, die Instrumente zur Förderung der Medienvielfalt, die Unabhängigkeit und Effektivität der Regeldurchsetzung und -sanktionierung durch die MRB sowie Formen des Einbezugs nicht-staatlicher Akteure in die Medienregulierung.*"[566] Anhand dieser Kategorien feilt er Unterschiede

[561] Arnold 2014, S. 29
[562] Arnold 2014, S. 32
[563] Arnold 2014, S. 62
[564] Vgl. Arnold 2014, S. 145; vgl. auch Puppis 2010, S. 97f.
[565] Arnold 2014, S. 103
[566] Arnold 2014, S. 275; „MRB" meint „Medienregulierungsbehörde(n)".

und Gemeinsamkeiten heraus, um die 27 Länder im EU-Sample in vier Gruppen zu scheiden. Arnold differenziert in Staaten mit einem „*minimalistisch-liberalen Medienregulierungsstil*“, einem „*Light Touch-Medienregierungsstil*“, einem „*interventionistischen*“ oder einem „*klientelistischen Medienregulierungsstil*“[567]. Der Autor betont eine Zuweisung über vorherrschende Ausprägungen. Wo gegeben kümmert er sich um erweiternde Spezifikation politisch-rechtlicher Traditionen, kultureller Grundhaltungen und institutioneller Strukturen.

Minimalistisch-liberaler Medienregulierungsstil:

„*Das Hauptcharakteristikum für Staaten mit einem minimalistisch-liberalen Medienregulierungsstil (…) besteht in einer starken Zurückhaltung des Staates, sowohl die Regelsetzung als auch die Regeldurchsetzung betreffend*“[568], konstatiert Arnold. Wo die Gestaltung der ökonomischen Ordnung größtenteils den Privaten überantwortet sei, passierten kaum medienbetreffende Fusionskontrollen. Medienkonzentration und Medienbesitz ergäben sich weitgehend frei über den Markt. Auch inhaltlich mische sich der Staat selten in Programmliches ein, erkennt Arnold. „*Allenfalls bestehen moderate kulturpolitische Vielfaltsmaßnahmen dergestalt, dass Medien mit kulturellem Schwerpunkt oder Medien in Landes- und Minderheitensprachen staatliche subventioniert werden*“.[569] Für den Bereich der öffentlich-rechtlichen Organe sieht der minimalistisch-liberale Regulierungsstil keine „*Genehmigungsverfahren zur Beurteilung des publizistischen Mehrwerts (PVT) von neuen Informations- und Kommunikationsdiensten des PSB*“[570] vor. Überhaupt unterstreicht Arnold ein erkennbares Fehlen von Regularien für die Integration von Online-Medien. Im Vertrauen auf den Markt setze der Staat auf ein Selbstregulierungsmodell der Medien und halte sich entsprechend zurück. Das Gros der hier versammelten Exempel gehört zu den postkommunistischen Staaten Osteuropas. (Zypern, Tschechische Republik, Estland, Litauen, Lettland, Luxemburg, Malta, Polen)

Light Touch-Medienregulierungsstil:

> „Ein charakteristisches Merkmal, welches zur Bezeichnung des Typus führte, ist, dass sich die Länder dieser Gruppe (…) im Einklang mit den

[567] Arnold 2014, S. 275
[568] Arnold 2014, S. 276
[569] Arnold 2014, S. 276
[570] Arnold 2014, S. 276

> Light Touch-Prinzipien befinden, wonach die staatlich-hoheitlichen Regulierungsmaßnahmen durch die Etablierung und Co- und Selbstregulierungsformen wirksam unterstützt bzw. ergänzt werden."[571]

Regulierungsaufgaben würden zunehmend an die regulierten Unternehmen delegiert. „*Das Ausmaß an Formen, in denen der Staat Teile des Regulierungsprozesses den regulierten Unternehmen überantwortet, korrespondiert mit der Art und Weise der Regeldurchsetzung und Sanktionierung sowie der Regulierungskultur in den Staaten dieser Gruppe.*"[572] Die Medienregulierungsbehörden überprüften in der Regel zwar die Einhaltung inhaltlicher Vorschriften, suchten aber im Verstoßfall eher das klärende Gespräch mit den Medienbetrieben, denn verhängten sie direkt Strafen. „*Staaten mit einem Light Touch-Medienregulierungsstil spielen weiterhin eine Vorreiterrolle bei der Anpassung ihrer Medienregulierung an Prozesse der Digitalisierung und der technischen Konvergenz*"[573], wertet Arnold. Die von ihm in dieser Kategorie gruppierten Staaten kümmern sich um eine Ausweitung der Vorgaben im Bereich publizistischer Online-Medien, „*um die Zukunftsfähigkeit ihrer Medienmärkte zu sichern*"[574]. Selbst dort wo wie in Deutschland keine allgemeinen Mediengesetze in Kraft sind, finden sich doch bestimmte Segmente (Kinder- und Jugendschutz, Quellen- und Informantenschutz etc.) plattformübergreifend geregelt. Deutschland nimmt denn auch publizistische Online-Medien in die Konzentrationskontrolle ein. Bis auf Italien haben sämtliche Vertreter dieser Gruppe *Ex-Ante*- beziehungsweise *Public Value-Tests*[575] etabliert. Bedeutsam ist hier das weitgehende Zusammendenken von Infrastruktur und Inhalt, was sich in Schaffung einer integrierten Medienregulierungsbehörde erzeigt. In einigen Staaten wie Österreich ist zudem ein so bezeichneter „Single Regulator" für den Telekommunikations- und den Rundfunksektor zuständig.

> „Staaten mit einem Light Touch-Medienregulierungsstil weisen weder ein staatszentriertes Regulierungsverständnis auf, welches durch die hierarchische Anwendung des rechtlichen Steuerungsinstrumentariums inklusive Überwachung und Durchsetzung der Regeln gekennzeichnet ist. Noch weisen sie einen rein liberalen Ansatz auf, bei dem sich der Staat zurückhält und auf die Selbstkontrolle durch die Medienunternehmen setzt."[576]

[571] Arnold 2014, S. 278
[572] Arnold 2014, S. 279
[573] Arnold 2014, S. 279
[574] Arnold 2014, S. 279
[575] Vgl. zur theoretischen Diskussion des „Public Value"-Begriffs und praktischen Umsetzungen Karmasin/ Süssenbacher/ Gonser 2011. Auffassungen der Sampelstandorte hierzu refiert Kapitel 4. Für den ORF beispielsweise meint Public Value „*die gemeinwohlorientierte Qualität der öffentlich-rechtlichen Medienleistung*" (ORF 2014, S. 2).
[576] Arnold 2014, S. 280

Dessen ungeachtet erkennt Arnold als Haupttreiber wirtschaftliche Argumente wie Standortsicherung und Wettbewerbsfähigkeit heimischer Medien. In diesem Umfeld sehe das Gros ein Gestaltungsideal, das ein Medienangebot der Meinungsvielfalt garantiert wissen wolle. Als typische Vertreter dieser Kategorie etikettiert der Autor Großbritannien, Deutschland und Irland, wobei die Mediensysteme der beiden Letztgenannten sich entlang des erstgenannten Vorbilds entwickelt hätten. Besonders „*das Fehlen direkter staatlicher Subventionen und die starke Stellung des PSB*“[577] ließen sich als Gemeinsamkeiten ins Feld führen. Anders als in Großbritannien sei der öffentlich-rechtliche Sektor in Deutschland dezentral aufgespannt. Die Aufsicht erfolge in plural ausgestalteter Form:

> „Wesentlich für die Einordnung Deutschlands in die Gruppe von Ländern mit einem Light Touch-Regulierungsstil ist, dass für die Landesmedienanstalten industriepolitische Erwägungen wie die Wahrung regionaler Standortinteressen von großer Relevanz sind und informelle Maßnahmen, wie Beratungen mit den regulierten Medienunternehmen, Anwendung finden.“[578]

Grenzfall des besprochenen Typus nennt Arnold neben Italien und Finnland auch Österreich.

> „In Österreich existieren umfangreiche allgemeine als auch selektive direkte Pressesubventionen, um eine strukturelle Vielfalt an Printmedien sicherzustellen. Bezüglich der anderen Kategorien weist Österreich die für den Light Touch-Medienregulierungsstil kennzeichnenden Merkmalsausprägungen auf. Dazu gehören formelle als auch informelle Verhandlungen und Absprachen zwischen den privaten und den öffentlichen Medienorganisationen und den politischen Entscheidungsträgern.“[579]

Interventionistischer Medienregulierungsstil:

Diese Herangehensweise bezieht sie „*auf den Einsatz von Instrumenten (…), die der Erfüllung soziokulturell begründeter medienpolitischer Ziele dienen wie die Wahrung nationaler bzw. regionaler und kultureller Identität*“[580], erläutert Arnold. Diese Länder spannten komplexe Subventionsnetze auf, welche gesetzlich verankert nach besonderen Kriterien über unabhängige Organe exekutiert würden. Solche staatliche Unterstützung schließe inzwischen publizistische Online-Medien ein. Über EU-Vorgaben hinaus erlasse dieser Sampleausschnitt Normen zur Wahrung sprachlicher, kultureller und regionaler Eigenheiten. Individuelle zivilgesellschaftliche Akteure

[577] Arnold 2014, S. 282
[578] Arnold 2014, S. 282
[579] Arnold 2014, S. 283
[580] Arnold 2014, S. 284

sowie soziale Organisationen, Verleger und Journalisten arbeiteten an der Ausformulierung und Umsetzung regulativer Maßnahmen mit. Arnold bilanziert:

> „In Staaten mit einem interventionistischen Medienregulierungsstil (BE, DK, FR, NL, SE) besteht ein wesentliches Leitziel in der Förderung sozial und kulturell bedeutsamer Medieninhalte und es herrscht gesellschaftlicher Konsens darüber, dass die Aufrechterhaltung einer pluralistischen Medienstruktur im öffentlichen Interesse ist.“[581]

Hier fänden sich Gemeinsamkeiten mit Hallin und Mancinis demokratisch-korporatistischem oder nord- und mitteleuropäischem Modell: „*In beiden Typen nimmt der Staat eine aktive Rolle ein, um Medienvielfalt mit interventionistischen Maßnahmen zu fördern.*“[582]

Klientelistischer Medienregulierungsstil:

In den Staaten dieser Kategorie „*herrschen Diskrepanzen zwischen der Regelsetzung einerseits und der Regeldurchsetzung andererseits*“[583]. Die Reihe gesetzlicher Bestimmungen sei lang, gewiss meist inkohärent. Das führe wiederum dazu, dass sie nicht miteinander umgesetzt werden könnten oder gar nicht angewandt würden. In die Hände spielte dem der Umstand, dass die jeweiligen Medienregulierungsbehörden entweder zu geringe Durchsetzungskraft an den Tag legten oder zu restriktiv vorgingen und damit die Medienfreiheit beschnitten. „*Hinsichtlich der de facto-Unabhängigkeit der MRB von EU-Mitgliedsstaaten dieser Gruppe finden sich Einschätzungen, wonach die Entscheidungsfindung der MRB von Akteuren der politischen Sphäre sowie der regulierten Wirtschaft beeinflusst und somit die Regulierung nicht unparteiisch umgesetzt wird*“[584], urteilt Arnold. Dies betreffe besonders die Vergabe von Lizenzen, „*wo eher politische als öffentliche Interessen ausschlaggebend sind*“[585]. Überhaupt seien die klientelistischen Beziehungen zwischen politischen Protagonisten, Mitgliedern der Medienregulierungsbehörden und den Medienunternehmen auf formeller wie informeller Ebene vielfältig. Das Übergewicht liege dabei beim Staat. Dessen „*Bevormundung zeigt sich hierbei darin, dass politische Entscheidungsträger häufig direkt auf Medien Einfluss nehmen und in die Medienfreiheit eingreifen*“[586]. Als Paradebeispiel exponiert Arnold Ungarn. Rechtliche Hürden im

[581] Arnold 2014, S. 285; Belgien (BE), Dänemark (DK), Frankreich (FR), Niederlande (NL), Schweden (SE)
[582] Arnold 2014, S. 299
[583] Arnold 2014, S. 299
[584] Arnold 2014, S. 290
[585] Arnold 2014, S. 290
[586] Arnold 2014, S. 291

Massenmedien- und Medienfreiheitsgesetz, variante Programm- und Genehmigungspflichten sowie die Praxis der Regelumsetzung schränkten als staatliche Interventionen die Medienfreiheit ein. Die Berufung der Präsidentin der Medienregulierungseinheit durch den Ministerpräsidenten und die enorme Machtkonzentration in ihren Händen, schlössen eine unparteiliche Ausübung dieser Position aus. Ungarn gehört neben Slowenien, Polen und der Slowakei zu den Gruppenvertretern, die publizistische Online-Medien umfassend in ihre Regulative aufnehmen. Ungarns Medienregulierung agiert in Teilen bereits konvergent. Slowenien hat die Förderprogramme für Online-Medien geöffnet.[587] Arnold vermutet:

> „Es ist anzunehmen, dass der distinkte Regulierungsstil, der sowohl für die zwei südeuropäischen EU-Mitgliedsstaaten Spanien und Portugal als auch für die mittel- und südosteuropäischen EU-Mitgliedsstaaten Slowakei, Ungarn, Slowenien, Rumänien, Bulgarien und Griechenland charakteristisch ist, auf den politisch-rechtlichen Traditionen und kulturellen Grundhaltungen dieser Länder beruht. Auffällig ist, dass alle Staaten dieser Gruppe eine autoritäre Vergangenheit besitzen, die bis Mitte der 1970er Jahre bzw. bis 1989 zurückreicht.“[588]

Hallin und Mancinis polarisiert-pluralistisches oder mediterranes Modell lässt Parallelen erkennen: „*Für beide Typen sind Formen der informellen Instrumentalisierung und eine starke Verflechtung von Medienunternehmen und politischen Akteuren kennzeichnend.*“[589]

[587] Vgl. Kapitel 5.4.2. und 5.5.2
[588] Arnold 2014, S. 294f.
[589] Arnold 2014, S. 298

Abb. 12_Theorie: „Vergleich der Typen von Medienregulierungsstilen“

	Minimalistisch-liberal	Light Touch	Interventionistisch	Klientelistisch
Integration publizistischer Online-Medien	Niedriger Integrationsgrad (keine Kompetenzausweitung und keine PVT)	Hoher Integrationsgrad (PVT, partiell konvergente MRB)	Hoch in Bezug auf Vielfaltsinstrumente (Ausweitung Subventionen sowie PVT)	Mittlerer Integrationsgrad
Instrumente der Vielfaltssicherung	Kaum Medienkonzentrationsbestimmungen; minimale regulative Programmvorgaben; moderate kulturpolitische Vielfaltsmaßnahmen	Förderung struktureller Medienvielfalt (Fusionskontrollen, Cross-Media-Bestimmungen)	Komplexe umfassende Subventionsmodelle und regulative Quotenvorgaben	Große Anzahl an Rechtsvorschriften bezüglich der Vielfaltssicherung
Unabhängigkeit und Effektivität der MRB	Weitestgehend Selbstkontrolle; nachsichtige Sanktionierung	Konsultationen und Zusammenarbeit mit den Medienunternehmen; Anwendung weicher statt restriktiver Sanktionsmaßnahmen)	Regelmäßige Kontrollen und moderate Sanktionierung	Hoher Grad an informellen und klientelistischen Beziehungen; geringer Grad an de facto-Unabhängigkeit; geringe Effektivität der Regeldurchsetzung
Einbezug nichtstaatlicher Akteure	Geringer Grad an Co-Regulierung; hoher Grad an partizipatorischen Formen	Hoher Grad an Co-Regulierung und an partizipatorischen Formen	Mittlerer Grad an Co-Regulierung und an partizipatorischen Formen	Sowohl informelle Verflechtungen als auch rechtliche Verbindungen zw. staatlicher und nicht-staatlicher Regulierung

Quelle: Arnold 2014, S. 304

Statt einer Konzentration auf westliche Prägungen oder Transformationsprozesse in vergleichsweise jüngeren Demokratien, bietet Arnold eine Gesamtschau.

> „Als Ergebnis ist festzustellen, dass die zehn osteuropäischen EU-Mitgliedsstaaten keinen gemeinsamen distinkten Medienregulierungsstil aufweisen. Die osteuropäischen EU-Mitgliedsstaaten weisen entweder einen klientelistischen (BG, HU, RO, SI, SK) oder einen minimalistisch-liberalen Medienregulierungsstil (CZ, EE, LT, LV, PL) auf.“[590]

In kommenden Jahren sei nicht mit einem europaweiten Verschmelzen von Regulierungsmechanismen und -institutionen zu rechnen. Zu markant wichen medienpolitische Leitbilder, sonstige politische, soziale, kulturelle oder wirtschaftliche Parameter voneinander ab. Damit gerät eine vergleichende Bilanz der Regulierungsstile zum hinreichenden Kriterium einer kategorialen Scheidung öffentlich-rechtlicher Medienumgebungen innerhalb der EU. Staatliche, zivilgesellschaftliche oder ökonomische

[590] Arnold 2014, S. 302; Bulgarien (BG), Ungarn (HU), Rumänien (RO), Slowenien (SI), Slowakei (SK)

Stakeholder bei Diskussion und Implementierung von Regulierungszielen kritisch zu beleuchten, liefere robuste Belege für Mediensystemanlagen über den reinen Abgleich von Gesetzestexten und Organisationsskizzen hinaus.[591] Einem Ausufern in mediensystemisch, medienlandschaftlich, national wie international medial womöglich relevanten Komponentenansammlungen wird Vorschub geleistet. Selbstredend werden länderspezifische Eigenheiten für eine valide Einordnung der Ergebnisse meiner Studie unabdingbar sein. Kapitel 4 erklärt die für die Untersuchung ausgewählten öffentlich-rechtlichen Objektumfelder anhand der Kategorie „Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils“, wie sie Abbildung 12_Theorie aufschließt.

2.3.4.2 Kategorie: Finanzierung

In Anlehnung an den Kategorienkorpus „Medienregulierung“ ist der Faktor „Finanzierung“ gesetzt. Nationale Reglements sehen in Abstimmung mit EU-Leitplanken jeweils eigene Formen vor, öffentlich-rechtliche Medienbetriebe pekuniär auszustatten. Gebühren oder Beiträge häufig als eine Art Sondersteuer von staatlichen oder extern gesetzten Stellen eingezogen, bilden eine Variante. Mischformen ergeben sich über Konzepte, die zudem Werbeeinkommen oder staatliche Zuschüsse einkalkulieren. Letztere können an programmliche Inhalte oder technische Ausspieloptionen gebunden sein oder als Gesamtpaket zur breiteren Verwendung ergehen. Am anderen Ende des Spektrums steht der rein staatliche Unterhalt in Ausnahmen ergänzt durch Reklamezugewinne. Robert G. Picard überblickt:

> „The mechanisms of public funding for public service broadcasting include compulsory licence fees, general and special tax funds, and state grants of various kinds. Additional funds are generated by some broadcasters through commercial activities ranging from program sales, paid audio and video services, video sales, and less directly related activities such as magazine publishing, concert promotions, and seminars and trainings. Some public service broadcasters also sell various advertising and sponsorship that raise additional income from the market, and others seek and receive grants and gifts from non-governmental sources to support their activities.“[592]

Innovation und Fortbestand von Produkten wie Kanälen richten sich nicht nur nach programmauftraglicher Verpflichtung und Ausrichtung, sondern schließlich nach budgetären Gehalten. „*Challenges to the once dominant public broadcasters have thus*

[591] Vgl. Arnold 2014, S. 313
[592] Picard 2006, S. 185f.

come from a variety of directions but have been principally about funding"[593], stellen Papathanassopoulos und Negrine fest. Die Quellen speisen neben Geld Stakeholderinteressen ein. „*Many parliaments and regulatory agencies have already pressured their PSBs to seek additional revenue from other sources, recognising the inability of governments to fund the growing financial needs of broadcasters"*[594], führt Picard an. Vielerorts stünde repetierend die finanzielle Belastung der Rezpientenhaushalte in der Diskussion. Die Umwidmung der „Gebühren" in „Beiträge" als Haushaltsabgabe führt ab 2013 in der deutschen Presse zu Kontroversen über die Frage: „*Ist der Rundfunkbeitrag rechtens?*" [595] In Ungarn werden 2002 „*die Rundfunkgebühren abgeschafft und die Staatsfinanzierung eingeführt, was der nationalistisch orientierten Regierung von Viktor Orbán in die Hände spielt*"[596].

Beck vertritt die Überzeugung: „*Die Zahlungsbereitschaft für ein 'öffentliches Gut', das ohnehin zur Verfügung steht, ist gering*."[597] Überlegungen in diese Richtung treffen nicht bloß das duale Gefüge nationaler Medienmärkte, sondern gelangen im Zuge digitalen Zugangs in größeren internationalen Wettbewerbszusammenhang. Auch schlagen bei Beitragseingängen einzelner Öffentlich-Rechtlicher demografische Komponenten signifikant zu Buche. All dies spricht für eine kategoriale Behandlung finanzieller Strukturen.

Picard deskribiert als Trend bereits 2006, was bis dato auszumachen ist: „*Public service broadcasting funding is undergoing significant change and broadcasters as a whole are increasingly less reliant upon public funds and more dependent upon non-public sources of revenue*."[598] Entwicklungen dahin seien mit höchster Aufmerksamkeit zu beobachten. Passen die akquirierten Zusatzquellen zu medialer Reglementierung und Programmauftrag? „*The new initiatives and funding sources, particularly those involving advertising and consumer payments, will increasingly change the revenue base of broadcasters and produce more conflicts with commerical media enterprises*"[599], konstatiert Picard. Für diese Einschätzungen geht der Autor zurück in die Gründungsszenarien europäischer öffentlich-rechtlicher Veranstalter und leitet aus dem jeweils zeitgenössischen Kontext die Wahl einer Finanzierungsart ab. Deren

[593] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 25
[594] Picard 2006, S. 187
[595] Die Welt 2016
[596] Huber 2013
[597] Beck 2017, S. 13
[598] Picard 2006, S. 183
[599] Picard 2006, S. 183

Fortschreibungen eingedenk wertet er: „*Because of the domestic differences in history, culture, and politics among nations, the funding mechanisms and sources for public service broadcasting vary widely und no ideal form exists because funding must accommodate varying social, cultural, and political realities.*“[600] Dessen ungeachtet hätten sich inzwischen bestimmte Finanzierungsprinzipien als „*ideal*“[601] erwiesen. Picard hebt dabei auf konstante Einnahmen in ausreichender – inflationsberücksichtigender – Höhe ab, um eine gewisse Planungssicherheit zu gewährleisten, eine ausreichende Unabhängigkeit von schädigenden unter anderen politischen oder wirtschaftlichen Interessenlagen und Konkurrenzfähigkeit im dualen Umfeld gegenüber dem kommerziellen Sektor zu sichern. „*Today, all public service broadcasters rely on mixed sources of funding, but the degree to which they do so vary*“[602] betont der Autor und schlägt eine dreistufige Einteilung vor in die Finanzierungskategorien „*public (state mandated or provided), commercial, and other*“[603]. Somit ließe sich grundsätzlich abgleichen, zu welchen Finanzquellen die wesentlichen Abhängigkeiten bestünden. Die gelte es wiederum zu entwirren, um zu Eindrücken der anstaltsindividuellen Gemengelagen und Stakeholderrelationen zu gelangen.

Terminologisch zurrt Picard allgemein fest: „*Licence fees represent a form of collective broadcasting finance in which audiences fund some or all of the service provided.*“[604] Traditionell sei dies die gängigste Art öffentlicher Finanzierung, wie sie bis heute die EU zu stützen sucht. Resultierte die meist als Geräteabgabe kodifizierte Aufwendung aus der in den frühen Jahren des Rundfunks anlaufenden Versorgung der Bevölkerung mit Endgeräten und hing damit an der reellen Möglichkeit, Programm zu rezipieren, gerät das inhärente Moment staatlicher Unabhängigkeit über eine gesonderte monetäre Modellage im Zuge einer weitergehenden Ausbreitung des Mediums erst Radio, dann Fernsehen in den Vordergrund. „*As a result, licence fees are seen as having three distinct advantages*“[605], folgert Picard und verweist logisch auf Horace Newcombe.

> „First, it assigns the cost for broadcasting directly to its consumers. Second, this tends to create a mutual and reciprocal sense of responsibility between the broadcasters and the audience, which, third, frees the broadcaster from control and influence by governments (as might be the case

[600] Picard 2006, S. 185
[601] Picard 2006, S. 185
[602] Picard 2006, S. 186
[603] Picard 2006, S. 186
[604] Picard 2006, S. 187
[605] Picard 2006, S. 187

where direct government support exists) or advertisers (as might be the case in commercial systems).“[606]

Die so gewonnenen Zuwendungen stünden nicht zur vollkommen freien Verfügung der öffentlich-rechtlichen Einheiten. Sie seien gesetzlich an Programmaufträge und weitere Einschränkungen besonders im Kontext eines fairen Wettbewerbs mit kommerziellen Privatveranstaltern gebunden. Picard weist auf einen zusätzlichen Faktor hin, der sowohl die Beziehung zwischen – zahlender – Gesellschaft und „ihrem“ Öffentlich-Rechtlichen merkbar mache, wie auch jene zwischen Genannten und einer dritten Position, welche Gebühren und Beiträge einsammle. „*These (licence fees, Anm. D. Verf.) are typically collected by a government agency or government-authorised agency. In some nations fees are collected more indirectly with levies added to electrical bills, for example.*“[607] Selten sei die vormals gängige Variante, öffentlich-rechtliche Betreiber gleichsam als Einzugsstelle zu setzen. Die auf nationalen wie supranationalen Ebenen wiederkehrende Kontroverse, eine solche Finanzleistung des Bürgers als „Steuer“ zu deklarieren, reiße generelle Fragen der regierungspolitischen und staatlichen Unabhängigkeit, Meinungsfreiheit oder öffentlich-rechtlichen Setzung und Legitimation auf. Realiter muss man solche Gesichtspunkte auch an bestehende Gefüge anlegen, will man ein valides Bild der Öffentlichen-Rechtlichen im entsprechenden Kontext zeichnen und brauchbare Vergleiche untereinander ermöglichen. Gleichfalls ist ein striktes Scheiden des Feldes stattlicher Zuwendungen aus speziell etikettierten Steuern oder einem gesamten Haushaltstopf angezeigt. So hebelt die Gegenwart beispielsweise im Falle Ungarns Picards Dreischritt aus. Eine diffus an der Budgetgewalt der Regierung hängende monetäre Ausstattung der öffentlich-rechtlichen Medien schafft eine Situation, welche Picards Kategorie „licence fees“ auf den Prüfstand stellt. Für meine Arbeit schlage ich folglich in Kapitel 3.4.3.5.2 eine neben bloß prozentualer Anteilsgewichtung aufmerksame Schau hinsichtlich konkreter Gestaltung vor.

Picard setzt als essentiellen Parameter kommerzieller Finanzierung den Posten „Werbung“. Für etliche Öffentlich-Rechtliche in Europa bestünde darin die zweite Säule im Etat nach den Einnahmen aus den Gebühren, Beiträgen oder Steuern. Die Akquise verlaufe im Wettrennen mit privat-kommerziellen Medienbetreibern, bliebe gleichwohl durch gesonderte rechtliche Rahmung variant. „*The increasing reliance of*

[606] Newcomb 1997, S. 956
[607] Picard 2006, S. 190

many public service broadcasters on advertising for income is strategically problematic (...) because it is recognized as an uncertain form of revenue on which dependence can be damaging“[608], gibt er zu bedenken. Nach nationaler rechtlicher Ausrichtung anders gelagert sind ebenfalls die Statuten zu Zusatzgewinnen aus Lizenz- und Programmverkäufen, Zweit- und Drittverwendungen, Veranstaltungseinnahmen, Merchandising für die öffentlich-rechtliche Dachmarke oder einzelne Formate, Persönlichkeiten etc. Daran dockt der Brückenschlag zu demografischen Argumenten oder der Größe des jeweiligen öffentlich-rechtlichen Veranstaltungsgebiets an. Letzteres weitet sich indirekt über Parameter wie Sprachverwandtschaft, so dass finanzkräftigere öffentlich-rechtliche Adressen aus Deutschland ungleich angebotsreicher in Österreich oder die Schweiz einstrahlen. Die ungarische Minderheit in Slowenien empfängt neben dem begrenzten muttersprachlichen Programm im nationalen Öffentlich-Rechtlichen genauso ein weit amplifiziertes direkt aus Ungarn. DVD- und Tonträgerabsatz richten sich dies- und jenseits staatlicher Schranken nach dem Volumen potentieller Käufer.

Geschaffen ist ersichtlich über die Kategorie „Finanzierung“ ein Bündel distinguierender und determinierender Dimensionen. Die Gewichtung in pekuniäre Quellen weist in Kapitel 3.4.3.5.2 zunächst den methodischen Weg. Kapitel 4 liefert die Detailsättigung, um ausgesuchte Exempel robust zu scheiden. „*Today public service broadcasters face the extraordinary challenge of building viewer and listener support and political will to continue collective public funding – whether in form of license fees or other mechanisms – and to expand the sphere of public broadcast activities beyond the airwaves*“[609], resümiert Picard.

2.3.4.3 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform

Als dritte maßgebliche Einheit zur Deskription öffentlich-rechtlicher Medienobjekte dient die Distinktion nach Organisationsformen. Beck legt klar: „*Organisation bezeichnet (...) sowohl die Koordinierung von Handlungen und damit die ‘Strukturierung der Prozesse’ Beschaffung, Produktion, Distribution, als auch die ‘Strukturierung des Aufbaus’ – in der Regel als hierarchische Bildung von Rollen, Stellen und Abteilungen etc*.“[610] Der Autor rät eine Beschreibung von Medienunternehmen mittels Organisationsbegriffes an, „*wobei sich Medienorganisationen als zusammengesetzte Gebilde*

[608] Picard 2006, S. 191
[609] Picard 2006, S. 195
[610] Beck 2012, S. 13

auf einer mittleren Analyseebene, der Mesoebene befinden“[611]. Auf der Mikroebene erfolge das „*Handeln von Kommunikatoren (Medienproduzenten) und Rezipienten (bzw. Medienkonsumenten)*“[612]. Für Erstere verweist Beck auf die institutionalisierte wie organisierte Prägung des Aktionsradius „*durch kognitive Schemata und Scripts, Wertorientierung und Normen*“[613]. Übergeordnet setzt er die Makroebene der nationalen Mediensystematiken, welche Strategien und Umsetzungen auf der Mesoebene der Medienunternehmen als Marktteilnehmender bedingten. Diese Niveaubezüge ziehen die in meiner Studie vorgeschlagenen Kriterien der Auswahl griffig in Relation zueinander. Die öffentlich-rechtliche Organisationsform wird im Methodenteil Kapitel 3.4.3.5.3 in eher föderalistisch, zentralistisch oder in bedeutsam zu gewichtenden Anteilen standortdifferenziert.

Einige Länder setzen tradiert auf zentralistische Modelle öffentlich-rechtlicher Veranstalter, bei denen das Mutterhaus meist angesiedelt in der Hauptstadt planerisch, programmpolitisch sowie produktionell den Kern bildet. Als Satelliten mögen regionale kleinere Einheiten zuliefern. Ihnen obliegt keine Kompetenz über diese akkompanierende Funktion hinaus. Auslandskorrespondentenstellen sind falls vorhanden in diesem Tenor geführt. Die andere Seite des Spektrums meinen öffentlich-rechtliche Systeme, die föderalistisch auffächern und mehrere gleichberechtigte „Länderanstalten“ nebeneinander wie über geteilte Ausspielwege im Konzert betreiben. In dieses Raster klinken Auslandsmodule unter Federführung Einzelner oder gemeinsam betrieben in der Regel ein. Auf welcher Seite dieser Skala Zuordnungen treffen hängt an diversen Faktoren. Die Größe der nationalen Medienlandschaft spielt eine Rolle. Kleinere Staaten tendieren zu zentralistischer – nicht zuletzt kostengünstiger – Struktur, größere suchen oftmals pluralistische Zuständigkeitsbalancen zu halten. Im merklich breiten Mittelfeld anteiligen Aufbaus erzeigt sich eine graduelle Verteilung. In diesem Punkt bietet sich weniger eine klare Rubrizierung gemäß fixer Schubladen an, denn eine in Verlaufsabstufungen. Die durchgängige Orientierung am Stammhaus kommt in unterschiedlicher Gewandung daher. Die Anzahl an Außenstellen ist mitnichten dominanteste Variable bezüglich Entscheidungs- und Machtstrukturen. Genauso wenig bedeutet Regionalität ein Mehr an Ausspielwegen oder Plattformen, welche nach Ortsmarke ausdifferenzieren oder parallel laufen.

[611] Beck 2012, S. 13f.
[612] Beck 2012, S. 14
[613] Beck 2012, S. 14

Kriterium muss sein, an welcher Stelle takten die konvergenztreibenden öffentlich-rechtlichen Motoren zusammen? Wo fasern die Fäden in der organisatorischen und dar ob journalistischen Praxis aus? Letzteres steht in Anbetracht dessen, welches Bild der jeweils wunschgemäß erfolgreich zu bestellenden Medienumgebung dem Handeln relevanter Akteure auf öffentlich-rechtlichem Terrain zu Grunde liegt. Rahmen dafür bildet die organisatorische Basis.[614] Gemeint ist die Meta-Matrix. Interne Organigramme in konvergent intendierter Optimierung (nach Gremien, Ressortzuschnitten, Abteilungsstrukturen, Koordinationsstellen etc.) sollen die Experten in der Delphi-Studie ausmalen. Kapitel 3.4.3.5.3 operationalisert entsprechend kategorisch.

2.3.5 Kontextualisierung der öffentlich-rechtlichen Standorte der Delphi-Studie in relevanten medialen Umgebungen

Das Sample der öffentlich-rechtlichen Untersuchungsobjekte für diese Delphi-Studie wird nach den Kategorien „Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils“, „Finanzierung“ und „Öffentlich-rechtliche Organisationsform“ ARD,[615] ORF, RTV SLO und MTVA umfassen. Kapitel 3.4 erläutert den Auswahlmodus. Kapitel 4 bespricht die ausgesuchten Fälle also Unternehmen genauer. Zum Abschluss dieses Theorieteils erfolgt die jeweilige Verortung in die Medienumwelten Deutschland, Österreich, Slowenien und Ungarn. Dazu werden obig vorgestellte medientheoretische und mediensystemische Einordnungen diskutiert.

2.3.5.1 Modell- und wissenschaftstheoretische Einordung: Deutschland

Hallin und Mancini schlagen für Deutschland, Österreich und skandinavische Länder das „North/ Central European Model“ vor, „*in which commercial media and politicized media coexist and the state plays an important role*“[616]. Die Presse zeichne sich durch traditionell hohe Auflagenzahlen aus, grundsätzlich sei Pluralismus und Freiheit von politischer Einflussnahme zu konstatieren. Ein professionalisierter Journalismus gebe sich eigenständig Richtlinien und Wertekodices. Der Staat mische sich auf struktureller Ebene ein, unterstütze im Sinne einer Meinungsvielfalt und sehe sich als Wahrer eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkgefüges als Pendant zu Privat-Kommerziellem. Ersteres findet sich als soziale Institution gewertet, „*for which the state*

[614] Vgl. Küng 2017,S. 171
[615] Kapitel 4.2 erläutert die Schwerpunksetzung auf die ARD bei Einbezug der weiteren deutschen öffentlich-rechtlichen Adressen ZDF, Deutschlandradio und Deutsche Welle.
[616] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 24

has responsibility, and the press freedom coexists with relatively strong support for and regulation of the media“[617]. Aufgefasst als „*part of the ‘res publica’, as an institution whose influence on society is too great to be left under the control of private interests*“[618], erlebe der öffentlich-rechtliche Mediensektor Rückhalt in Staat und Gesellschaft.

Gemeinsam mit Österreich heben Hallin und Mancini die BRD vom Rest der Kategorienbeispiele aufgrund manifester Wirkung von „*politics in broadcasting system*“[619] ab. Anderes als im erstgenannten Nachbarland sei das deutsche Rundfunksystem höchst föderalistisch geprägt. Von den Alliierten aufgesplittert, um erneute Monopolisierung durch politische Kräfte zu unterbinden, könnten bis dato Züge äußeren Pluralismus ausgemacht werden, „*as the different Länder are governed by different political majorities, and these political differences are reflected to a degree in the different public broadcasting organizations*“[620]. Dieser Ansatz zöge sich in den privatmedialen Sektor hinein. Für beide Segmente fände sich ein interner oder externer Gremienaufbau, welcher jenseits politischer Bedingtheiten relevante soziale Gruppen inkludiere. Hallin und Mancini schränken ein: „*There are, to be sure, critiques of this system. One is that the parties dominate it in the end, and in part because the representatives of the ‘socially relevant groups’ often have party alignments. In this sense the German system would collapse into the parliamentary model of broadcast governance.*“[621] Als weiteren Anklagepunkt nehmen die Autoren richtig auf, ausschließlich jene sozialen Interessen könnten in dieses Schema filtern, welche formal organisiert und verfasst seien.

Blum schlägt zunächst für Deutschland das „liberal-ambivalente Service public-Modell“ vor. Dies sei liberaleren Ausrichtungen vergleichbarer Anlagen eben ob jener soliden öffentlich-rechtlichen Ausstattung als „*gedämpftes Modell*“[622] zur Seite zu stellen. In der Überarbeitung betont der Autor für Deutschland die starke Mischung von liberaler und mittlerer Linie, bei wesentlicher Stellung öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Dezent sortiert er die Exempel unter dem neuen Titel „nordeuropäisches Service public-Modell“ um.[623]

Beck attestiert dem deutschen Mediensystem eine seit den 1980ern zunehmende

[617] Hallin/ Mancini 2004, S. 74
[618] Hallin/ Mancini 2004, S. 74
[619] Hallin/ Mancini 2004, S. 167
[620] Hallin/ Mancini 2004, S. 167
[621] Hallin/ Mancini 2004, S. 168
[622] Blum 2005, S. 8
[623] Vgl. Blum 2005, S. 9

Kommerzialisierung, in deren Schwange „*publizistische Qualität primär als Kostenfaktor gilt*“[624]. Dabei seien es nicht nur private Angebotsträger, welche nach „*kommerzieller Logik*“[625] navigierten, sondern genauso öffentlich-rechtliche. In dieser über das Duale Rundfunksystem geteilten „*marktwirtschaftlichen Konkurrenzlogik*“[626] resultierten „*Imitationsstrategien*“ [627] in „*strukturellen und inhaltlichen Angleichungen*“[628], die sich weder in höhere Wertigkeit noch merkbare Vielfalt übersetzten. Internationale Einströmungen verlagerten dieses Gefüge nicht wesentlich. „*Ausländische Medienangebote werden in Deutschland je nach kultureller Nähe in unterschiedlichen Maßen und meist in übersetzter und adaptierter Fassung rezipiert, allerdings dominieren insgesamt deutsche Medien den Markt*.“[629] Letzterer bedürfe bei gewünschter Staatsferne der Medienstruktur ergänzender Regulierungseinheiten, um ein vitales Fortbestehen zu gewährleisten.[630] Neben Buch, Presse und Film beschreibt Beck Rundfunk (Fernsehen/ Hörfunk) als ein organisationsformales Element des deutschen Mediensystems. Gruppiert um die Genannten sind Nachrichten-, PR-, Media-/ Werbeagenturen sowie publizistische Online-Medien und darunter Ausprägungen computergestützter Individual- oder Gruppenkommunikation. Eingebetet werden diese in einen europäischen und globalen Medienmarkt. Elementar für die Kategorie „Rundfunk“ ist Beck die nicht im Wortsinne duale Systemanlage. Als dritte Säule fungierende Bürger- oder nicht-kommerzielle Offene Kanäle seien zu bedenken, ebenso die Besonderheit, dass privater Rundfunk in Deutschland „*verfassungsrechtlich an die Funktionsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gebunden*“[631] ist. Als Tendenzen eines Wandels listet Beck für das deutsche Mediensystem Widersprüchliches auf.

> „Einerseits kommt es zu einer Konvergenz von Angeboten, die plattformneutral über unterschiedliche Wege genutzt werden können, zu crossmedialen Strategien von Medienunternehmen und zur Integration von Medienorganisationen über die verschiedenen Wertschöpfungsstufen und Branchen hinweg. Andererseits kommt es zu einer Ausdifferenzierung der Angebote, weil die technischen (Zugang) und partiell auch die wirtschaftlichen Barrieren (Kosten) für neue Medienanbieter gesunken sind.“[632]

[624] Beck 2012, S. 328
[625] Beck 2012, S. 328
[626] Beck 2012, S. 329
[627] Beck 2012, S. 329
[628] Beck 2012, S. 329
[629] Beck 2012, S. 329
[630] Vgl. Beck 2012, S. 337
[631] Beck 2012, S. 347
[632] Beck 2012, S. 352

Per se in diesem Zusammenhang qualitativen Mehrwert anzunehmen, hält Beck für falsch. Um sich im Wust der Produkte als Anbieter durchzusetzen bedürfe es einer wirtschaftlichen wie publizistischen Verdichtung. „*Die relative Bedeutung der öffentlich-rechtlichen und anderer nicht-kommerzieller Medien geht zurück; alle Wettbewerber konzentrieren sich auf gut vermarktbare und möglichst preiswerte Mainstreamangebote*."[633] Neoliberale Regelauffassung resultiere in staatsferner und dem Markt folgender Kontrolle. Diese solle sich zunehmend als Selbstkontrolle verstehen und in supranationalen Räumen passieren. Becks Fazit lautet: „*Deutsche und ausländische Medienunternehmen agieren grenzüberschreitend, zum Teil sogar global. Internationale Organisationen, allen voran die Europäische Union haben wesentliche Regulierungskompetenzen für den Mediensektor gewonnen*."[634] Hierin bestätigt sich der dynamische Ansatz dieser Studie, die Ländergefäße als Basis „ihrer" Öffentlich-Rechtlichen in nationalem wie übernationalem Zusammenhang einzuordnen sucht und rechtliche, politische, technische, soziale, wirtschaftliche oder medienstrukturelle Gesichtspunkte anspricht sowie transzendiert.

2.3.5.2 Modell- und wissenschaftstheoretische Einordung: Österreich

„*Magnitude and power characterise the Austrian media landscape*"[635], indiziert Trappel.

> „Magnitude relates to the relatively large number of media products in proportion to the smallish market of some 8.34 million people who live in Austria (...). Power relates to the high degree of market concentration, which provides dominant media actors with influence not only in their respective media markets but also in the political arena."[636]

Diese steuerten wesentlich das medienpolitische Spiel, dem sie am Markt ihre Regeln oktroyierten. Das Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) hebt den ausländischen Einsatz am Spieltisch hervor:

> „Der österreichische Medienmarkt weist einerseits starke Konzentrationstendenzen auf und ist andererseits stark von Deutschland beeinflusst. Durch die Kontrolle der Zeitungstitel 'Kronen Zeitung' und 'Kurier" ergibt sich insbesondere auf dem Printmarkt eine marktbeherrschende Stellung der deutschen Miteigentümer, der Funke-Gruppe (ehemals WAZ-Konzern)."[637]

Der österreichische Printsektor verfügt über wenige Tageszeitungen, eine geringe

[633] Beck 2012, S. 352; vgl. auch Loewe/ Steemers 2012, S. 3
[634] Beck 2012, S. 353
[635] Trappel 2017
[636] Trappel 2017
[637] Ifm 2015c

Anzahl großer periodischer Blätter und Zeitschriften. Vielfach im Stil boulevardesker Nachrichtenpräsentation erreicht jenes im Abgleich zu europäischen Nachbarländern schmale Portfolio bemerkenswerte Absatzhöhen. Dies könne als tradiert gelten, „*Österreich ist ein Zeitungsleserland*“[638]. Eine Einschätzung die relativ ist, hängt sie sich an dem Befund auf: „*Die Auflagenzahlen sind in den vergangenen zehn Jahren im Vergleich zu anderen europäischen Ländern nur minimal zurückgegangen*.“[639] Die anhaltende Dominanz der gedruckten Presse führen Hallin und Mancini als Indikator an, wenn sie Österreich dem „North/Central European“ oder „Democratic Corporatist Model“ zuordnen. Das Rundfunkwesen beschreiben die Autoren für die Exempel dieser Kategorie in einer gewissen Spannbreite. „*Public broadcasting systems tend to follow the parliamentary or civic/corporatist model with parties and organized social groups involved in broadcast governance, but professional autonomy in broadcasting is also normally high.*“[640] Darauf fußend evolvierten alternative Marktausprägungen:

> „Strong commercial media industries have coexisted with politically linked media and a high degree of political parallelism has also coexisted with a high degree of journalistic professionalization; and a strong liberal tradition of press freedom and freedom of information has coexisted with strong state intervention in the media sector as in other sectors of society.“[641]

Im Vergleich zu Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Holland, Norwegen, Schweden und der Schweiz basiere das österreichische Öffentlich-Rechtliche „*strongly on a philosophy of political representation*“[642]. Umverteilungen der Gremiensitze zugunsten höherer Pluralität und geringerer Parteilichkeit hätten in der Vergangenheit enge politische Bindungen nicht merklich aufgeweicht oder gar beseitigt. Hallin und Mancini streichen die Machtaggregation bei der Generaldirektion heraus und ergänzen: „*As in Germany (...) most directors have party links; political parties are strong in Austria, and the ‘Proporz’ principle still affects appointments at many levels, in broadcasting as in many aspects of Austrian life.*“[643]

Blum schlägt zunächst für Österreich das „liberal ambivalente Mischmodell” vor in „*divergente(r) Orientierung zwischen Kommerz und Service public*”[644] und einer Finanzierung durch Markt und Staat. In der Revision erfolgt kein eigener Verweis mehr

[638] Ifm 2015c
[639] Ifm 2015c
[640] Hallin/ Manicin 2004, S. 74
[641] Hallin/ Mancini 2004, S. 74
[642] Hallin/ Mancini 2004, S. 168
[643] Hallin/ Mancini 2004, S. 168f.
[644] Blum 2005, S. 8

auf eine österreichische Zuordnung. In der Offenheit der Kategorie liegt eine Näherung zum „nordeuropäischen Service public-Modell".[645] In seiner erneuten Auseinandersetzung fasst Blum zusammen:

> „Das heutige österreichische Mediensystem weist fünf Charakteristika auf: Die Zahl der Tageszeitungen ist extrem gering. Das Gewicht der Boulevardpresse ist extrem hoch. Die Verflechtung der Verlage ist extrem dicht. Die Stellung des Österreichischen Rundfunks (ORF) ist extrem stark. Und die Professionalisierung des Journalismus ist extrem verspätet."[646]

Töpfl wiegt momentane Befunde im Vergleich mit anderen Epochen und Ländern ab. Nach seinem Schema lässt sich Österreich in die Reihe der „*pluralistisch-entkoppelte(n) Mediensysteme ohne prozessuale Defekte*"[647] einfügen. Trappel mahnt zu einer differenzierten Sichtweise legislativer Grundlagen und praktischer Umsetzungen. Die von ihm aufgemachte Sortierung nach „Größe" medialer Landschaften und die Darlegung der Einflüsse sprachgleicher Importe aus potenteren umliegenden Märkten referiert Kapitel 4.3.[648] Kaltenbrunner unterstreicht diesen Punkt angesichts dualen Gefüges: „*Öffentlicher Rundfunk in Kleinstaaten mit großen, gleichsprachigen Nachbarn hat zusätzliche Aufgaben und Verantwortungen. Er soll, ohne Kleingeist, aber eben doch, nationale, kulturelle Identität und Wertschöpfung fördern*."[649] Für den Fall Österreich bilanziert Kaltenbrunner:

> „Der ORF-Generaldirektor weiß schon, warum er bei jedem Zweifel an Gebührenerhöhungen gleich auch mit sonst angeblich notwendigen Einsparungen bei der heimischen Filmproduktion droht. Allen in der Industrie ist auch klar: Private Sender, zumal mit deutschen Eigentümern, würden das nicht kompensieren. In unserer aktuellen Studie empfehlen wir jedenfalls, dass klar unterschieden wird: Kleinstaatliche Public Broadcaster, vor allem mit gleichsprachigen Nachbarn, haben mehr und andere Aufgaben als die BBC oder der deutsche und französische öffentliche Rundfunk."[650]

[645] Vgl. Blum 2005, S. 10
[646] Blum 2014, S. 225
[647] Töpfl 2011, S. 273
[648] Vgl. Trappel 2010, S. 210
[649] Kaltenbrunner 2017a
[650] Kaltenbrunner 2017a

2.3.5.3 Modell- und wissenschaftstheoretische Einordung: Slowenien

„*Die Einordnung Sloweniens in die einzelnen Modelle erfolgt mit gewissen Einschränkungen, da Slowenien nur partiell den vorgegebenen Kategorien entspricht*“[651], entschuldigt der *Atlas Medienfreiheit*. In der Tat stammt die Mehrzahl der als einschlägig erachteten Theorieschablonen schon rein zeitlich aus einem Kontext, der sie angesichts jüngerer Entwicklungen bedingt brauchbar macht. Die „Four Theories of the Press“ lassen eine periphere Zuordnung zum „Autoritarismus-Modell“ zu, da der Markt dual in privat und öffentlich auffächert und Lizenzen über die Regulierungsbehörde AKOS erworben werden. „*Die Medien fungieren aber nicht nur lediglich als Diener des Staates, sondern bieten auch eine Plattform für unterschiedliche Meinungen und Perspektiven*.“[652]

Wiios Rasterung sortiert Slowenien am ehesten in den Typus „Kontrollierte Massenkommunikation“ ein. „*Der Zugang zu Presse, Rundfunk und Internet steht der gesamten Bevölkerung offen. Es gibt zwar keine direkte Zensur, die Regierung übt jedoch starke Kontrolle auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk aus.*“[653] Letzteres charakterisiere die im „dezentralisierten öffentlichen Modell“ aufgefangene Bipolarität zwischen öffentlichen und privaten Medienunternehmen und Produkten. Kommunikationsrechtlich sei eine Zuordnung zum „Liberalismus-Modell“ angezeigt, das jedem die Möglichkeit garantiert zu senden und zu empfangen.

Eine Einordnung in die von Hallin und Mancini vorgeschlagenen Schubladen ist insofern schwierig, als die Autoren ihr „Comparing Media Systems“ für eine Anwendung auf westeuropäische und nordamerikanische Systeme konfiguriert haben. Ein Dehnen des Ansatzes für Objekte außerhalb birgt Fallstricke. Diesen lässt sich entgehen, zieht man die über jene Vorarbeiten Hallin und Mancinis generierten Vorschläge Blums heran. Anhand der Befunde Vorgenannter optimiert Blum seinen „Pragmatischen Differenz-Ansatz“. In der Erweiterung der Dimensionen fügt sich Slowenien neben Portugal, Spanien, Malta oder Zypern dem „Südeuropäischen Klientel-Modell“ ein, das Blum „*vielleicht auch für Länder Osteuropas*“[654] passend empfindet. Kernelement sei eine deutliche Ambivalenz zwischen isolationistisch ausgeformten Gattungen. Zu einem kommerziell-populär durchsetzten Fernsehen durchziehe den Printsektor eine elitäre Ausrichtung. Zugleich bilde ein robustes und eigengeprägtes

[651] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[652] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[653] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[654] Blum 2005, S. 10

öffentlich-rechtliches Rundfunksystem marktkräftigen Gegenpol.[655] Slowenien sei mit dem Hinweis zu versehen, empfiehlt der *Atlas Medienfreiheit*, dass sich eben jene Polyausrichtung stets im Rahmen „*mittlerer bis starker Staatskontrolle über die Medien*“[656] vollziehe. Das *RTVS-Gesetz* 2005 öffnet das Öffentlich-Rechtliche für politische Eingriffe. „*Derzeit ist es Tatsache, dass die Parteien, welche die Regierung bilden und die Mehrheit im Parlament haben, alle wichtigen Organe bei RTVS kontrollieren*.“[657] In der Einsortierung Arnolds ergibt sich die Zuordnung zu einem „*klientelistischen Medienregulierungsstil*“[658], was das Kapitel 4.4.2.2 in Konzentration auf slowenische Public Service-Verfasstheiten elaboriert.

Für Töpfls „Typologie defekter Mediensysteme“ lassen sich zu Slowenien, wenn auch nicht dezidiert vom Autor behandelt, ex-post Annahmen treffen. „*Slowenien kann aufgrund der Politiknähe vieler Medien und der Ineffizienz der Medienregulierung als pluralistisches Mediensystem mit leichten bis mittleren strukturellen und prozessualen Defekten beschrieben werden*“[659], schlägt der *Atlas Medienfreiheit* vor. Abhängig von politischen und wirtschaftlichen Interessen sei behördliche Medienregulierung wenig umsetzungspotent. Eine partiell erfolgte Privatisierung der Presse tradiert parteiliche Verlinkungen. Regelmäßig sind die Besitzverhältnisse diffus. Diese Strukturprobleme übersetzten sich in prozessuale Defekte und stünden einer dahin gehenden Entkopplung entgegen.[660] Péter Bajomi-Lázárs Standortuntersuchung bringt unter dem Titel „Political Actors and the Colonialization of the Media“ Exempel für solche Befunde. Einen Zugang wählt der Autor über die Analyse parteipolitischer Einströmungen in medienregulative Kontexte:

> „Media regulation is often the outcome of inter-party and intra-party struggles and bargains, and it is therefore shaped by parties´ needs, relative powers and positions, as well as internal party structures. Parties have often shaped and implemented media regulation in a way that has allowed them to extract resources from the media.”[661]

Plausibel weist Bajomi-Lázár über „*the usual rhetorical references to media freedom and pluralism included in national constitutions and the preambles of media laws*”[662] hinaus. Er spürt Kausal- und Effektketten in der Überzeugung auf, „*parties*

[655] Vgl. Blum 2005, S. 9f.
[656] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[657] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[658] Arnold 2014, S. 309
[659] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[660] Vgl. Töpfl 2011, S. 261
[661] Bajomi-Lázár 2015, S. 77
[662] Bajomi-Lázár 2015, S. 77

widely consider media regulation as a means to redistribute resources among supporters. Media policy often serves particular interests rather than the public good.“[663] An Begebenheiten aus den 2000ern belegt er die engen Wechselbeziehungen im Dreieck Wirtschaft-Medien-Politik. „*In Slovenia, access to a food distribution chain was reportedly offered in exchange for the appointment of government loyalists into key positions of the market leading broadsheet Delo and for positive newspaper coverage*“[664], sei als ein Beispiel herausgegriffen. Slowenien gerate so zum Prototypen einer parteilichen Kolonialisierung der Medienlandschaft, die wirtschaftliche Abhängigkeiten als gekoppelte Interessen bediene. Als Bürde ergibt sich daraus:

> „Party colonization of the media is (…) not only a form of clientelism, which undermines the efficient and professional functioning of the state, but is also a form of corruption in that public resources are traded for partisan loyalties. While media resources are exchanged, media freedom and independence are often lost in the process and news media are politicized in ways that may undermine qualities of democracy such as transparency, accountability, and electoral fairness.“[665]

Angesichts medienfreiheitlicher Mankos wie sie in einer Reihe ehemalig kommunistischer Länder zu konstatieren seien, empfehle sich eine Unterscheidung in „proximative” und „ultimative” Faktoren: „‘*Proximative’ factors include, among other things, poor media regulatory frameworks and the deficient implementation of media laws, while ‘ultimative’ factors include the structural specificities of party systems that urge parties to colonize the media.*“[666] Kapitel 4.4 verortet vor diesem Hintergrund kategoriengeleitet Sloweniens öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

2.3.5.4 Modell- und wissenschaftstheoretische Einordung: Ungarn

„*As in all post-communist countries, the media in Hungary is defined by the heritage of decades of communist rule and the influence of market mechanisms introduced in the country after 1990*“[667], setzt Beke voraus.

> „The ownership structure of the media was radically transformed from the communist times when all media were state-controlled. The media’s role in society was also re-conceptualised according to democratic norms. Yet the historical heritage of the communist regime continues to create points of tension to this day, by serving as a reference point in much of the political, economic and ethical debates centred on the media.“[668]

[663] Bajomi-Lázár 2015, S. 77
[664] Bajomi-Lázár 2015, S. 79
[665] Bajomi-Lázár 2015, S. 80
[666] Bajomi-Lázár 2015, S. 81
[667] Beke 2008
[668] Beke 2008

Nach dem Ende der Sowjetunion avancierte Ungarn zum Schrittgeber in Zentral- und Osteuropa. Zügig leitete es die Transformation der eigenen Medienlandschaft ein. Heute hinke es inhalts- wie produktpluralistisch genauso hinterher wie ökonomisch, bestätigt das IfM.[669] Hatten sich nach der Lösung aus dem Ostblock westliche Medienhäuser rasch auf dem neuen Markt etabliert, sehen die letzten Jahre deren Rückzug.[670] Es „*scheint die repressive Medienpolitik der Orbán-Administration ausländische Investoren zunehmend abzuschrecken*“[671], beobachtet der *Atlas Medienfreiheit*. Beke benennt Anzeichen einer Re-Nationalisierung des Marktes.[672] Interessant ist dies umso mehr, betrachtet man dessen geringe Größe und enorm hohe politische Durchdringung im Vergleich zu anderen EU-Mitgliedern, wie es der *Mérték Media Monitor* angelegentlich sein lässt:

> „It is an obvious fact that the Hungarian media system is forced to operate in a small linguistically closed market which significantly reduces the economic scope of media companies. At the same time, the fact that the media became a politically rather sensitive issue as well as the subject of a continuous and heated debate following the regime change has an almost equally significant influence over the development of the media system.”[673]

Das anhaltende Tauziehen um Kompetenzen und Einflusssphären erschwert eine Einordnung in statische Modelle. Zieht man Wiios Ansatz aus den frühen 1980er Jahren heran, der bisher trotz Einschränkungen wegen seiner zeitgenössischen Verwurzelung wertvolle Erkenntnisse generiert hat, bleibt das Ergebnis für Ungarn kaum zufriedenstellend. Die Bescheidung gemäß Geschlossenheit und/ oder Offenheit in Produktion sowie Rezeption trifft in dieser Ausschließlichkeit ungarische Gegebenheit unzureichend. „*Dennoch ist nach der Gesetzgebung von 2010 ein Muster erkennbar, das dem Modell der geschlossenen Produktion und offenen Rezeption nahe kommt*“[674], versucht der *Atlas Medienfreiheit* eine Annäherung. Medienbesitz und -kontrolle entziehen sich ebenso einer eindeutigen Einteilung. Privater steht neben öffentlichem Besitz, die tatsächlichen Verbindungen bleiben nicht selten obskur. Gleichsam wirkt die wie oben dargestellt zentral geregelte Kontrolle in einigen Mediensegmenten durchschlagender als in anderen. Während konventionelle Medien in-

[669] Vgl. IfM 2015a
[670] Vgl. Szekfü/ Somogyi 2009, S. 107
[671] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[672] Vgl. Beke 2008
[673] Mérték Media Monitor 2015, S. 13
[674] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d

tensiverem Druck ausgesetzt sind, steht die politisch-regulative Gangart für den Bereich Online in ihrer praktischen Handhabung noch aus. An dieser Stelle tritt das Manko der Wiioschen Anlage zu Tage, in der Konzeption der Kategorien das Gesamtmedienaufkommen der betrachteten Länder auf ein Mittel einnorden zu wollen. „*Um Ungarn hinsichtlich der Kommunikationsrechte einzuordnen, bedürfte es einer Mischform der aufgeführten Modelle*“[675], beklagt der *Atlas Medienfreiheit* nachvollziehbar.

Die Anwendung des „Comparing Media Systems“-Ansatzes auf Ungarn trägt Tücken aufgrund seines ursprünglichen Austarierens an westeuropäischen und nordamerikanischen Demokratien. Der *Mérték Media Monitor* versucht eine Annäherung über testweise Adaption der Kategorien und folgert: „*The characteristics of the Hungarian media system based on the models provided by Hallin and Mancini can now clearly be summarised as the so-called polarized pluralist model*.”[676] Die politische Printpresse sei nur höchst eingeschränkt zugänglich und sehe sich kaum beeinflusst von politisch ausgerichteter Online-Konkurrenz. Die hohen Auflagen der regionalen Periodika zeigten deren Signifikanz, allerdings blieben jene Blätter auffällig politikfern in den Inhalten. Die massenbindenden TV-Sender seien nach dem Machtwechsel 2010 auf eine vergleichbare Strategie eingeschwenkt. Die stelle mitunter verfängliche politische Nachrichtenpräsentation zugunsten werbeeinträglicher Unterhaltung hintan. „*Political press and journalism reveal a substantially high degree of political parallelism. This is clearly confirmed by the influence companies which have ties to parties gain, the concept of the journalist’s role, the media content itself and the divided public*.”[677] Der Professionalisierungsgrad im Journalismus sei gering, viele stünden erkennbar einer politischen Richtung nahe. „*As a result they prefer opinion journalism to fact-finding*”, urteilt der *Mérték Media Monitor*. Alles in allem durchdringe der Staat maßgeblich sämtliche Areale des Medienmarktes. „*Beyond the dominance of public service broadcasting relating to financing and tight but in many cases only partially effective regulation it is reflected in the politically motivated management of the state expenditure of advertising resulting in the distortion of the entire advertising market.*”[678]

[675] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[676] Mérték Media Monitor 2015, S. 14
[677] Mérték Media Monitor 2015, S. 14
[678] Mérték Media Monitor 2015, S. 14

So plausibel diese Zuschreibungen anmuten, so problembehaftet sind sie in Rückbezug auf den Modellaufbau, dem die Kategorien entkoppelt sind. Für sich alleine als Dimensionenanwendung mögen sie funktionieren. Als Schemata für den fokussierten Objektbereich bleiben sie disputabel aufgrund der Genese eben jener Matrices. In einer kritischen Prüfung der eigenen Arbeit von 2004 sucht Mancini Adaptierbarkeit seiner westeuropäischen Modelle für zentral- und osteuropäische Kontexte. Passgenauigkeit sei nicht zu konstatieren. Genauso wenig ließe sich ein einziges neues Schema konstruieren. „*There are several reasons for the differences between Hungary and other CEE countries. History and geographical proximity to the West play important roles in shaping the media model in this country, together with many other endogamous social and political characteristics*"[679], wertet der Autor und leitet eine notwendigerweise auf Hybridisierung und Transformation abzielende Modellierung ab. Als überspannenden Wert betont Mancini für eine ausgemachte Gruppe: „*Slovakia, Czech Republic, Hungary and Slovenia have been strongly influenced by Central European culture and politics, to which they have been also institutionally linked.*"[680] In mediensystemischen Wandelprozessen resultieren solche Verlinkungen in verschiedenen Wegnahmen. Genannte drifteten eher auseinander, denn strebten sie einander zu, was eine gemeinsame Kategorienbildung unterlaufe. Bajomi-Lázár führt Ungarn als herausragendes Beispiel unter den ost- und zentraleuropäischen Nachbarn für die Kolonialisierung der Medien durch eine einzelne Partei an.[681] John Keane pflichtet bei, „*that power in the new despotisms is highly mediated and, conversely, that within these regimes the media is colonized by state power, which uses sophisticated methods to control journalists and flows of information*"[682].

Die mangelnde Durchsetzbarkeit gesamteuropäischer Normen, welche Obiges verhindern sollten, bestätigt Krygier generell: „*It is common among countries throughout CEE that the laws that have been introduced are fine in principle, but implementation is weak*."[683] Neben Lettland und Slowenien setze sich speziell Ungarn medienpolitisch weit von den mit anderen EU-Mitgliedern eigentlich getragenen konzertierten Fundamenten ab und gestalte in Eigenregie. Krygier polemisiert:

> „The EU 'acquis', required or eagerly adopted by the accession states, stipulated thousands of pages of laws, significant among them laws about

[679] Mancini 2015, S. 31
[680] Mancini 2015, S. 31
[681] Vgl. Bajomi-Lázár 2014
[682] Keane 2015, S. 249
[683] Krygier 2015, S. 129

> media and democracy, that satisfied stringent formal conditions. Yet although many of the laws adopted to get in to the EU remain on the books, in some countries post-accession it is not clear who is reading the books."[684]

In Blums Erstkonzeption des „Differenz-Ansatzes" sowie in dessen Optimierung finden sich für Ungarn keine Entsprechung im Modellkatalog. „*Demnach ist diese Einordnung als eine Annäherung an die Merkmale des Modells zu verstehen*"[685], räumt der *Atlas Medienfreiheit* ein.

> „Dem Regierungssystem zufolge ist Ungarn eine Demokratie (Linie A). Die Dimension der politischen Kultur kann als ambivalent angesehen werden (Linie B). Die Medienfreiheit in Ungarn lässt sich nach der Gesetzgebung im Jahr 2010 in die mittlere Linie B (fallweise Zensur) einordnen. Den Medienbesitz betreffend wird Ungarn wiederum der Linie B zugeordnet, da öffentlicher sowie privater Medienbesitz festgestellt werden kann. Aus diesem Grund erfolgt die Medienfinanzierung in Ungarn durch öffentliche sowie private Einnahmequellen, was wiederum der Linie B entspricht. Die Nähe der Medien zu den politischen Parteien sowie die Staatskontrolle über die Medien können seit 2010 als mittelmäßig gesehen werden (Linie B). Aussagen zur Medienkultur und zum Journalismus in Ungarn können, aufgrund fehlender Quellen, nicht getroffen werden. Was die Dimension der Medienorientierung betrifft, kann Ungarn als divergent betrachtet werden (Linie B)."[686]

Aufschlussreiches liefert eine Anwendung der „Typologie defekter Mediensysteme". „*Ungarn befindet sich im Kontext der Typologie defekter Mediensysteme in der ersten Phase der Entkopplung.*"[687] Dies trifft auf die Organisation der Medienbetriebe genauso zu wie auf journalistisch-inhaltliche Ausprägungen.[688] Gemeint ist damit ein erkennbar initiierter Übergang von einer „*totalitären zu einer demokratischen Gesellschaftsordung*"[689], was eine Demokratisierung der Mediensysteme inkludiert. Die auf dem anderen Ende des Spektrums als Ziel aufgespannte „*Entkopplung eines Mediensystems vom politischen Entscheidungszentrum*"[690] ist wie herausgearbeitet in kaum einer Medienfacette Ungarns realiter in Reichweite. De jure finden sich etwa in einer Abwesenheit einer ausgewiesenen „Zensurbehörde" Minimalkriterien erfüllt, wie sie Töpfl ausgibt: „*Entlang der Dimension prozessualer Entkopplung soll ein Mediensystem als demokratisch-entkoppelt gelten, wenn eine Zensurbehörde, die mit der Aufgabe politischer Zensur betraut ist, nicht mehr tätig ist*."[691]

---

[684] Krygier 2015, S. 129
[685] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[686] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[687] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[688] Vgl. Töpfl 2011, S. 249
[689] Töpfl 2011, S. 251
[690] Töpfl 2011, S. 252
[691] Töpfl 2011, S. 252

Insgesamt stoßen gängige Modelle an ihre Grenzen.[692] Der Erklärgehalt vorgestellter Muster beschränkt sich für Ungarn meist auf eine Sortierung bezüglich relevanter Kriterien, wie sie sich in anderen Mediensystemumgebungen als analytisch fruchtbar erwiesen haben. Vielleicht muss man an dieser Stelle einräumen, dass Ungarns Medienlandschaft derzeit die Ausnahme darstellt, welche bekanntlich die Regel – ergo auch das oder die Modelle – bestätigt. Im kategoriengeleiteten Abschnitt (Kapitel 4) wird es darum gehen, diese Eigenheiten plausibel zu erläutern. Balčytiene spricht von beispiellosen „*deteriorating media practices that could be portrayed as stagnation or even de-democratization*"[693].

Auch für die drei anderen Mediensystemumgebungen des öffentlich-rechtlichen Samples wird Kapitel 4 kritische Diskussion liefern. Die im Theorieteil plausibel verargumentierte Dynamik und Offenheit hybrider Mediensystemanlagen in einem globalisierten mediatisierten Zeitalter hoher Medienmobilität trifft auf national bezogene Größen: Öffentlich-Rechtliche Rundfunkanbieter. Ihre Programmaufträge, Regulierungsbestimmungen, Organisationsformen und finanziellen Ausstattungen machen sie zu in Grenzen verankerten Mediengebilden. Medienkonvergente Entwicklungen stellen Öffentlich-Rechtliche damit innerhalb dieser ausgesteckten Aktionsradien vor besondere Herausforderungen. Um jene zu eruieren erläutert Kapitel 3 zunächst das empirsche Vorgehen bei der Samplezusammenstellung und die Ausgestaltung des angewandten Delphi-Designs.

[692] Vgl. Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[693] Balčytiene 2015, S. 189

3 Empirischer Ansatz

3.1 Vorüberlegungen zur Methodenwahl

Annahmen über Ausprägungen konvergenter Medienzukunft existieren etliche. Die Trendstudie „TV 2020“ prognostiziert:

> „Die alten Rezepte genügen nicht mehr, um den Zuschauer an das Medium zu binden. Die Karten werden neu gemischt und neue Akteure beginnen, nachhaltig das Marktgeschehen zu prägen. Innovationsbremsen werden sich schwertun, ihre Stellung zu behaupten“.[694]

Ein scheinbar pointiertes Resümee, das sich methodisch indes aus der bloßen Zusammenschau unsystematisch ausgewählter Nutzungsdaten und einzelner vor allem US-amerikanischer Journalisten- und Produzentenbefragungen zu singulären Aspekten (Konvergenz bezogen auf Entwicklungen bei *YouTube*, der *New York Times*, im Bereich Gaming und TV etc.) speist. „*At the moment, it is still impossible to predict when this convergence will turn into a real mass market, or who will benefit from the developments*“[695], wertet Brockmeyer im Vorwort zur Dokumentation der Konferenz „EuroReg 2011“. In der Aufarbeitung der Teilnehmerbeiträge wird das Manko vergleichbarer harter Forschungsdaten offenkundig. In varianter Gewichtung stützen die Vortragenden aus Kommunikation, Politik und Wirtschaft ihre Darlegungen auf Befunde aus Medienanalysen und Umfragen, auf Meinungsartikel oder die persönliche Berufsvita. Entsprechend bleibt jedwedes stichfeste gemeinsame Fazit aus. Die Bilanz zum Tagungstitel „From Connected TV to Coherent Media“ kann folglich nur zu einem – weiteren – „*overview of the complex issues we must jointly solve in years to come*“[696] geraten.

Obiger Aufriß spricht bewusst diverse Diskussionslevel an und soll eine zentrale Problemstellung hervorheben: Besonders seine Polyschichtigkeit sowie (nur teilweise antizipierbare) Fortentwicklung machen den Gegenstandsbereich „Medienkonvergenz“ zu einem höchst komplexen Forschungsobjekt. Das gilt, wie das Vorkapitel gezeigt hat, für mono- gleichsam interdisziplinäre Theoriebildung. Wenige konkrete Modellvorschläge, dagegen punktuelle Untersuchungen und in thematischer Peripherie nicht selten dem Selbstanspruch nach „globalisierungsgewichtige“ Ansichten, Draufsichten, Überblicke, Philosophien – wohl lässt sich der Stand fachwissenschaft-

[694] Z_Punkt 2011, S. 4
[695] Brockmeyer 2012, S. 9
[696] Brockmeyer 2012, S. 7

licher Auseinandersetzung mit dem Thema Medienkonvergenz polemisch so abtragen. Dabei ist nicht immer eindeutig, aus welcher Forschungstradition heraus jeweils argumentiert wird oder vor welcher medienstrukturellen Kulisse. Transdisziplinäre Herangehensweisen versammeln multiple Blickwinkel, kommen am Ende des Tages aber nicht immer auf den einen Punkt oder finden wenigstens eine überschaubare Anzahl kollektiver Nenner.

Ungleich weniger distinkte Ebenen verwischend, zeigen sich mitunter die Wertigkeiten, welche Praktiker im medialen Alltagsgeschäft mit Konvergenzplänen und deren Implementierung verbinden. Historische, politische, kulturelle, technische Perspektiven werden aus dem Praxisverständnis heraus zusammen gedacht und auf den eigenen Betrieb bezogen. Ein Engagement für Medienintegration erfolgt aus Sicht der Unternehmen, weil diese inhaltlich, technisch, wirtschaftlich und – so die Hoffnung der Anbieter – für Nutzende attraktiv sein mag.[697]

Wie lässt sich jenes Konglomerat aus realiter breitem Forschungsgegenstand und schwer handhabbarer, weil durchaus verschwommener Theoriesituation zieladäquat empirisch in den Griff bekommen? Mit der klaren Entscheidung für ausgewählte theoretische Parameter und Begrifflichkeiten ist in Kapitel 2 der erste Schritt getan. Nunmehr geht es darum, eine passgenaue Methode zu entwickeln, die belastbare Erkenntnisse zu – aktuellen wie womöglich kommenden – medienkonvergenten Entwicklungen in Europa liefert.

Für den begrifflich wie theoretisch als diffus eingestuften Gegenstandsbereich „Medienkonvergenz“ wird sich als methodisches Herangehen ein Delphi-Design empfehlen. Ausgewählte Experten kommen über eine mehrstufige anonymisierte Anlage miteinander „ins Gespräch“. Über anonymisierte Feedbackschleifen werden Eigen- und Fremdeinschätzungen schaubar und gegebenenfalls nachjustierbar. Diese Option der Zuspitzung eigener Standpunkte über mehrmalige Reflexion unterstützt das auch prognostizierende Ziel meiner Studie. Zunächst gilt es das Erkenntnisinteresse konkret zu fassen.

[697] Vgl. Vowe/ Opitz/ Dohle 2008

3.2 Methodenentwicklung

3.2.1 Leitende Forschungsfragen der Delphi-Studie

In einem wie illustriert noch grundsätzlich zu bestellenden Forschungsfeld, bietet sich meiner Meinung nach weniger eine konkrete Hypothesenbildung und deren konzentrierte Überprüfung an, denn das Erstellen zwar richtunggebender, doch ergebnisoffener Leitfragen. An diesem roten Faden kann sich die methodische Durchführung ausrichten. Gleichzeitig generieren sich so erwartungsgemäß zusätzliche, nicht bereits im Vorgriff angenommene Resultate.[698] Nichtsdestoweniger sind die Leitfragen in ihrer Formulierung bestmöglich auf das Erkenntnisinteresse zuzuspitzen, um ein Ausfasern der Befunde zu vermeiden und deren Vergleichbarkeit und Nachvollziehbarkeit zu garantieren. Konsekutiv steht zuvorderst die Überlegung, wo der Nukleus zu setzen ist.

Meikle und Young nennen die Rolle öffentlich-rechtlicher Organe „*crucial in driving such innovation*“[699], wenn sie auf das Agieren beziehungsweise Agieren-Können in konvergierenden Medienmärkten abheben. Gegenüber kommerziellen Konkurrenten zögen eine BBC in Großbritannien oder Australiens ABC als „*public service broadcaster*“ [700] aus ihrer zuverlässigen finanziellen Ausstattung und ihrem Programmauftrag inklusive einer (gewissen) Verpflichtung zur (technischen) Innovation erhebliche Vorteile – unter anderem den, bestätigt Stuart Cunningham, „*with new technologies in a non- or pre-commercial environment”*[701] experimentieren zu können. „*It is much more difficult for the commercial broadcasters to engage in risk and experimentation without a guaranteed revenue model for any new initiative.*“[702]

Europas kommerzielle Medien stecken in den vergangenen Jahren ihre konvergierenden Claims ab, jedes Mal in enger Abfrage von wirtschaftlicher Machbarkeit und monetärem Gewinn. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten springen zupackender auf den Konvergenz-Zug auf. Viele dieser Veranstalter nutzen ihre Angebots-Trias aus Fernsehen, Radio und Internet für ineinanderlaufende Versuche. Die Gewichtungen innerhalb des Trios wie jeweils zugehöriger Abteilungen mögen vielgestaltig ausfallen. Darüber hinaus addieren sie Ausspielwege und Plattformen sozialer wie journalistischer Provenienz, um Synergiebildungen, mehrmediales Story-

[698] Vgl. Kaiser 2014, S. 29
[699] Meikle/ Young 2012, S. 44
[700] Meikle/ Young 2012, S. 44
[701] Cunningham 2008, S. 86
[702] Cunningham 2008, S. 86

Telling, multimediale Contentverwaltung intern wie extern etc. zu erproben.[703] Sie begeben sich auf die Suche nach idealer Medienverschränkung – momentan meist ohne exakt vorhersagen zu können, ob „Trimedialität", „Cross-Media", „Transmedialität", „Mulitmedialität" erhebliche Einsparpotentiale bergen, (neue) Publikumssegmente heben oder hergebrachte Medienformen veraltet machen. Demzufolge steht zu vermuten, dass sich im öffentlich-rechtlichen Sektor die umfänglicheren Konvergenzbestrebungen auffinden lassen und hier bereits breitere erfolgreiche oder weniger erfolgreiche Erfahrungen abzuprüfen sind.

Eine weitere analytische Beschränkung auf öffentlich-rechtliche Medien rechtfertigt sich nicht nur darüber. Aus Gründen einer Vergleichbarkeit der späteren Erkenntnisse ist es angezeigt sein, das internationale Sample annähernd homogen zu halten. In Organisation, Setzung, Finanzierung wie in wesentlichen Elementen der Programmaufträge unterscheiden sich öffentlich-rechtliche Anstalten in Europa erheblich von werbegetragenen Privatanbietern. Trotzdem schlagen im Abgleich der einzelnen öffentlichen Medienhäuser untereinander rechtliche, politische, kulturelle gleichsam technische Parameter abweichend zu Buche. „*The speed at which digital technologies and life styles are adopted varies considerably in different countries*"[704], gibt Brockmeyer zu bedenken und diversifiziert:

> „You have the trendsetting countries on one side, usually the bigger markets providing enough size to adapt to developments quickly, and other countries, picking a more individual approach, as they have more time to learn from the faster-moving markets."[705]

Kapitel 4 wird näher auf die Gegebenheiten der für diese Untersuchung ausgewählten Standorte Deutschland, Österreich, Slowenien und Ungarn eingehen. Kapitel 3.4.3 begründet diese Zusammenstellung. Hier ist methodisch zunächst die Verdichtung auf einen öffentlich-rechtlichen Erkenntnishorizont festzuhalten. Dieser soll sich ob der Dynamik des Forschungsgegenstandes in zwei Intervalle aufspannen: einem real-medienlandschaftlich verhafteten Heute und einem optionalen Morgen. Als leitende Forschungsfragen ergeben sich somit:

> **Welche Bedeutung hat Medienkonvergenz heute konkret für die unternehmensplanenden und journalistischen AkteurInnen öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa?**

[703] Vgl. Beck 2012, S. 328; vgl. auch Loewe/ Steemer 2012, S. 3
[704] Brockmeyer 2012, S. 47
[705] Brockmeyer 2012, S. 47

Wie bewerten die unternehmensplanenden und journalistischen AkteurInnen öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa die zukünftige Relevanz von Medienkonvergenz?

Als Leitannahmen nach der Literaturdiskussion in Kapitel 2 stehen hinter diesen Fragen:

- *Medienkonvergenz wird öffentlich-rechtliche Organisationsstrukturen, Plattformen und Produktportfolios wandeln.*
- *EU-weite und nationale Regulierungsmaßnahmen rahmen diesen Wandel.*
- *Konstante in dieser Dynamik ist der jeweilige öffentlich-rechtliche Programmauftrag. Dessen Umsetzung und darüber gesellschaftliche Legitimierung entscheidet über den Fortbestand Europas Öffentlich-Rechtlicher.*

Als Instrument das derzeitige wie prospektive Meinungsbild in vager Objektsituation zu eruieren, eignet sich die sozialwissenschaftlich inzwischen als erprobt geltende Delphi-Methode. „*Die Expertenbefragung nach Delphi stellt das gebräuchlichste intuitive Prognoseverfahren dar*“[706], betonen Daniel Vorgrimler und Dirk Wübben. Gerade ihr flexibles Design, das weil bedingt standardisiert Einigen disputabel ist, ermöglicht meines Dafürhaltens eine pointierte Operationalisierung. Jene muss ob der dehnbaren Methodengrenzen für das jeweilige Untersuchungsunterfangen exakt ausdefiniert werden.[707] Die folgenden Abschnitte befassen sich kritisch mit Chancen und Grenzen von Delphi-Designs. Dabei wird das für meine Arbeit bestmögliche empirische Vorgehen herausdestilliert.

3.2.2 Die Delphi-Methodik in Entwicklung und Ausprägungen

3.2.2.1 Begriffsklärung

Der Name der Methode ist an die antike Orakelstätte angelehnt. Häder benennt einige „*originelle Parallelen*“[708] zwischen jenem in der Sage tradierten Vorhersageverfahren und der heutigen Befragungsmethode: Die Nutzung des Orakels war nicht kostenlos, eine Vorausschau erfolgte nur gegen Opfergabe. Das Resultat musste abgewartet werden, das antike Orakel ließ sich Zeit. Auskunftswünsche hatten schriftlich einzugehen. Analog zur modernen Version basierte der Spruch auf Bera-

[706] Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 764
[707] Vgl. Häder 2014, S. 11
[708] Häder 2014, S. 14

tung in Expertenrunden und nahm sich in der Regel mehrdeutig aus. Die Interpretation oblag den Fragestellern. Primäre Verwendung fand das antike Delphi-Orakel in politischen Zusammenhängen, welche bis dato häufig Hintergrund für die Anwendung von Delphi-Designs bilden.[709]

Diese avancieren in den 1950er und 1960er Jahren zur gesuchten Methode. Damals erarbeitet die *RAND*-Cooperation, ein US-amerikanischer Think Tank, neue Strategien für technologische und politische Prospektivstudien. Auftraggeber sind zuvorderst Militärs. Eingangs operiert RAND mit bereits Etabliertem wie *Simulation Gaming* und intuitiven Experten-Prognosen. Im „Projekt Delphi" entwerfen Olaf Helmer und Norman Dalkey 1953 ein alternatives Vorgehen, welches eine anonymisierte Diskussionsplattform für Experten aufspannt. Inhaltlich im Mittelpunkt stehen Annahmen zur Zielplanung bei etwaiger nuklearer Auseinandersetzung zwischen den Vereinigten Staaten und der Sowjetunion. Gemeinsam mit dem Wissenschaftsphilosophen Nicholas Rescher erweitern Dalkey und Helmer den experimentellen methodischen Ansatz zu einem Prozedere, welches eine Konsensfindung befördert, dabei aber störende Einflüsse von Status, Gruppenzwängen etc. minimiert.

> „Anonymität sollte eine von individuellen Persönlichkeitszügen unbeeinflusste 'Debatte' ohne Rhetorik und gegenseitige Belehrungen ermöglichen. Auch externe Meinungen sollten quasi mit gleichen (sic) Gewicht berücksichtigt werden. In dem neuen Verfahren wurde die Diskussion der Experten-Gruppe (…) durch einen mehrstufigen Rückkopplungsprozess ersetzt, bei dem schriftliche Befragungen jeweils statistisch ausgewertet und die Ergebnisse als Grundlage einer erneuten schriftlichen Befragung genutzt werden."[710]

„*Mit etwas Selbstironie*"[711] schreibt Karlheinz Steinmüller weiter, benennen die Forscher bei RAND ihre Vorgehensweise nach dem griechischen Orakelort. Im Folgenden greifen Wissenschaftler verschiedener Disziplinen den erkenntnistheoretischen Vorschlag auf und setzen „Delphi" dort ein „*wo sich die Fragestellung einer präzisen analytischen Behandlung entzieht und wo aus Zeit- oder Kostengründen die Experten nicht zu einem Workshop zusammengerufen werden können*"[712]. Konsequent gilt „Delphi" nicht Wenigen als eine „*method of last resort*"[713].

Letzte Wege müssen keineswegs die schlechtesten sein, mögen sie eingangs auch holprig anmuten. So mangelt es in der Literatur an Einigkeit über eine universell

[709] Vgl. Häder 2014, S. 14f.
[710] Steinmüller 1997, S. 70
[711] Steinmüller 1997, S. 70
[712] Steinmüller 1997, S. 70
[713] Linstone 1978, S. 275

gültige Definition des Verfahrens. Im Einverständnis zeigt man sich bei der Grundidee, je nach Forschungsanliegen unterschiedliche Faktoren hervorzuheben:

> „Für eine Reihe von Autoren sind die gruppendynamischen Eigenschaften zentrales Wesensmerkmal der Methode. Die Delphi-Technik wird von diesen Autoren als allgemeines Instrument zur verbesserten Erfassung von Gruppenmeinungen und zur Steuerung der Gruppenkommunikation angesehen. Andere Autoren betonen stärker inhaltliche Aspekte, insbesondere den hohen Problemlösungscharakter und den Umgang mit Unsicherheit. Die Delphi-Methode als qualitativer Ansatz zur Erstellung von Prognosen steht hier im Zentrum.“[714]

Attraktiv erscheint das bedingt flexible „Werkzeug-Delphi“ mehreren Disziplinen aus mannigfachen Gründen. In Wirtschaft wie Wissenschaft bedarf es angesichts der weitreichenden Dimensionen, in denen Entscheidungen heute oftmals zu treffen sind, zunehmend der Vorbereitung, Implementierung und Evaluation durch Experten. Letztere treten nicht mehr wie womöglich noch zu Goethes Zeiten als Universalgelehrte auf. Sie finden sich mit anderen hochspezialisierten Fachleuten für ausdifferenzierte Gebiete in Expertengremien zusammen. Nachvollziehbar gestalten sich Prozesse der Beschlussfassung länger, deren Komplexität wie Kosten sind meist sehr hoch zu veranschlagen.[715] Nützlich erweist sich angesichts dessen, dass die Delphi-Methode für die Erhebung unterschiedlicher Kategorien von Informationen eingesetzt werden kann, welche sich bei Bedarf gleichzeitig ermitteln lassen:

- „Quantitätsangaben: In welchem Maße treten Ereignisse ein?
- Qualitätsangaben: Was ist möglich?
- Zeitangaben: Wann treten Ereignisse ein oder werden neue Möglichkeiten realisiert?
- Wahrscheinlichkeitsangaben: Welche Wahrscheinlichkeiten sind den Angaben zu Quantität, Qualität und Zeit zuzuordnen?
- Bewertungen: Sind Entwicklungen oder neue Möglichkeiten unter Berücksichtigung der Auswirkungen wünschenswert?“ [716]

Seit der 1950er Jahre haben Studien unter dem Etikett „Delphi“ deutliche Diversifikation erfahren. Aus dem Kaleidoskop an Delphi-Variantem schälen sich aber Erfahrungswerte heraus, welche als grundsätzliche Wesenheiten etikettiert werden. Daran lässt sich eine Robustheit des Methodenansatzes knüpfen. „*Evaluationsbemühungen haben (...) inzwischen ergeben, dass die Validität von Delphi-Befragungen unter anderem mit der Spezifik des zu betrachtenden Sachverhaltes und der dabei benutzten Vorgehensweise in Zusammenhang steht*“[717], bilanziert Häder und

[714] Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 764; vgl. auch Linstone/ Turoff 1975
[715] Vgl. Häder 2014, S. 16; vgl. auch Münchner Kreis 2009, S. 14
[716] Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 764
[717] Häder 2014, S. 23

postuliert: „*Auch der Einsatz von Delphi-Befragungen muss an bestimmte Voraussetzungen geknüpft werden, die es nicht erlauben, von einer beliebig nutzbaren und zugleich in ihrem Design bedenkenlos veränderbaren Universalmethode zu sprechen*."[718] Dieser Warnung eingedenk klopfe ich zur Ausarbeitung meines Delphi-Fahrplans erst basale Bausteine klassischen Designs ab. An einigen bereits erfolgten Delphi-Erhebungen zu medialen (Zukunfts-)Themen ist die eigene Methodengestaltung dann zu justieren.

3.2.2.2 „Klassisches" Delphi-Design und modifizierte Ansätze

Etliche Autoren, die ein Delphi zum Einsatz bringen, diskutieren die eigene Vorgehensweise kaum mehr. „*Delphi is an established foresight technique that involves repeated polling of knowledgeable individuals*"[719], setzen beispielsweise *Strategic Innovation Lab* in ihrer Studie „2020 Media Futures" (2011) voraus und erklären das Weitere einfach wie ungenau: „*By feeding back anonymized responses from earlier rounds of polling, we allow for better judgements to be made without undue influence from forceful or highstatus advocates.*"[720] Damit ist weder das Wie noch das Warum des gewählten Designs präzisiert. Eine zugleich umfassende wie belastbare Beschreibung gelingt Vorgrimler und Wübben. Die Autoren benennen nicht nur Grundlegendes einer „klassischen" Delphi-Anlage, sondern schaffen nachvollziehbare Begründungen:

> „Es handelt sich um eine mehrstufige Befragung, welche unter Experten verschiedener Fachbereiche schriftlich durchgeführt wird. Dabei wird davon ausgegangen, dass Experten in ihrem Fachgebiet über besonders viel Wissen verfügen und deshalb sehr gute Schätzungen über mögliche zukünftige Entwicklungen abgeben können. Durch Rückkopplung der Zwischenergebnisse an die Befragten wird den Teilnehmern eine Möglichkeit zur Überprüfung bzw. eines Vergleichs ihrer Aussagen mit den Meinungen der anderen Experten gegeben. Durch die wiederholte Befragung soll die Spannweite der Expertenmeinungen verringert werden. Es geht bei diesem qualitativen Prognoseverfahren also weniger um die Abbildung quantitativer Meinungsverhältnisse, als darum, Inhalte zu verdichten und damit besonders aussagekräftige Prognosen aufstellen zu können."[721]

In Zusammenhang mit Letzterem betonen Jürgen Bortz und Nicola Döring die auch mir bedeutsame analytische Lösungsorientierung von Delphi-Anlagen: „*Es handelt sich hierbei um eine hochstrukturierte Gruppenkommunikation, deren Ziel es ist,*

[718] Häder 2014, S. 23
[719] Strategic Innovation Lab 2011, S. 37
[720] Strategic Innovation Lab 2011, S. 37
[721] Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 763

aus den Einzelbeiträgen der an der Kommunikation beteiligten Personen, Lösungen für komplexe Probleme (...) zu erarbeiten.“[722]

Aus einer Synopse der Forschungsliteratur filtert Häder Merkmale für Konzeption und Durchführung. Seine Auflistung nennt als unabdingbare Elemente die Verwendung eines formalen Fragebogens, die Befragung von Experten, die Anonymität der Einzelantworten, die Ermittlung einer statistischen Gruppenantwort, die Information der Teilnehmenden über diese statistische Gruppenantwort (Feedback) und eine (mehrfache) Wiederholung der Befragung nach der beschriebenen Weise.[723] Zu geschilderten klassischen Mustern finden sich je nach Erkenntnisinteresse Varianten.

Geht man mit der Zielsetzung an eine Delphi-Befragung heran, Expertenmeinungen zu ergründen, dann liefern „*Delphi-Studien (…) nicht einfach ein Bild von der Zukunft, sondern eine Informationsgrundlage für die Entscheidung, was heute zu tun oder zu lassen ist*“[724]. Ergo seien gemäß der jeweiligen Fragestellung – und ihrer Verortung im Gestern/ Heute/ Morgen – laut Häder Delphi-Verfahren in vier Kategorien einzuteilen:

- **Typ 1**: Delphi-Befragung zur Ideenaggregation
- **Typ 2**: Delphi-Befragung für eine möglichst exakte Vorhersage eines unsicheren Sachverhalts bzw. für dessen genaue(re) Bestimmung
- **Typ 3**: Delphi-Befragung zur Ermittlung und Qualifikation der Ansichten einer Expertengruppe über einen diffusen Sachverhalt
- **Typ 4**: Delphi-Befragung zur Konsensbildung unter den Teilnehmern[725]

Für die konkrete Anwendung in meiner Arbeit bietet sich „Typ 3“ an: **Delphi-Befragung zur Ermittlung und Qualifikation der Ansichten einer Expertengruppe über einen diffusen Sachverhalt**. Dabei sollen die Annahmen eines dezidierten Expertenpools herausgefiltert und qualifiziert werden. Das mit „Typ 3“ avisierte Ziel ist das momentan verbreitetste beim Einsatz des „Instruments Delphi“. „*Im Unterschied zu rein qualitativen Delphi-Studien (Typ 1) werden hier die verschiedenen Expertenmeinungen zusätzlich einer quantifizierenden Bewertung unterzogen, das bedeutet, dass ihre Mehrheitsfähigkeit dargestellt und geprüft wird*“[726], hebt Häder hervor.

[722] Bortz/ Döring 2002, S. 261
[723] Vgl. Häder 2014, S. 24ff.
[724] Cuhls/ Blind/ Grupp 1998, S. 3
[725] Vgl. Häder 2014, S. 30ff.
[726] Häder 2014, S. 33f.

3.2.3 Generelle ExpertInnenauswahl für Delphi

„*Grundannahme des Delphi-Verfahrens ist, dass Entscheider und Experten innerhalb einer Branche mehr über die wahrscheinlichen Entwicklungen der Zukunft wissen als Außenstehende*“[727], unterstreichen Ralf Becker und Stephan Magnus für ihre Studie „Fernsehen 2012“. Auch der Münchner Kreis als Herausgeber einiger Delphi-Erhebungen fokussiert auf die exponierte Rolle von Experten in zunehmend komplexer werdenden, international vernetzenden Informations-, Kommunikations- und Medienwelten: „*Zudem ist heute kaum noch ein einzelner Experte in der Lage, mehrere sich beeinflussende Expertisenfelder zu überblicken. Daher werden bei einer Delphi-Befragung mehrere Fachleute mit spezialisiertem Wissen um ihre Einschätzungen gebeten*.“[728]

Daraus generiert sich der Anspruch, geeignete Probanden einzuladen und die Auswahl in Anbetracht des Erkenntnisinteresses plausibel zu begründen. Für den Einsatz von Experteninterviews unter wissenschaftlichem Fragehorizont markiert Robert Kaiser als Minimalanforderungen eine „*intersubjektive() Nachvollziehbarkeit der Verfahren der Datenerhebung und Datenanalyse*“, das Verfolgen einer „*theoriegeleiteten Vorgehensweise*“ sowie die „*Neutralität und Offenheit des Forschers gegenüber neuen Erkenntnissen und sowie anderen Relevanzsystemen und Deutungsmustern*“[729]. Eine in der Sekundärliteratur bisweilen erhobene Forderung nach Werturteilsfreiheit oder Objektivität qualitativer Sozialforschung, weist Kaiser verständlich zurück. Er unterstreicht, „*dass in jedem Forschungsprozess eine ‘Richtungsentscheidung’ bereits durch die Festlegung der Forschungsfrage(n), ihre theoretische Einbettung und beispielsweise auch durch die Auswahl der Interviewpartner vorgenommen wird*“[730].

Letzteres bewahrheitet sich im Blick auf „Delphi“. Hier bestimmt die Zusammenstellung der „richtigen“ Experten wesentlich die Güte des Studienfazits. „*Es geht bei der Delphi-Befragung (…) nicht um eine zufällige Auswahl an Experten mit dem Ziel, die Meinung aller Experten schätzen zu können, sondern – vermittelt über das Feedback – um Interaktionsprozesse zur Wissensgenerierung*.“[731] Konsekutiv erfolgt die Rekrutierung der Teilnehmer bei Delphi-Befragungen gezielt, also alles andere als

[727] Becker/ Magnus 2012, S. 12
[728] Münchner Kreis 2009, S. 14
[729] Kaiser 2014, S. 6f.
[730] Kaiser 2014, S. 7
[731] Häder 2014, S. 97

zufällig, allerdings stets gewahr der Tatsache, dass eine Zuschreibung der Expertenrolle immer die Forschenden selbst vornehmen, ausgerichtet am konkreten Erkenntnisprozess.[732] Kaiser ist stattzugeben: „*Für die methodologische Einordnung von qualitativen Experteninterviews müssen nun vor allem zwei zentrale Aspekte kritisch reflektiert werden: die Frage, wer überhaupt als Experte gelten kann sowie die Frage, welche Arten von Wissen durch Experteninterviews generiert werden können.*“[733]

Unter wissenschaftssoziologischem Blickwinkel scheidet Kaiser den „Experten“ begrifflich vom „Laien“ sowie vom „Spezialisten“.[734] Wo der Laie für Allgemein- oder Alltagswissen stünde, attribuiere man dem Experten „Sonderwissen“, ergo „*sozial institutionalisierte Expertise*“[735]. Hitzler koppelt in gleichem Tenor Expertenwissen an eine Funktion oder Berufsrolle. Wo der Spezialist anders als der Laie ebenso über Sonderwissen verfüge, fehle ihm in Absetzung vom Experten die Befähigung selbst über die „*Problemlösungsadäquanz*“[736] seines Wissens und seiner Kompetenzen zu befinden. Was den Experten abhebt, ist seine „*institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit*“[737].

Kaiser hält es für sinnvoll, Experteninterviews nicht auf umrissene Personenkreise zu beschränken. So könne es erkenntnisrelevant sein, „*gerade explorative Interviews auch mit Spezialisten zu führen, die Auskunft über die technische Dimension eines aktuellen politischen Problems geben können ohne selbst Teil der Problemlösung zu sein*“[738]. Zudem mögen für den Abgleich eigener Untersuchungsbefunde mit praktischen Kontexten Allgemein- und Alltagswissen verschiedener Interessenträger zuträglich sein. Nachvollziehbar werde, dass weite Teile der Literatur zu qualitativen Expertenbefragungen den Terminus „Experte“ wenig streng fixieren. Kaiser schält denn in politikwissenschaftlicher Ausrichtung lediglich zwei Basiselemente heraus, die Rolle von Experten zu charakterisieren. Dabei verzichtet der Autor nicht auf den meines Dafürhaltens elementaren und deshalb abermalig angeführten Hinweis, „*dass die Zuschreibung der Expertenrolle immer durch den Forscher selbst im konkreten Forschungsprozess erfolgt*“[739]. Die Identifikation von relevanten Experten meint damit immer einen Attribuierungsprozess. Als zwei nichtsdestoweniger stabile

[732] Vgl. zur Auswahl von Experten für qualitative Forschungsunterfangen in der Sozialwissenschaft allgemein auch Meyen/ Pfaff-Rüdiger/ Löblich/ Riesmeyer 2011, S. 67f.
[733] Kaiser 2014, S. 35
[734] Vgl. Kaiser 2014, S. 36
[735] Sprondel 1979, S. 141
[736] Hitzler/ Honer/ Maeder 1994, S. 25
[737] Hitzler/ Honer/ Maeader 1994, S. 25; vgl. auch Kaiser 2014, S. 36
[738] Kaiser 2014, S. 37
[739] Kaiser 2014, S. 39

Marker nennt Kaiser „*Position und Status“* und erläutert*, „als Experte kann gelten, wer im weitesten Sinne verantwortlich ist im Prozess der politischen Problemlösung*“[740]. Zuzüglich besteht er auf dem Attribut „*Funktionswissen*“, wenn er festlegt, „*als Experte kann ferner gelten, wer – aus welchen Gründen auch immer – über relevantes Wissen über den Prozess der politischen Problemlösung verfügt*“[741].

Wo „Position und Status“ sich relativ leicht über äußere Merkmale, Berufsbezeichnungen, etablierte Zuschreibungen identifizieren lassen, lohnt es sich, den bei Kaiser als „*Funktionswissen*“[742] ausgewiesenen Parameter stärker zu facettieren. Gläser und Laudel führen richtig an, dass gemeinhin nicht ein Experte existiere, welcher in der Lage sei das gesamte notwendige Wissen zur Rekonstruktion eines Sachverhalts zu liefern.[743] Um robuste Abdeckung zu erzielen, seien gegebenenfalls genügend Experten aus additiven Bereichen zusammenzubringen.[744] Somit gerät der Gesichtspunkt „Wissen“ und die Auseinandersetzung mit den durch das Forschungsinteresse und das Methodendesign zu adressierenden Arten von Wissen zum Kern der Expertenauswahl. Transferiert auf den medienwissenschaftlichen Kontext meines Vorhabens stellt das mehrere nun zu präzisierende Ansprüche an den Auswahlmodus.

3.2.4 Delphi-Studie Medienkonvergenz: ExpertInnenauswahl

Vorliegende Studie lädt eine für das Erkenntnisvorhaben hinreichende Anzahl[745] von 36 Probandinnen und Probanden ins Panel ein.[746] Als relevante Experten aus den öffentlich-rechtlichen Häusern werden zu gleichen Teilen (je 12 pro Gruppe) möglichst hochrangige Vertreter (DirektorInnen, ManagerInnen, ChefredakteurInnen etc.) aus den Bereichen „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung“ und „Redaktionsleitung/Ressortführung“ ausgesucht. Von Ersteren sind Kenntnisse zu zukunftsplanerischen Gehalten wie eventuell schon deren Projektierung angenommen, für die zweite interne Gruppe stärker Argumente und Prognosen aus berufspraktischen journalistischen Blickwinkeln. Als externe Position ergänzen Experten aus „Wissenschaft/Forschung“ das Panel, welche sich in kommunikations- und medien-

[740] Kaiser 2014, S. 41
[741] Kaiser 2014, S. 41
[742] Kaiser 2014, S. 41
[743] Vgl. Gläser/ Laudel 2006, S. 113
[744] Vgl. Kaiser 2014, S. 39
[745] Vgl. Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 766; Der zweite Teil dieses Kapitels widmet sich der passenden Expertenanzahl genauer.
[746] Notwendige Nachrekrutierungsverfahren über die Delphi-Runden erhöhen die Gesamtteilnehmendenzahl auf 45. (siehe Kapitel 3.7 und ausführlich Kapitel 5.2.1)

wissenschaftlichem Interesse intensiv mit dem Thema Konvergenz und/ oder öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Europa befassen. Damit rekurriert die Auswahl der Experten auf drei Gruppen, denen jeweils unterschiedliche – primäre – „*Arten von Wissen*“[747] zugeordnet werden können:

Abb. 1_Methode: Kategoriale Zusammenstellung der ExpertInnen

Expertengruppe (mit je 12 Vertretenden)	Intendierte Arten von Wissen
Wissenschaft/Forschung	Expertinnen und Experten zuvorderst aus den Bereichen Medien- und Kommunikationswissenschaft liefern ubiquitäre theoretische Einordnungen und stellen prozessuale Modellbezüge her, offerieren ergo besonderes „*Kontextwissen*“[748].
Innovationsmanagement/Unternehmensplanung	Die hier adressierten internen Expertinnen und Experten öffentlich-rechtlicher Betreiber verfügen in erster Linie über aufschlussreiches „*Betriebswissen*“[749].
Redaktionsleitung/Ressortführung	Die anstaltszugehörigen Expertinnen und Experten steuern „*Deutungswissen*“[750] bei und verquicken über dieses praxisbezügliche Scharnier Betriebswissen und Kontextwissen.

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Gruppe „Wissenschaft/Forschung“ versammelt Vertretende einschlägiger Disziplinen wie Medien- oder Kommunikationswissenschaft, die sich in ihrer akademischen Arbeit intensiv mit dem Phänomen „Medienkonvergenz“ auseinandersetzen und Kontextwissen zu möglichst zahlreichen der in dieser Untersuchung angesprochenen Medienlandschaften (Kapitel 3.4) abrufen können. Als Kontrast lassen sich Einschätzungen aus diesem Pool gegenüber den sonst mehr aus interner Warte abgegebenen Beurteilungen der beiden Folgegruppen aufspannen. Sind die Mitarbeitenden öffentlich-rechtlicher Anstalten an ein Mediensystem – in unserer Argumentation an ein Land, eben den Sitz der Organisation – örtlich gebunden, findet eine solche Verlinkung bei wissenschaftlichem Personal über die Thematik statt. Ein Experte für ungarische Medienentwicklung mag genauso in London, Berlin, Brüssel oder eben in Budapest sitzen. Daraus wiederum werden und sollen sich variante Innen- und Draufsichten ergeben. Denen kann der Anstrich von „Institutsmeinung“ oder jeweils „politisch korrektem Antwortverhalten“ idealiter über die anonyme Gestaltung des Designs zumindest in Teilen entzogen werden. Gleiches gilt für die Annahme, Angestellte eines Senders gäben nur dessen Leitbild wieder. Ebenfalls unterstützt hier die Gewähr der Anonymität die Bereitschaft, kontroverse Ansichten vorzutragen.

[747] Kaiser 2014, 41ff.
[748] Kaiser 2014, S. 42
[749] Kaiser 2014, S. 42
[750] Kaiser 2014, S. 43

Auch hier bedeutet die Zugehörigkeit zu einer Anstalt nicht, dass vorab oder parallel nicht zusätzliche internationale (persönliche, redaktionelle, unternehmensplanerische etc.) Verbindungen bestünden.

Die Vertretenden des Sektors „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung" verfügen über wertvolles, weil partiell exklusives Betriebswissen. Gewisse Details in Programmatik, Zielsetzung, Genese von Richtungsnahmen verbleiben oft auf dieser Ebene. Nicht selten filtern nur jene Momente eines möglichen größeren „Masterplans" an tangierte Abteilungen durch, welche dort konkret eingepflegt werden sollen. Um gesamtunternehmerisch Konzeptionssteuerndes zu heben, muss die Delphi-Studie Einblick in „*Prozesse und Routinen in der Entscheidung über verbindliche Regeln zur Lösung"* [751] von Konflikten auf innovations- und planungskompetenter Stufe gewinnen: Betriebswissen offenbart manageriale Zusammenhänge und Bewegungen in Organisation oder Produktion. Fundiert lassen sich Schlüsse auf zukünftige Entwicklungen ziehen.

Ergänzt wird diese interne, zuallererst strategische Perspektive um das hierarchisch nachgelagerte Betriebswissen redaktionell Verantwortlicher (Gruppe „Redaktionsleitung/Ressortführung"). Diese steuern nicht zuletzt aufgrund alltagspraktischer Einsichten in tatsächliche Umsetzbarkeiten auch dahin gehend „*subjektive Relevanzen, Sichtweisen und Interpretationen*"[752] bei. Solche Elemente schreibt Kaiser dem Deutungswissen zu, welches zwar in seiner weitaus persönlicheren Gewichtung von Betriebs- wie Kontextwissen abzurücken sei, dennoch helfen könne im Studienzusammenhang „*Handlungsorientierungen und Entscheidungsmotivationen von Akteuren zu rekonstruieren*"[753]. Nachvollziehbar fügt Kaiser an: „*Um Deutungswissen einordnen zu können, spielt es natürlich eine Rolle, in welcher Weise Experten sozialisiert worden sind, welche parteipolitischen Präferenzen sie besitzen, ob sie religiös gebunden sind oder welcher sozialen Schicht sie entstammen*"[754]. Das Potential von Deutungswissen erkennt der Autor für die Präzisierung von aus den anderen Wissenskategorien gespeisten qualitativen Ergebnissen sowie für den Entwurf konsekutiver methodischer Schritte. Dem Forschenden erwachsen mitunter alternative Blickrichtungen oder Einsichten in Zusammenhänge, welche ihr oder ihm bislang verborgen waren. Derlei rückprojiziert auf Strategien und Wirkabsichten wie sie Experten

[751] Kaiser 2014, S. 44
[752] Kaiser 2014, S. 44
[753] Kaiser 2014, S. 43
[754] Kaiser 2014, S. 43f.

aus dem Segment „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung“ preisgeben können, mag im vertikalen innerbetrieblichen Abgleich genauso wie über Sendergrenzen hinweg Aspekte von Konsens und Dissens identifizieren. Hierin liegt eine Chance, die aus der leitfadengesteuerten Delphi-Vorrunde zu generierenden Fragebogen für die dann quantitative Runde 1 an authentischen Szenarien und realitätsbezogenen Diskussionsstoffen auszutarieren. (Kapitel 3.5.2.1.1) Eine weitere Option, relevante Dimensionen zu kondensieren, liegt in der Kontrastierung von Deutungsvorschlägen mit dem wohl vor allem Kontextwissen, welches Experten aus dem Bereich „Wissenschaft/Forschung“ zur Beantwortung der Leitfragen aktiveren. Dabei geht es um „*Kenntnisse (...) über die Rahmenbedingungen, Zwänge und Interessenstrukturen*“[755] sowie Metaeinsichten, theoretischen und empirischen Transfer.

Eine solche Ausdifferenzierung der Expertengruppen nach zu erwartenden Kenntnisvorräten darf nur tendenziell erfolgen. Viele verfügen über Informationsreservoirs in zwei oder allen deskribierten Wissenskategorien.[756] Wie sich bereits bei der Rekrutierung zeigt, ergeben sich Überschneidungen in den subjektiven Erfahrungshorizonten. Etliche spätere Universitätszugehörige aus medienorientierten Disziplinen waren früher in journalistischen Umgebungen tätig oder sind es parallel bis heute. Innovationsplanende und Managementkräfte bei Öffentlich-Rechtlichen beginnen ihre Laufbahn häufig als redaktionelle Mitarbeitende – und verfügen über ein Hochschulstudium in kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kontexten oder haben eine akademisch ausgerichtete Journalistenausbildung absolviert. Ihre aktuelle Berufsrolle ordnet sie den hier als maßgeblich bestimmten funktionalen Wissensfeldern – „*Betriebswissen*“, „*Kontextwissen*“ oder „*Deutungswissen*“[757] – eindeutiger zu als anderen.

Mitnichten droht jene Tatsache eine Untersuchung zu verwischen. Im Gegenteil eröffnet sich so die Möglichkeit alle drei Teilnehmersegmente mit gleichem Leitfaden zu konfrontieren. Sind die Fragen dabei offen und nachtarierbar angelegt, lassen sich je nach Gegenüber anzunehmende und wo vorhanden weitere Kenntnisareale ansprechen. So kann das Potential des Samples weitgreifend gehoben werden. Die leitfadenregulierte Vorgehensweise erfährt hierin eine explorative Operationalisierung. Letztere verlangt vom gesprächsführenden Forscher das zugrundeliegende Erkenntnisinteresse stets im Blick zu behalten und darauf zu achten, wann und ob ein

[755] Kaiser 2014, S. 44
[756] Siehe Kapitel 6.1.1 und 6.2.1
[757] Kaiser 2014, S. 42f.

Experte „*aus dem Nähkästchen*“ plaudern möchte oder sich darauf beschränkt, die „*Linie des Hauses*“[758] zu referieren.

Hingewiesen sei an dieser Stelle auf eine Unterscheidung in implizites (tazites) Wissen und explizites (kodifiziertes) Wissen:

> „Gemeint ist damit, dass implizites Wissen quasi als ‘geistiges Eigentum’ des Experten betrachtet werden kann, weil es nur ihm in seinen Handlungen und Bewertungen zur Verfügung steht, aber bisher nicht kodifiziert, also etwa nicht verschriftet worden ist. Explizites Wissen existiert hingegen in kodifizierter Form etwa als organisatorische Routine, als Strategiepapier oder als Lageeinschätzung.“[759]

Am ehesten ließe sich laut Kaiser Kontextwissen als explizites verorten. Dahingegen trügen Betriebs-, in erster Linie aber Deutungswissen erhebliche Anteile impliziten Wissens in sich. Auswirkung zeitigt dies auf die Gestaltung und Anwendung des Analyseinstrumentariums.

> „So wird man davon ausgehen müssen, dass Kontextwissen durch den Experten leichter darstellbar ist, weil er hier auf explizite Wissensbestände verweisen kann, die innerhalb seiner Organisation kodifiziert worden sind. Zielt das Experteninterview aber gerade nicht auf dieses explizite Kontextwissen, sondern ist es stärker an den impliziten Wissensständen des Befragten interessiert, muss dies in der Entwicklung des Leitfadens berücksichtigt werden.“[760]

Was Kaiser für eine politikwissenschaftliche Urbarmachung qualitativer Experteninterviews festschreibt, ist meiner Meinung nach gleichsam wertvoll für vorliegendes Vorgehen. Wenn im Folgenden der Ablauf der einzelnen Delphi-Runden ausgearbeitet wird, fließen Überlegungen dahin gehend welche Art Wissen von den Teilnehmenden abgefragt werden kann und soll nicht nur in die Gestaltung des Leitfadens für die vorbereitende Welle. Die standardisierten Wellen 1 und 2 werden wie die dazwischenliegende Feedbackaufbereitung kontrollieren, ob gehobene Daten dem Forschungsinteresse zulaufen. Gegebenenfalls sind Optimierungen hinsichtlich des jeweiligen Anschlussschrittes vornehmen.

Davor bleibt zu klären, wie viele Experten pro Kategorie anzusprechen sind. Es existieren unterschiedliche Quotenvorschläge zur Gruppenzusammensetzung. Als erfolgversprechend haben sich Auswahlkriterien nach dem inhaltlichen Delphi-Komplex erwiesen, nach der Herkunft aus verschiedenen Bereichen (Hochschule, priva-

[758] Kaiser 2014, S. 46
[759] Kaiser 2014, S. 45
[760] Kaiser 2014, S. 45

ter Sektor, öffentlicher Dienst etc.) und bisweilen der Absetzung geographischer Verortung.[761] Je nach Forschungszugang zeigt sich eine Mischung unterschiedlich ausgeprägter Fachkenntnis nützlich, wobei soziopsychologisch so Häder zu bemerken sei:

> „Wichtig ist aber der Fakt, dass nur wenn sich aus der Zusammensetzung der gesamten Gruppe für den einzelnen Teilnehmer eine ausreichend große Kompetenz vermuten lässt, das Feedback entsprechend als fachkundig beachtet wird. Damit gewinnt die Strukturierung der Teilnehmergruppe auch unter diesem Gesichtspunkt an Bedeutung."[762]

Delphi-Befragungen binden somit Experten ein, die sich durch theoretische und praktisch fundierte Sachkenntnis auszeichnen. Über die exakte Anzahl der zu Beteiligenden herrscht Disput. „*Da die Ergebnisse von Delphi-Befragungen nicht im Sinne einer Zufallsstichprobe verallgemeinert werden können, ist eine ausreichend große Zahl an Experten zu rekrutieren. Je mehr Experten bei Studien dieses Typs befragt werden, desto aussagekräftiger kann das Ergebnis der Studie werden*"[763], rekapituliert Häder. Damit stößt er auf Zustimmung,[764] jedoch genauso auf Widerspruch, denn nicht immer meint ein reines Mehr an Antworten zusätzlichen Erkenntnisgewinn:

> „Die optimale Anzahl der Experten hängt im Wesentlichen von der Komplexität der Fragestellungen und der Fachkenntnisse der Teilnehmer ab. Bei gering dimensionierten Problemstellungen und hoher Kompetenz der Teilnehmer reicht eine kleine Expertengruppe meist aus, wohingegen mit wachsender Komplexität (und mit geringerer Expertise der Teilnehmer) der Umfang der Expertengruppe größer sein muss. Ferner ergibt sich ohnehin eine Beschränkung, da die Zahl der Experten begrenzt ist."[765]

Bestellt ist es demnach für die eigene Arbeit um eine „hinreichende Anzahl" an Probanden. Auch unter dem Gesichtspunkt, dass kein „Moderations-/ Moderatorenteam" wie beim Gros der Delphi-Unternehmungen mit Fragebogenkonzeption, Auswertung, Feedbackformulierung befasst ist – sondern in der Autorin eine Person.[766] Für mein Ansinnen ausreichend ergeben sich pro Kategorie und Objektbezug – also verstanden als Expertise für ein öffentlich-rechtliches System (Land) – jeweils drei Experten. Abbildung 2_Methode bündelt die erläuterten Zusammenhänge.

[761] Vgl. Häder 2000a, S. 9
[762] Häder 2014, S. 100
[763] Häder 2014, S. 112
[764] Vgl. Cuhls/ Blind/ Grupp 1998
[765] Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 766
[766] Vgl. Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 766

Abb. 2_Methode: Kategoriale Zusammenstellung der ExpertInnen pro öffentlich-rechtlichem Bezugsort

Expertengruppe (mit je 12 Vertretenden)	Rekrutierungszusammenhänge
Wissenschaft/Forschung	Expertinnen und Experten besonders aus den Bereichen Medien- und Kommunikationswissenschaft sind inkludiert, die bereits ausführlich zu Medienkonvergenz, Medienwandel etc. gearbeitet haben und dazu aktuell forschen.
Innovationsmanagement/Unternehmensplanung	Die hier angesprochenen internen Expertinnen und Experten öffentlich-rechtlicher Betreiber setzen auf einer Makroebene der Gesamtunternehmensplanung an. Innovationsmanagement umfasst Programmliches gleichsam Technisches und projektiert Zukünftiges.
Redaktionsleitung/Ressortführung	Der – schwerpunktmäßig journalistisch-inhaltliche – Tätigkeitsbereich der anstaltszugehörigen Expertinnen und Experten umfasst Programmplanung, -erstellung wie Management auf einer zumindest Mesoebene. Hörfunk-, Fernseh-, Informations-, Multimediadirektorinnen und -direktoren etc. versammeln genauso wie Leiterinnen und Leiter bereits konvergierender oder noch nicht konvergierender Programmbereiche oder Ressorts.

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Bewegungen im Sample beim Delphi-Durchlauf zeigt Kapitel 5.2.1 und benennt wenige aufgetretene Hindernisse, welche im Sinne von Design-Anlage und Arbeitsziel methodisch auszugleichen waren. Das Folgende erläutert die Auswahl der Samplestandorte, an denen sich die Expertenrekrutierung orientiert.

3.3 Delphi-Studie Medienkonvergenz: Fallauswahl der europäischen öffentlich-rechtlichen Anbieter

Nach der Entscheidung für einen Expertenkreis ist die Fixierung funktionaler Äquivalente für die Analysearbeit zu leisten, sprich sind die öffentlich-rechtlichen Objekte für die Betrachtung zu heben. „*Nur Äquivalentes (also Gleichwertiges), das in unterschiedlichen Kontexten die gleiche Funktion (also Rolle) erfüllt, kann sinnvoll verglichen werden.*“[767] Nur kategorial ebenbürtige Übereinstimmungen und Abweichungen sind sinnvoll und können gewinnbringend kontrastiert werden. Europas öffentlich-rechtliche Medienhäuser verschreiben sich über ihre Mitgliedschaft in der EBU gemeinsamen Werten: „*We identify six core values that we all share: universality, independence, excellence, diversity, accountability, innovation*“[768]. Hieraus leiten sich kollektive Versprechen ab. Dazu zählen eine faire, ausgewogene und respektvolle Berichterstattung basierend auf fundierten und transparenten Fakten. Politische oder

[767] Esser 2010, S. 9
[768] EBU 2016a, S. 1

kommerzielle Einflüsse sollen zuverlässig exkludiert bleiben. Darüber hinaus verpflichten sich die EBU-Partner, das Publikum über distribuierte Information anzusprechen und Möglichkeiten der Kontribution zu schaffen.[769]

In welchem Umfang diese primär ideellen Zusagen in den Verfasstheiten der öffentlich-rechtlichen Anbieter der Teilnehmerländer Niederschlag finden und inwieweit sie in der journalistischen Praxis Umsetzung erfahren, ist nach Einzelfall variant. Wirtschaftliche, rechtliche, organisatorische, technische, staatspolitische Parameter spielen jeweils eine Rolle. Dazu kommen mitunter sehr unterschiedliche nationale Entwicklungen hin zu den Mediensystemen, wie wir sie heute vorfinden.[770]

Kapitel 4 meiner Arbeit wird in einem kategoriengeleiteten Aufriss die Charakteristika der im Sample zusammengestellten Objekte in ihrer Konfiguration im Massenmediengefüge aufzeigen. Für Deutschland liegt das Augenmerk auf der ARD als föderalistisch strukturiert, und finanziert in erster Linie über Haushaltsabgaben bei marginaler Werbesubventionierung. Im Rahmen eines Light Touch-Medienregulierungsstils[771] ist die Vielfalt der Ausspielwege respektive deren Gestaltung über den „Drei-Stufen-Test“ konturiert.[772] Der ORF für Österreich agiert ebenso in einer Umgebung, dem Light Touch-Medienregulierungsstil zuzuordnen. Hier ist die Besonderheit eines Single Regulators hervorzuheben. Vorrangig beitragsgespeist bei dezenter Werbefinanzierung verankert sich das Organigramm des ORF stark zentralistisch. Das slowenische RTV SLO ist anteilig gebühren- und werbe-/ sponsoringbetrieben. An einem bedeutsamen Kern der Organisation hängen föderativ aufgespannte Satelliten. RTV SLO arbeitet in klientelistischer Medienregulierungslandschaft.[773] Ebenfalls in klientelistischer Medienregulierungsumgebung befindet sich Ungarns MTVA, de facto staatlich finanziert und zentralistisch strukturiert.

Um zu dieser kategoriengeleiteten Auswahl zu gelangen bedurfte es methodischer Vorüberlegungen. Eine Selektionsentscheidung ist für den Wissenschaftler auch im Blick auf Ressourcen und Praktikabilität zu treffen. Eine differenzierte Betrachtung sämtlicher EBU-Partizipierenden kann schwerlich von einer Einzelautorin geleistet werden. Die EBU als „*the world´s foremost alliance of public service media (PSM)*“[774]

[769] Vgl. EBU 2016, S. 2
[770] Vgl. Thomaß 2007, S. 23
[771] Vgl. Arnold 2014
[772] An dieser Stelle erfolgt noch einmal der Hinweis auf die nach Erhebungsende erfolgte Umgestaltung des Telemediengesetzes siehe Kapitel 4.2.
[773] Vgl. Arnold 2014
[774] EBU 2015, S. 26

verzeichnet aktuell 73 Akteure aus 56 Nationen Europas. Assoziiert sind 21 Mitglieder aus Afrika, Asien, Nord- und Südamerika. In Summe der Ausspielwege bedeutet das über 1.800 Radio- und Fernsehkanäle, die Programm in mehr als 120 verschiedenen Sprachen anbieten. Gewicht liegt also auf der bestmöglichen Zuspitzung des Untersuchungsdesigns wie im Anschluss erläutert.

3.3.1 Komparatistische Methodenzugänge

Die hier konzipierte Delphi-Studie soll auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede über Ländergrenzen hinweg abheben, zugleich aber nationale Spezifika erkennbar machen. Das Phänomen „Medienkonvergenz“ wird vor zwei Folien gespiegelt: Zum einen einem etwaigen umfassenden „Mediensystem Europa“ gedacht als Metaebene und durch theoretische Ausführungen in Kapitel 2 angesprochen. Zum anderen heruntergebrochen auf kleinere nationale Vergleichseinheiten. Diese Basisobjekte der empirischen Untersuchung sind nicht willkürlich zu bestimmen. Eine fundierte Fallauswahl wertet Detlef Jahn aus politikwissenschaftlicher Perspektive als „*konstitutives Element der vergleichenden Methode*“[775].

Die Politologie gewährt meiner Meinung nach Hilfreiches in der Deskription, Planung und Durchführung von „Vergleich“ und „vergleichender Methode“. Wendet man sich hingegen – schon ob vorliegend behandelter Thematik – zuerst der komparativen Kommunikations- und Publizistikwissenschaft zu, ergeben sich Desiderate. „*Der international vergleichende Ansatz ist in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft lange vernachlässigt worden, während er sich in den Nachbardisziplinen Politikwissenschaft, Soziologie und Psychologie deutlich früher etablierte*“[776], urteilt Frank Esser. Erst schrittweise ordne sich dieser für die Medienwissenschaft noch junge Teilbereich, dem der Autor hohes Erklärungspotential beimisst. Dabei gelte es, nach wie vor viele lose Fäden zu verknüpfen und gemäß Definition, Logik oder Zielen zu sortieren. Dass die Kommunikations- und Medienwissenschaft auf eine kürzere institutionelle Tradition zurück blicke als andere Sozialwissenschaften, Politologie oder Psychologie, erkläre eine verzögerte Auseinandersetzung mit vergleichender Methodik bloß partiell:

> „Zum anderen überwog bei vielen Forschern lange die Einstellung, dass Journalisten, Medienorganisationen, Nachrichteninhalte und Publikumspräferenzen so eng an nationale, kulturelle und sprachliche Wurzeln

[775] Jahn 2005, S. 1
[776] Esser 2010, S. 3

> geknüpft seien, dass man sie am besten historisch oder gegenstandorientiert erklärt.“[777]

Die 2000er Jahre lösen sich von dieser bis dahin im Fach weidlich geteilten These. Den prominenten Anfang machen Michael Gurevitch und Jay Blumler, welche die Kommunikationswissenschaft für eine Beschäftigung mit internationalen komparatistischen Ansätzen zu öffnen suchen. Mittlerweile diagnostizieren die Autoren Indizien für die Ausformung eines „*eigenständigen, reifen Forschungsfeldes*“[778]. Esser hält das für optimistisch: „*Der methodische Fortschritt entwickelt sich aufgrund der Strukturschwäche der Komparatistik innerhalb unseres Faches erst langsam*.“[779] Nichtsdestotrotz macht er ein zunehmendes intradisziplinäres Interesse an vergleichenden Untersuchungsdesigns aus. Theoretische Grundlagen würden dabei weniger autark generiert, denn importiert: „*Methodenwissen muss derzeit noch aus der Literatur der Nachbarfächer erlernt werden*.“[780] Speziell die Politologie wartet für den Bereich kontrastiver Mediensystemanalysen mit Erprobtem aus internationalen Länderstudien auf.[781] Dies verwundert nicht, setzt Detlef Jahn doch als gegeben: „*Der Vergleich nimmt in der Politikwissenschaft einen hohen Stellenwert ein*.“[782] Allerdings entspreche dieser gängigen Anwendung bis dato kein standardisiertes Prozedere. Selbst ein greifbarer inhaltlicher Entwurf oder eine positive Definition stünden noch aus. Jahn folgt wie andere Forschende der Empfehlung Arendt Ljipharts (1971; 1975), welcher eine Trennung in statistische und vergleichende Vorgehensweise proponiert. Da Nachgenannte eben keine rein auszählenden Verfahren anwende, avanciere die Selektion des Samples zum neuralgischen Baustein der methodischen Anlage. Jahn beklagt in diesem Zusammenhang das Fehlen wegweisender verbindlicher Einschätzungen, vor allem aber praktischer Anleitungen in der deutschsprachigen Politikforschung. In angelsächsischen Fachpublikationen findet er dieses Postulat eher eingelöst.[783] Auf jener Basis unternimmt der Autor den Versuch einer „*neue(n) Typologie der vergleichenden Verfahren anhand der Fallauswahl und des forschungsleitenden Erkenntnisinteresses*“[784]. Wertvolle Hinweise lassen sich daraus für den Auswahlvorgang in meiner Arbeit gewinnen.

[777] Esser 2010, S. 3
[778] Gurevitch/ Blumler 2003, S. 371
[779] Esser 2010, S. 25
[780] Esser 2010, S. 25
[781] Vgl. Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 11
[782] Jahn 2005, S. 1
[783] Vgl. Prezworski/ Teune 1970; Dogan/ Pelassy 1990; Peters 1998; Landmann 2003; King/ Keohane/ Verba 1994; Brady/ Collier 2004
[784] Jahn 2005, S. 2

Basal unterscheidet Jahn in „Vergleich“ und „vergleichende Methode“:

> „Vergleiche dienen der Ein- und Abgrenzung, mit deren Hilfe oftmals bewertende Interpretationen empirischer Befunde vorgenommen werden. In einer normativen Absicht, gemessen an Idealtypen oder theoretischen Reflexionen, wird die Wirklichkeit ‘*verortet’*. Bisher Unbekanntes wird mittels Bekanntem durch Vergleiche verständlich gemacht, und es kann heuristisch erfasst werden, ob etwas neu oder besonders ist.“[785]

Der Mahnung Jahns an dieser Stelle ist stattzugeben, normative oder idealtypische Standards wie Bezugsfälle exakt vorzugeben. Bleiben Untersuchungsrahmen wie Analyseparameter zu flexibel am jeweiligen Erkenntnisgegenstand wie Erkenntnisinteresse austarierbar, lässt sich zwar in gegenüberstellender Analyse weitest jeder Beweis führen, besitzt indes wenig bis keine belastbare Aussagekraft. Unsystematische, gemäß „Ergebniswunsch“ strategisch gesetzte Objektauswahlen führen maximal zu hinkenden Vergleichen, nicht aber zu komparativ validen Befunden. Jene wiederum verlangen eine abgezirkelte vergleichende Methode.

In der Politikwissenschaft ist der Terminus „vergleichende Methode“ inzwischen gebräuchlich, wenn auch nicht in allen Bereichen operativ etabliert. Manfred G. Schmidt spricht von einem „*Fachbegriff für eine Methode zum systematischen Vergleich einer begründeten Auswahl von Fällen aus einer Grundgesamtheit zum Zweck der Entwicklung und Überprüfung von Hypothesen und Sachverhalten, Vorgängen und Wechselbeziehungen zweier oder mehrerer Variablen*“[786]. Das Augenmerk liegt dabei auf einer Verallgemeinerbarkeit empirischer Beziehungsmuster.[787]

> „Bei der Erfassung der empirischen Zusammenhänge stellt die Kovarianz das entscheidende Kriterium dar: Variieren eine oder mehrere unabhängige Variablen mit der abhängigen Variable, wenn ja in welchem Ausmaß? Das Weiteren gilt es die Kovarianz zwischen der interessierenden Variable im Kontext zu anderen Variablen zu bestimmen: Wie stark ist die Kovarianz zwischen abhängiger Variable und unabhängigen Variablen unter sonst konstanten Bedingungen (ceteris paribus Bedingungen)? Um die Kovarianz erfassbar zu gestalten, müssen grundsätzlich sowohl die unabhängigen Variablen als auch die abhängige Variable variieren.“[788]

Jahn ist sich bewusst, dass hierbei unterschiedliche Wege gangbar sind. Oftmals leitet sich aus dem Erkenntnisinteresse nicht zwingend ab, welche Fälle betrachtet werden müssen. Bedeutsamer ist es, welche anhand gehaltvoller Variablenkorrelati-

[785] Jahn 2005, S. 2
[786] Schmidt 1995, S. 100
[787] Vgl. Nohlen 1994, S. 509
[788] Jahn 2005, S. 3

onen aufgenommen werden können: „*Durch theoretische Überlegungen sollten möglichst alle wesentlichen Aspekt – und nur diese! – in die Untersuchung Eingang finden, die dann anhand entsprechender Fälle zu analysieren sind*.“[789]

3.3.2 Methoden des Ländervergleichs

Wird das Sample wie in meinem Vorhaben aus öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern bestehen, welche in ihrer Verfasstheit an nationale Rahmung gebunden sind, erweist sich eine rein statistische Annäherung aus mehreren Gründen als inadäquat. Das Einschließen der Grundgesamt aller europäischen Staaten und deren öffentlich-rechtlicher Gefüge übersteigt die Leistungsreserven der Autorin als Einzelforschender. Die Lösung im Ziehen einer repräsentativen Zufallsstichprobe zu suchen verspricht bezüglich der Erhebungsintention desgleichen wenig Gewinn. Einmal wäre selbst eine solche Teilmenge zahlenmäßig – wohl für eine Ein-Frau-Untersuchung – weit zu umfangreich. Außerdem warnt Jahn überzeugend: „*Da jedoch Nationen komplexere Gebilde sind als z.B. Individuen, verbieten sich meistens Zufallsauswahlen in der ländervergleichenden Forschung.*“[790] Das Votum für oder gegen eine Aufnahme ins Sample obliegt auch, wenn nicht sogar in erster Linie qualitativen Bewertungen. Bevor es um das Ausloten profunder Kategorien für meine Studie geht, möchte ich wesentliche theoretische Gesichtspunkte diesbezüglich diskutieren.

In polit- wie kommunikationswissenschaftlicher Annäherung herrscht Konsens, die komparative Analyse muss sich mindestens zweier Vergleichseinheiten bedienen. „*Dabei werden auf Makroebene Systeme oder Kulturen bzw. Teilsysteme oder Teilkulturen verglichen*.“[791] Diese sind nicht zwingend mit „ihren“ Staaten ident. Die Schweiz,[792] Belgien oder Kanada beispielsweise kennen innerhalb ihrer Landesgrenzen sprachlich getrennte Medienmarktsegmente. Auf der anderen Seite erwachsen zeitident auf übergeordneter Ebene transnationale Medienkulturen. Hier stellt sich exemplarisch die Frage nach einer möglichen Europäisierung nationaler Medienöffentlichkeiten[793] oder nach Vergleichswerten europäischen und angloamerikanischen Journalismus.[794]

[789] Jahn 2005, S. 4
[790] Jahn 2005, S. 6
[791] Esser 2010, S. 3
[792] Vgl. Blum 2003; vgl. auch Hungerbühler 2005
[793] Vgl. Pfetsch/ Adam/ Eschner 2008; Brüggemann/ Hepp/ Kleinen von Königslow/ Wessler 2009a;b
[794] Vgl. Donsbach/ Klett 1993; Mancini 2005

Wie die Fälle also konzeptionell zusammengestellt und voneinander abgegrenzt werden, bleibt im Ermessen des Forschenden. Dirk Berg-Schlosser und Lasse Cronqvist präzisieren in ihrer Methodenübersicht zu Vergleichender Politikwissenschaft: „*Jeder einzelne untersuchte Fall wird sozusagen 'bewusst' ausgewählt und geht als solcher gleichrangig in die Untersuchung ein.*“[795] Passend definiert Esser aus medienwissenschaftlicher Perspektive: „*Komparative Kommunikationsforschung liegt immer dann vor, wenn zwischen mindestens zwei Systemen oder Kulturen (oder deren Teilelementen) Vergleiche auf mindestens einen kommunikationswissenschaftlich relevanten Untersuchungsgegenstand gezogen werden.“*[796] Vergleichende Kommunikationswissenschaft unterscheide sich in drei Ausprägungen von nicht-vergleichender Kommunikationsforschung:

> „Es handelt sich um eine besondere Strategie zum Erkenntnisgewinn, die (a) grundsätzlich grenzüberschreitend vorgeht, sich (b) um eine system- und kulturübergreifende Reichweite ihrer Schlussfolgerungen bemüht, und die (c) Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten zwischen Untersuchungsobjekten mit den Kontextbedingungen der sie umgebenden Systeme bzw. Kulturen erklärt.“[797]

Die Vergleichende Kommunikationsforschung konzentriert sich darauf, Typologien zur stichfesten Prüfung internationaler Erscheinungen zu erstellen. Effekte von Umwelteinflüssen auf die betrachteten Exempel sind zu erklären sowie Beziehungsmuster und Kontextverflechtungen offenzulegen. Dies beschränkt sich nicht auf territoriale Abwägungen. Esser sieht in temporaler Annäherung einen Erkenntniszuwachs: „*So sollten Mediensysteme zu mehreren Zeitpunkten verglichen werden, wenn beispielsweise die Frage nach Angleichungsprozessen im Mittelpunkt des Interesses steht*.“[798]

3.3.2.1 Logik des Vergleichs

Obige Feststellungen fußen auf der Auffassung, „*dass unterschiedliche mediale und politische Kontextbedingungen (…) in einer charakteristischen Wechselbeziehung mit den Arbeitsweisen und Inhaltsgestaltungen von Medienorganisationen (…) sowie den in diesen Medienorganisationen arbeitenden Journalisten stehen*“[799]. Infolge heben vergleichende Studien meist auf eine gezielte Auswahl der Länder ab,

[795] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 34
[796] Esser 2010, S. 4
[797] Esser 2010, S. 4
[798] Esser 2010, S. 4
[799] Esser 2010, S. 4

welche sich in für das Forschungsinteresse relevanten Kontextparametern unterscheiden. Zum einen sollen so generalisierende Annahmen über den Sachverhalt verifiziert oder falsifiziert werden. Zum anderen können Überlegungen untermauert oder demontiert werden wie sich ein Untersuchungsobjekt vor der Folie diverser Kontextgrößen verhält. Komparative Analysen dürfen damit nicht im bloßen Vergleichen verharren. Es geht vielmehr um das Herausschälen von Erklärungsmustern für bestimmte Phänomene.[800] Das mag über intensive, fallorientierte Untersuchung weniger Länder oder über extensive, variabelorientierte Betrachtung vieler erfolgen.[801] Wo Erstere eher verstehende, qualitative Verfahren anwendete, setze Zweite vorwiegend auf kausallogische, qualitative Verfahren, bilanziert Esser. Der Autor differenziert weiter aus:

> „Beim intensiven, fallorientierten Ansatz werden die Vergleichsfälle mittels dichter Beschreibung in ihren historischen Kontext eingeordnet, ganzheitlich rekonstruiert und in ihrer eigentümlichen Bedeutung und einmaligen Gestalt erkannt und verstanden (...). Gegen diese Einzelfallorientierung wendet sich der extensive variabelorientierte Ansatz. Extensiv heißt, dass verallgemeinerbare repräsentative Ergebnisse sowie reichweitenstarke Theorien angestrebt werden. Variabelorientiert heißt, dass mit Forschungsfragen und Hypothesen gearbeitet wird, die der Kausallogik von unabhängigen und abhängigen Variablen folgen.“[802]

Die variabelorientierte Kausallogik baut auf der Logik der „quasi-experimentellen“ Methode: „*Forscherteams wählen ihre Fälle bzw. Länder so aus, dass sie unterschiedliche Ausprägungen der unabhängigen, erklärenden Variablen in verschiedene Systemkontexten entsprechen*.“[803] Betrachten wir hier öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten gemäß Ausprägungen medienkonvergenter Einstellungen, Bestrebungen und Umsetzungen (Bereich der abhängigen Variablen), erlaubt ein Verfahren wie das deskribierte, systematische Verbindungen zwischen öffentlich-rechtlicher Wesenheit, Organisationsform oder Arbeitsweise (Bereich der unabhängigen, erklärenden Variable) und dem Grad medialer Konvergenz offenzulegen.

> „Formal gesprochen kann ein solches Untersuchungsdesign zeigen, ob es Kovarianz zwischen einer angenommenen unabhängigen Variable und der gemessenen abhängigen Variable gibt. Sie ist von entscheidender Bedeutung für die Leitfrage der Komparatistik – nämlich inwiefern Faktoren des Kommunikationstextes in charakteristischer Wechselwirkung zu den Untersuchungseinheiten stehen.“[804]

[800] Vgl. Przeworski 1987
[801] Vgl. Ragin 1987
[802] Esser 2015, S. 5
[803] Esser 2015, S. 5
[804] Esser 2010, S. 5

Ein Vergleich meine folglich, die Kontextbedingungen zu variieren und in den jeweiligen Settings zu prüfen, inwiefern Einstellungen und Handlungen der Akteure mit konkreten Strukturbedingungen systematisch korrespondieren.[805]

In Samples mit geringer Länderanzahl ist es nicht selten schwierig bis unmöglich, umfassend Kausalkombinationen durchzuspielen, die theoretisch ebenfalls Relevanz beanspruchen könnten. Esser empfiehlt, bei Analysen mit wenigen Ländern auf „*weiche (nicht-statistische) Kausalnachweise*“[806] auszuweichen: „*Kleine Vergleichsstudien vertrauen deshalb stärker auf den verstehend-qualitativen Ansatz.*“[807] Schlussfolgerungen vor diesem Hintergrund werden unter anderem über *Pattern matching* oder *Process tracing* erzielt. Process tracing bezeichnet eine „*systematische 'Kausalitätsrekonstruktion' auf der Basis von sorgfältiger Kontextbeschreibung, dem Nachzeichnen von Entwicklungspfaden, der Identifizierung von chronologischen Etappenschritten und Kausalketten sowie dem theoriegeleiteten Aufzeigen von Verursachungsmechanismen und Auswirkungen*“[808]. Kondensiert auf ihren Kern sucht die komparative Forschung stets nach der Sinndeutung. Das kann einmal die Aufdeckung von Kausalabhängigkeiten zwischen Variablen zum Test von Theorien und Hypothesen sein (variabelorientierter Ansatz), zum anderen die verstehende Rekonstruktion komplexer Geltungszusammenhänge und Abläufe. „*Zusätzlich geht es natürlich auch um den Erwerb spezifischer Kenntnisse über die jeweiligen Mediensysteme und Kulturen*“[809], hält Esser fest. Das Analyseobjekt wird nicht nur per se apostrophiert, sondern innerhalb der verschiedenen Systeme derbezüglich es betrachtet wird. Diese sind sorgfältig nach ihren vertikalen Zugehörigkeiten zu sortieren, um Fehlschlüssen Vorschub zu leisten.[810]

Mein Analysevorhaben verzichtet auf ein großes Exempelvolumen. Keinesfalls muss deshalb das vergleichende Unterfangen der Beliebigkeit preisgeben werden. Im Gegenteil kann eine bewusste Fallauswahl experimentelle oder statistische Kontrollen ersetzen.[811] Diese überlegte Festlegung auf die zu inkludierenden Objekte

[805] Vgl. Esser 2010, S. 6
[806] Esser 2010, S. 6
[807] Esser 2010, S. 6
[808] Esser 2010, S. 6
[809] Esser 2010, S. 6
[810] Vgl. Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 219ff.
[811] Vgl. Collier 1993, S. 106

wertet Jahn als „*das entscheidende Charakteristikum für die vergleichende Methode*“[812]. Von dort entwickelt er eine Typologie, welche sich positiver versus negativer Fallauswahl annimmt.

3.3.2.2 Positive und negative Fallauswahl

„*Eine positive Fallauswahl liegt vor, wenn Fälle unter bestimmten Aspekten ausgewählt werden (Einschlussverfahren)“*[813]*,* fasst Jahn zusammen. Des Weiteren gibt er zu bedenken: „*Wenn zu dieser Auswahl keine analytischen Aspekte hinzukommen, dann ist diese Art der Auswahl äußerst willkürlich*.“[814] Das häufig bemühte Kriterium der „Wichtigkeit“ eines Landes oder einer Gruppe von Ländern verweist er in den Bereich der schwachen Argumente. Ob die – aus welchen Gründen auch immer – als „wichtig“ eingestuften Nationen die Varianz der Länder in der Region eben gemäß analytischer Aspekte abdecken, hält auch Stein Rokkan für fraglich. Er warnt vor einem „*large-nation bias*“[815]. Zur Vorsicht mahnen Berg-Schlosser und Cronqvist bei Wertzuschreibungen wie „entwickelt“ versus „unterentwickelt“. Schon längst etikettiere letzteres Attribut nicht mehr einen „*statische(n) Zustand traditioneller Gesellschaften, den diese nachholend überwinden*“[816]. Jene über lange Zeit tradierte „*modernisierungstheoretische*“[817] Perspektive sei in realitätsnahen empirischen Studien widerlegt. Aktive und dynamische Prozesse führen de facto genauso zu positiven wie zu negativen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Folgen.

Eine fundierte Kriterienbildung zur Selektion hat nicht nur der Forschungsfrage zu entsprechen, sondern die Summe möglicher Untersuchungsobjekte gleichwertig zu adressieren. Das gilt für eine positive ebenso wie für eine negative Fallauswahl. Die negative Fallauswahl einigt sich auf eine desiderable Grundgesamtheit, beispielsweise nur Demokratien, Schwellenländer etc. In einem konsequenten Schritt fallen alle anderen – um beim Beispiel zu bleiben „keine Demokratien“ oder „Nicht-Schwellenländer“ – für die Untersuchung weg. Anschließend muss es aus Gründen der Belastbarkeit darum bestellt sein, sämtliche Vertreter der Grundgesamtheit zu berücksichtigen. Wo das aufgrund forschungspraktischer Faktoren nicht geschehen kann, sind wiederum analytische Maßstäbe einzuziehen, welche eine nachvollziehbare

[812] Jahn 2005, S. 6
[813] Jahn 2005, S. 7
[814] Jahn 2005, S. 7
[815] Rokkan 1970, S. 49
[816] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 14f.
[817] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 14

Eingrenzung mittels Ausschlussverfahren erlauben. „*Jedoch wird eine Fallauswahl auch unter diesen Kriterien immer mit verzerrten Ergebnissen und einer Verminderung der Repräsentativität bezahlt, wenngleich diese prinzipiell geringer sind als bei der positiven Fallauswahl*“[818], urteilt Jahn.

Berg-Schlosser und Cronqvist befürworten einen Doppelschritt: „*Ausgangspunkt ist dabei eine gewisse minimale Homogenität, auch durch Eingrenzung in Raum und Zeit, der untersuchten Fälle, um überhaupt die Vergleichbarkeit im Hinblick auf einige gemeinsame Dimensionen für die jeweilige Fragestellung zu gewährleisten.*“[819] Auf dieser Grundlage sei dann „*eine möglichst große Heterogenität der einbezogenen Einheiten anzustreben, um auf diese Weise bedeutsame Variationen und gegebenenfalls charakteristische Muster unter den Fällen erkennen zu können*“[820]. Ein Ratschlag, der freilich nur einen methodischen Zugang spiegelt. Die kommenden Kapitel referieren Konkreteres, das über eine bloße Unterscheidung in negative und positive Selektion hinausweist. Festzuhalten ist an dieser Stelle: Ehe eine dezidierte Auswahl erfolgen kann, muss Klarheit über die zu behandelnde Grundgesamtheit bestehen.

Alle europäischen Mediensysteme zu berücksichtigen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Selbst innerhalb einer Teilmenge sämtliche Medienanbieter zu inkludieren, uferte aus. Unsicherheit drohte überdies bezüglich der Behandlung privater Unternehmen, die in Größe, Reichweite und internationaler, politischer, kommerzieller Verflechtung stark variieren, ergo schwerlich als gleichwertige Einheiten in einen Vergleich gesetzt werden könnten. Ausgerichtet am Erkenntnisinteresse zu medienkonvergenten Wegnahmen ist eine Einschränkung angeraten, die eine Analyse weitgehend auf Augenhöhe erlaubt. Handhabbar erweist sich die ausschließliche Betrachtung öffentlich-rechtlicher Organisationen. Auch hier unterscheiden sich interne Strukturen, Angebotspaletten, Reichweiten. Auch hier gibt es verschiedene Modelle der Programmfinanzierung und -gestaltung sowie mehr oder weniger große Beeinflussungschancen für politische Gruppen oder staatliche Organe. Dennoch bietet die jeweilige Basisverfasstheit als öffentliches Medium einen ersten soliden Bezugspunkt. Noch greifbarer erweist sich als nivellierende Größe für eine Untersuchung europäischer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter deren Mitgliedschaft in der

[818] Jahn 2005, S. 7
[819] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 34
[820] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 35

EBU, als Wertegemeinschaft und Plattform für permanenten Austausch auf inhaltlichen, technischen und organisatorischen Ebenen.[821]

3.3.2.3 Ideographische und nomothetische Ansätze

Eine Entscheidung für oder gegen bestimmte öffentlich-rechtliche Mediensysteme aus der Gesamtheit der EBU-Partizipierenden bedarf zusätzlicher Schärfung. Jahn weist in diesem Zusammenhang der „*Analyselogik*“[822] elementare Bedeutung zu. Addiert sind darunter das jeweilige Ziel und die adäquate Durchführung der vergleichenden Methode. Unterscheidbar sind ideographische und nomothetische Ansätze.

Die ideographische Variante bedient sich kontrastierender und parallel-vergleichender Vorgehensweise. Erstgenannte fokussiert den Einzelfall in seiner Gänze und überträgt diese Befunde atheoretisch auf weitere Einheiten. „*In diesen Untersuchungen geht es weniger um die Darstellung der verallgemeinerbaren Aspekte zwischen Fällen als vielmehr um die Einzigartigkeit der einzelnen Fälle, die oftmals durch die Analyse mit Idealtypen oder kontrafaktischen Gedankenspielen hervorgehoben werden.“*[823] Eine solche Zugangsweise wählt Untersuchungsobjekte von hoher Differenz zueinander aus. Wiewohl das Verfahren Spezifika an den Tag bringen kann, wird ein wesentliches Moment ausgeblendet: Ein Destillieren von Gemeinsamkeiten, aus denen sich belastbare Schlussfolgerungen über die gewählte Grundgesamtheit hinaus erzielen lassen, fehlt.

Parallel-vergleichende Untersuchungsdesigns nähern sich deduktiv ihrem Objektmaterial an und sorgen eingangs für einen theoretischen Unterbau. „*In einem nächsten Schritt wird diese Theorie anhand ausgewählter Fälle in ihrer Korrektheit betrachtet*“[824], beschreibt Jahn und verweist darauf, dass auch hier die Fallbetrachtung interpretativ respektive diszipliniert-konfigurativ erfolge. „*Um eine breite Gültigkeit der Theorie zu erreichen, beziehen sich diese Untersuchungen auf recht unterschiedliche Fälle*.“[825] Ein Problem ergibt sich dennoch für diesen Zugang: Da die Auswahl im Blick auf die jeweils zu überprüfende Theorie erfolgt, werden eventuell konträre Fälle von vornherein exkludiert oder gezielt nur deshalb aufgenommen, um die Theorie vor

[821] Vgl. EBU 2016
[822] Jahn 2005, S. 7
[823] Jahn 2005, S. 8
[824] Jahn 2005, S. 8
[825] Jahn 2005, S. 8f.

mehreren Folien als gültig darzustellen. Damit beraubt sich die Methode womöglich eines wichtigen Korrektives.

„*Too many studies are ideographic, offering no more than a wave to the systematic development and assessment of powerful explanatory arguments*“[826], kritisieren Mark I. Lichbach und Alan S. Zuckerman. „*Too few studies are nomothetic, creatively combining theory and cases and developing general propositions*.”[827] Obschon sich nomothetische Herangehensweisen um verallgemeinerbare Gesetzmäßigkeiten bemühten, blieben sie nicht selten hinter den Möglichkeiten systematischer Analysen zurück, belegt Jahn.[828] Dreh- und Angelpunkt ist ihm die präzise Ausarbeitung des angelegten Untersuchungsdesigns. Ein konziser Überblick soll im Folgenden nomothetische Entwürfe gegenüberstellen, um brauchbare Zugänge für mein Erkenntnisinteresse herauszufiltern. Neben der „Konkordanz“- und „Differenzmethode“ von John Stuart Mill sowie globalen Vergleichsanordnungen, erhalten besonders Anlagen nach *Most different* oder *Most similar systems*-Designs Aufmerksamkeit.

„*Innerhalb der Analyse mit geringen Fallzahlen nehmen die Analysemethoden John Stuart Mills (1872) einen prominenten Platz ein. Durch seine Kausalgesetze der Konkordanz- und Differenzmethode hat er die Logik einer vergleichenden Methode dargelegt*“[829], lobt Jahn, schränkt aber sofort ein: „*Allerdings existiert kaum ein anderer Bereich in der vergleichenden Politikwissenschaft, in dem es so viel Verwirrung über die Art und Weise der Umsetzung dieser Forschungsstrategien gibt*.“[830] In der Tat generiert das von Mill proponierte Prozedere durchaus Missverständnisse und Fehlinterpretationen. Nach seinem induktiven Ansatz klammert Mill solche Aspekte aus, die keine Auswirkungen auf den Ausgang haben. Unabhängige Variablen ohne Wirkpotentialzuschreibung bezüglich der abhängigen Variablen werden aus der Analyse getilgt. Die Konkordanzmethode (*Method of agreement*) hält die abhängige Variable konstant und sortiert jene unabhängigen Variablen aus, die für verschiedene Fälle Unterschiede aufweisen. Beim Vergleich unterschiedlicher Einheiten werden „*jeweils spezifische Faktoren*“ ausgesondert, „*um einen Kernbereich von Gemeinsamkeiten zu ermitteln*“[831].

[826] Lichbach/ Zuckerman 1997, S. ix
[827] Lichbach/ Zuckerman 1997, S. ix
[828] Vgl. Jahn 2005, S. 9
[829] Jahn 2005, S. 9
[830] Jahn 2005, S. 9
[831] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 12

Die Differenzmethode (*Method of difference*) prüft mittels Entweder-Oder-Probe, welche die abhängige Variable einmal positiv (Ereignis tritt ein) und einmal negativ (Ereignis tritt nicht ein) besetzt. Variablen, die in beiden Versionen keine Veränderung erfahren, scheiden aus. Inkludiert bleiben nur solche, die sich zur abhängigen Variable koverhalten. In diesem „*paarweisen systematischen Vergleich möglichst ähnlicher Fälle*“[832] manifestiert sich für Berg-Schlosser und Cronqvist der „*quasi-experimentelle Charakter dieses Verfahrens*“[833].

Mills Entwürfe bestricken ob ihrer einfachen Logik, haben aber just dar ob ihre Tücken. Jahn etikettiert Mills methodologische Darstellungen als nur anwendbar für „*illustrative Zwecke*“ und in „*äußerst einfachen Forschungszusammenhängen*“[834]. Resultieren Ereignisse nicht aus eindeutig deterministischen Verlinkungen, sondern erweisen sich als multifaktoral, da multikausal bedingt, geraten Mills Vorschläge an ihre Grenzen. Stanley Lieberson greift die willkürliche Zusammenstellung der Beispiele sowie deren niedrige Anzahl an:

> „Obviously the small-N application of Mill´s method cannot be causally used with all macro-societal data sets. The method requires very strong assumptions: a deterministic set of force; the existence of only one cause; the absence of interaction effects; confidence that all possible causes are measured; the absence of measurement errors; and the assumption that the same ‘clean’ pattern would occur if data were obtained for all cases in the universe of relevant cases.“[835]

Lieberson hebt darauf ab, dass das Gros der Ansätze nach Mill theorieverhaftet vorgehe und eine entsprechend positive Fallauswahl vornehme. Dies wiederum reduziere die Verallgemeinerbarkeit der Resultate. Dieses Manko nehmen etliche Vorhaben – ob artikuliert oder unreflektiert – in Kauf. Nach wie vor gilt Mill vielen Forschenden wegen der scheinbaren Eingängigkeit seines Designs als richtungweisend.

Besonders Studien mit geringen Fallzahlen sehen sich über das Faktum der mangelnden Generalisierbarkeit hinaus von weiteren Fußangeln umgeben. Guy Peters warnt vor Trugschlüssen, die in dem Umstand angelegt sind, dass die wenigen betrachteten Exempel streng am theoretischen Unterbau ausgerichtet ausgewählt werden. Auch diagnostiziert er eine hohe Fehleranfälligkeit durch die schwierige bis schlichtweg undurchführbare Kontrolle externer Varianzen.[836] Womöglich muten Ergebnisse aus obigen Gründen kongruenter an als sie realiter sind. Dieses Dilemmas

[832] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 12
[833] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 12
[834] Jahn 2005, S. 10
[835] Lieberson 1992, S. 114
[836] Vgl. Peters 1998, S. 65

eingedenk, evolvierten und evolvieren unterschiedliche Forschungsstrategien, die Ländervergleiche methodisch valider und aussagekräftiger gestalten wollten und wollen. Eine Gruppe jener konzentriert sich auf globale Trends innerhalb der Weltgesellschaft(en).[837] Ihre Hauptherausforderung liegt in den zahlreichen Verschränkungen, welche Globalisierungsprozesse allerorten hervorbringen. Elaborierte statistische Analysen und eine hohe Fallzahl mit dem Ziel, so viele Staaten der Erde als möglich zum Erkenntnisinteresse passend zu überschauen, sollen umfängliche, nomothetische Studien ermöglichen.

Häufig fehlt es für so breit angelegte Unternehmungen an Forschungsressourcen. Die Gesamtheit relevanter Länder muss folglich kondensiert werden. Die spezifische Erkenntnisabsicht sollte deren Zusammensetzung determinieren. An diesem Punkt bieten sich zwei Gangarten über quasi-experimentelle Designs in kritischer Weiterentwicklung Millscher Vorarbeiten an: das *Most similar* oder das *Most different systems*-Design.[838]

3.3.2.4 Most Similar und Most Different Systems-Designs

Das *Most similiar systems*-Design (oder *Most similar systems, different outcome*) betrachtet eine möglichst homogene Gruppe. „*Diese Homogenität wird durch die Forschungsfrage und die theoretischen Überlegungen bestimmt*“[839], fasst Jahn zusammen. Einheiten, die nicht zum avisierten Erkenntnishorizont passen, werden von vorneherein aussortiert. Eine derartige Fallauswahl erlaubt die Kontrolle der externen Varianz. So lassen sich unter hinreichenden Bedingungen spätere Ergebnisse als allgemeine Aussagen für eben jene für das Untersuchungsinteresse erheblichen Objekte werten. En Gros sind das bei dieser Methodenanwendung in der Politologie Länder.[840] Dabei helfen statistische Verfahren, experimentelle Varianzen offenzulegen. Prinzipiell ist es bei *Most similar systems, different outcome*-Ansätzen angelegentlich, „*die verbleibenden Unterschiede unter ‘Kontrollierung’ der gemeinsamen Schnittmenge als möglicherweise kausal für das unterschiedliche Ergebnis anzusehen*“[841], bringen es Berg-Schlosser und Cronqvist auf den Punkt. Für sie liegt der

[837] Vgl. Toffler 1980; vgl. Wallerstein 1980
[838] Vgl. Esser 2010, S. 16
[839] Jahn 2005, S. 12
[840] Vgl. Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 114ff.
[841] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S.114

Gehalt dieser Herangehensweise in der „*Gewinnung von Hypothesen in einem exploratorischen Sinne*“[842]. Übertragen auf kommunikations- und publizistikwissenschaftliche Bezugsrahmen beschreibt Esser:

> „Es werden ähnliche Mediensysteme zum Ausgangspunkt genommen, um die groben Rahmenbedingungen für den Untersuchungsgegenstand konstant gering zu halten. Ziel ist nun die Identifikation jener Ursache, die in beiden Mediensystemen eben nicht gleich ist und dafür verantwortlich gemacht werden kann, dass es zu unterschiedlichen Outcomes hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes kommt.“[843]

Wesentlich für diese Abweichung ist das Fehlen eines speziellen, in der Analyse zu ermittelnden Kontextfaktors. Knackpunkt dieser methodischen Konzeption ist die Determinierung eben solcher *Most similar systems* für die gesetzte Fragestellung. Hier ist eine intensive Durchsicht wie Diskussion der optionalen Fälle nach bestimmten Kriterien unerlässlich. Analoges gilt für die zweite Forschungsstrategie, die unter der Überschrift *Most different systems*-Design (oder *Most different systems, similar outcome*) einen gegen gerichteten Weg nimmt. Diesmal versammelt die Untersuchung möglichst differente Fälle. Beziehungsmuster innerhalb dieser Gruppe sind zu destillieren und zu beschreiben. Dafür werden „*alle Unterschiede eliminiert, um in der noch verbleibenden Schnittmenge Ursachen für das jeweils gemeinsame Ergebnis zu suchen*“[844]. „*Ist der Zusammenhang in allen hoch verschiedenen Fällen gleich, kann mit einer gewissen Sicherheit von stabilen Zusammenhängen ausgegangen werden*“[845], erklärt Jahn. Stimmten die Kausalverbindungen hingegen nicht überein, rät Jahn weiter, sich auf die Unterschiede zwischen den Einheiten zu konzentrieren. Für Berg-Schlosser und Cronqvist dagegen sind *Most different systems*-Designs im Vorfeld auf einer höheren Ebene der Theoriebildung anzusiedeln, „*um die Reichweite wichtiger Hypothesen über große Differenzen hinweg zu ermitteln*“[846]. Entscheidend sei hierfür eine nicht rein mechanische Durchführung. Speziell bei dieser Methode komme der Interpretation des theoretisch versierten und mit den gewählten Einheiten bestens bekannten Forschenden besonderes Gewicht zu. Das Design per se werten

[842] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 114
[843] Esser 2010, S. 16
[844] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 114
[845] Jahn 2005, S. 13
[846] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 114

Berg-Schlosser und Cronqvist nachvollziehbar als „*wichtiges Hilfsmittel der Diagnose*“[847]. Damit bestreiten sie für solide vorbereitete und sorgfältig kategorial gewichtende Vergleiche „möglichst unterschiedlicher“ Fälle nicht, was ebenso Jahn als Mehrwert – bei präziser Konzeption – deklariert:

> „Studien, die das ‘most different systems’ design anwenden, erfüllen die Kriterien der Hypothesenfalsifikation und -verifikation unter gewissen Umständen und sind die analytisch stärkste Methode mit einer positiven Fallauswahl. Werden die Zusammenhänge zwischen den unterschiedlichen Systemen nicht bestätigt, ist die Hypothese eindeutig falsifiziert. Bestätigt sich die Hypothese über unterschiedliche Systeme, ist sie mit Einschränkungen bestätigt. Diese Einschränkungen beziehen sich auf die Unterschiedlichkeit der Fälle und die Wahrscheinlichkeit, doch noch widersprechende Fälle zu entdecken.“[848]

Die Hauptschwierigkeit nun, welche das *Most different systems*-Design birgt: Wie „different“ ist „most different“? In anderen Worten fehlt trotz mannigfacher Mahnung in dieser Richtung eine verbindliche Regel dafür, welche Fälle als „most different“ skaliert werden können. Von kommunikationswissenschaftlichem Standpunkt bestätigt Esser diesen Befund für einige *Most different systems, similiar outcome*-Analysen, welche erheblich heterogene Mediensysteme bearbeiten. Vielfach ringen Studien mit solcher Matrix darum, „*in der Fülle von Unterschieden jenen gemeinsamen Faktor zu finden, der dann als ursächlich (im Sinne einer hinreichenden Bedingung) für einen überall vorgefundenen, ähnlichen Outcome gelten kann*“[849]. Wiederholt handelt es sich dabei nicht um einen solitären Parameter. Ob *Most similar* oder *Most different systems*-Design – ein praktisches Problem beider Herangehensweisen liegt darin, dass selten ein ursächlicher Faktor existiert, der das zu fassende Phänomen erklärt. Oftmals muss von einer „*Konstellation mehrerer Ursachen*“[850] ausgegangen werden, welche es analytisch zu entwirren und zu ordnen gilt.

Esser sieht beide Design-Formen als „*Idealvorstellungen*“[851], deren jeweils reine Umsetzung schwer einlösbar sei. De facto konzertieren viele Forschungsvorhaben die Logik von *Most similar und Most different systems*-Konzepten, um das Sample passgenau zur Fragestellung zu gestalten. Vorsicht ist geboten, denn für sämtliche referierte Zugangsoptionen ist nicht allein die geforderte Anzahl von Fällen umstritten, um das Design als repräsentativ oder zumindest belastbar zu werten. Auch die

[847] Berg-Schlosser/ Cronqvist 2012, S. 115
[848] Jahn 2005, S. 21
[849] Esser 2010, S. 16
[850] Esser 2010, S. 17
[851] Esser 2010, S. 17

analytische Qualität der jeweiligen Einzeleinheiten wie deren Zusammenspiel als Basisgesamtheit ist disputabel. Dass es angesichts unzureichender Fallauswahl zu Fehlern kommen kann, weist Barbara Geddes in ihrem Aufsatz „How the Cases You Choose Affect the Answers You Get“ (1990) nach. David Collier und James Mahoney urteilen: „*Selection bias is commonly understood as occuring when some form of selection process in either the design of the study or the real-world phenomena under investigation results in inference that suffer from systematic error.*“[852] Als äußerst verzerrungsanfällig beschreibt Jahn beispielsweise eine positive Fallauswahl, welche ausschließlich an der abhängigen Variable ausgerichtet vonstattengehe.[853] Genauso mache eine negative Fallauswahl nicht gefeit vor unzutreffenden Befunden. Jahn markiert auch dazu Bezugs- und Interpretationsfehler in mehreren internationalen Studien.[854] Insgesamt kommt der Autor zu dem Fazit, dass gerade die Selektion qua abhängiger Variable oder einer, welche in enger Verquickung dazu steht, zu Verfälschungen führe. Geddes teilt diese Einschätzung: „*In short, selecting cases on the dependent variable entails the high probability of getting the wrong answer.*“[855] Jahn schlägt vor: „*Vielmehr sollten auf Grundlage einer möglichst irrelevanten unabhängigen Variable die Fälle ausgewählt werden. Geschieht die Auswahl der Fälle aufgrund der unabhängigen Variable, (...) ist die abhängige Variable immer noch frei, um über das gesamte Spektrum zu variieren*.“[856] Wesentlich seien also unterliegende Kausalmechanismen, über die sich Befunde und Hypothesen zum Sample verifizieren, aber auch falsifizieren ließen. Eine als repräsentativ intendierte Auswahl über die abhängige Variable dagegen würde dazu zwingen, eine Reihe von Fällen zusammenzustellen, die in ihrer Gesamtheit das (angenommene) Spektrum der abhängigen Variablen ausreichend bedienen – ein Unterfangen ungleich schwerer und störanfälliger als jenes über eine unabhängige Variable.

Die Entscheidung, in meiner Arbeit das Kriterium EBU-Mitgliedschaft der öffentlich-rechtlichen Medieneinrichtungen als unabhängigen Basisbezug zu etablieren, findet Bestätigung. Abhängige Variablen das jeweilige Mediensystem, die Organisationsform oder schließlich die erkenntnisintendierte Ausprägung medienkonvergenter Richtungsnahmen betreffend können so ihr vollständiges analytisches Potential ent-

[852] Collier/ Mahoney 1996, S. 59
[853] Vgl. Jahn 2005, S. 13
[854] Vgl. Jahn 2005, S. 14ff.
[855] Geddes 1990, S. 149
[856] Jahn 2005, S. 18

falten. Sie werden im Kommenden doppelt adressiert: Einmal dienen sie der kategoriengeleiteten Bestimmung der Einheiten im Sample. Später finden sie Eingang in die Interpretationsmatrix der Ergebnisse der Delphi-Studie.

3.3.2.5 Kategoriale Zusammenstellung des Samples

Wie in den Vorkapiteln gezeigt sind in der Kommunikations- und Publizistikwissenschaft theoretische Modelle und methodische Verfahren vergleichender Natur bedingt evolviert. Anleihen lassen sich bei Nachbardisziplinen wie der Politikwissenschaft nehmen, welche auf eine längere Tradition komparatistischer Untersuchungsdesigns blickt, doch nach wie vor Diskussionen zu Pro wie Contra diverser solcher Zugänge führt. Für die Forschungspraxis bedeutet das aktuell, dass viele Studien sich nicht einer Theorie plus einer Methode verschreiben, sondern versuchen, die Vorteile verschiedener zu akkumulieren. Mehrebenendesigns, *Mixed Methods*-Ansätze oder Triangulation sind bedenkenswerte Vorschläge, „*um die hierarchischen theoretischen Annahmen auch methodisch umzusetzen*“[857].

Für die Entscheidung bezüglich zu berücksichtigender Länder respektive öffentlich-rechtlicher Ländervertreter haben ausgeführte theoretische Hintergründe eine Linie als zielführend erkennen lassen. Über eine negative Fallauswahl werden aus sämtlichen europäischen Mediensystemen jene öffentlich-rechtlichen Anbieter herausgehoben, welche in der EBU vertreten sind. Aus deren Summe erfolgt eine kriteriengerichtete Verdichtung auf vier Exempel, die nach dem *Most different systems, similar outcome*-Ansatz höchst mögliche Unterschiede in relevanten Variablen zueinander aufweisen, sich aber im Ziel medienkonvergenter Entwicklung als Ergebnis treffen. Die Anzahl Vier generiert sich zum einen aus Praktikabilitätsgründen im Rahmen meines Unterfanges. Zum anderen liegt sie für viele Autoren im Bereich von Untersuchungen mit mittleren Fallzahlen,[858] mittels derer sich exponentiell umgreifender Befunde erzielen lassen als bei nur zwei oder drei kontrastierten Einheiten. Gerade bei kleinen und sehr kleinen Samples geraten externe Einflüsse mitunter überproportional. Zu viele Variablen lediglich fixiert an wenigen Objekten hebeln eine notwendige Kontrolle aus.[859] Als Kategorien für meine Studie angelegt und in drei

[857] Esser 2010, S. 8f.
[858] Vgl. Esser 2010, S. 16
[859] Vgl. Esser 2010, S. 15

Varianten beschrieben werden „Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils“, „Finanzierung“ und „Öffentlich-rechtliche Organisationsform“. Abbildung 3_Methode gibt eine Zusammenschau.

Abb. 3_Methode: Kategorien zur Sampelzusammenstellung der öffentlich-rechtlichen Standorte

Kategorie	Ausprägungsvariante 1	Ausprägungsvariante 2	Ausprägungsvariante 3
Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils[860]	Minimalistisch-liberal	Light Touch	Klientelistisch
Finanzierung	Beitrag/ Gebühr	Staatliche Zuwendung	Mischfinanzierung
Öffentlich-rechtliche Organisationsform	Föderalistisch	Zentralistisch	Anteilig

Quelle: Weichselbaumer 2017

Der Literaturteil (Kapitel 2.3.4) hat diese Kategorien theoretisch hergeleitet und relevante Ausprägungen diskutiert. Bezüge zu den für diese Arbeit ausgesuchten Sampleobjekten wurden herausgearbeitet. Kapitel 4 wird die jeweiligen kategorialen Ausformungen in den Sampleumgebungen Deutschland, Österreich, Slowenien und Ungarn analysieren. Augenmerk liegt auf öffentlich-rechtlichen Belangen. Für die methodische Konzeption genügt an dieser Stelle eine konzise Präsentation der getroffenen Zuordungen zu den Rubriken.

Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils

Die Vorarbeiten im Theoriekapitel haben die Konzentration auf zwei distinkte Ausprägungen des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils gelenkt, welche unterscheidende Relevanz besonders für den öffentlich-rechtlichen Zusammenhang haben. Diese beiden Ausprägungen wurden nach Besonderheiten unterteilt. Darüber erlaubt sich eine Zusammensetzung des Sample gemäß *most-different-systems*-Anlage. Kapitel 4 detailliert diese Entscheidung.

Abb. 4_Methode: Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils

Standort	ARD/ ZDF/ Deutschlandradio (Deutschland)	ORF (Österreich)	RTV SLO (Slowenien)	MTVA (Ungarn)
Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils	Light Touch (Besonderheit: föderalistisch installiert)	Light Touch (Besonderheit: Single Regulator)	Klientelistisch (Besonderheit: wenig integriert aufgebaut)	Klientelistisch (Besonderheit: teilweise konvergent integriert strukturiert)

Quelle: Weichselbaumer 2017

[860] Vgl. Arnold 2014, S. 304

Kategorie: Finanzierung

Das Literaturkapitel hat ein Spektrum an distinguierenden Finanzierungsoptionen für öffentlich-rechtliche Systeme aufgezeigt. Als kontrastierender Hauptfaktor hat sich die jeweilige Finanzierungsquelle erwiesen. An dieser hängen diverse Stakeholderpositionen. (Kapitel 4) Damit wird sie maßgeblich für eine Scheidung nach *most-different-systems*-Ansatz.

Abb. 5_Methode: Kategorie: Finanzierung Beitrag/ Gebühr vs. Mischfinanzierung vs. Staatliche Zuwendung

Standort	**ARD/ ZDF/ Deutschlandradio (Deutschland)**	**ORF (Österreich)**	**RTV SLO (Slowenien)**	**MTVA (Ungarn)**
Finanzierungsart	Beitragsfinanziert Haushaltsabgabe (Besonderheit: marginal werbefinanziert)	Beitragsfinanziert gerätegebunden und nach Bundesländern gestaffelt (Besonderheit: marginal werbefinanziert)	Mischfinanzierung (Besonderheit: anteilig gebühren-, werbe- und sponsoringfinanziert)	Staatliche Zuwendung (Besonderheit: de facto rein staatlich finanziert)

Quelle: Weichselbaumer 2017

Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform

Die Theoriedarstellung hat als dritte nutzbare Kategorie „Öffentlich-rechtliche Organisationsform“ erbracht. Die übergreifende Unternehmensaufstellung filterte als Unterscheidungsfaktor heraus, welcher für die *most-different-systems*-Auswahl urbar gemacht werden kann. Damit erfolgt eine Distinktion auf einer organisatorischen Metaebene. Davon ausgehend untersucht Kapitel 4 die organisationalen Aufbauten der einzelnen Samplestandorte tiefer.

Abb. 6_Methode: Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform: Föderalistisch vs. Anteilig vs. Zentralistisch

Standort	**ARD/ ZDF/ Deutschlandradio (Deutschland)**	**ORF (Österreich)**	**RTV SLO (Slowenien)**	**MTVA (Ungarn)**
Öffentlich-rechtliche Organisationsform	Betont föderalistisch organisiert (ARD); zentralistisch (ZDF/ Deutschlandradio)	Eher zentralistisch organisiert	Anteilig zentralistisch und in regionalen Schwerpunkten organisiert	Absolut zentralistisch organisiert

Quelle: Weichselbaumer 2017

Wichtig für die Setzung des Samples ist eine Abdeckung variant operierender Grundstrukturen. Über diese lässt sich gezielter Divergenz- und gegebenenfalls Konkordanzmaterial bergen, als beispielsweise die reine territoriale Größe von Nationen und deren Medienmärkten gegeneinander aufzurechnen. Vertretbar ist dies aufgrund

der zu erwartenden höheren Aussagekraft im Sinne des *Most different systems*-Designs. Die Zusammenstellung der Fälle tritt nicht mit dem Anspruch auf für ganz Europa repräsentativ zu sein. Sie dient einer möglichst facettenreichen und aussagestarken Zusammensetzung der Expertenrunde für vorliegende Delphi-Studie. Abbildung 7_Methode überblickt die kategoriale Zuordnung:

Abb. 7_Methode: Sample in kategorialer Kurzfassung

Standort	**ARD/ ZDF/ DeutschlandRadio (Deutschland)**	**ORF (Österreich)**	**RTV SLO (Slowenien)**	**MTVA (Ungarn)**
Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils	Light Touch (Besonderheit: föderalistisch installiert)	Light Touch (Besonderheit: Single Regulator)	Klientelistisch (Besonderheit: wenig integriert aufgebaut)	Klientelistisch (Besonderheit: teilweise konvergent integriert strukturiert)
Finanzierungsart	Beitragsfinanziert Haushaltsabgabe (Besonderheit: marginal werbefinanziert)	Beitragsfinanziert gerätegebunden und nach Bundesländern gestaffelt (Besonderheit: marginal werbefinanziert)	Mischfinanzierung (Besonderheit: Anteilig gebühren-, werbe- und sponsoringfinanziert)	Staatliche Zuwendung (Besonderheit: de facto rein staatlich finanziert)
Öffentlich-rechtliche Organisationsform	Betont föderalistisch organisiert (ARD); zentralistisch (ZDF)	Eher zentralistisch organisiert	Anteilig zentralistisch und in regionalen Schwerpunkten organisiert	Absolut zentralistisch organisiert

Quelle: Weichselbaumer 2017

3.4 Delphi-Studie Medienkonvergenz: Angewandtes Delphi-Design

3.4.1 Fallbeschreibung der öffentlich-rechtlichen Standorte

Der erste Untersuchungsschritt beschreibt die vier Sampleobjekte erkenntnisgeleitet anhand der aufgestellten Kategorien. Erste Unterschiede und Gemeinsamkeiten lassen sich bereits analytisch freilegen. Eine griffige Verortung im jeweiligen Medienumfeld ergibt sich, welche Esser als unabdingbar für jede intensivere Auseinandersetzung mit „*Gleichartigkeiten und identitätsstiftenden Besonderheiten*“ [861] ansieht. Kapitel 4 kommt diesem Vorschlag nach, ehe die Befunde der Delphi-Wellen besprochen, theoretisch wie praktisch rekontextualisiert und interpretiert werden.

[861] Esser 2010, S. 9

3.4.2 Delphi-Fahrplan: Ablauf der Delphi-Runden

Die Delphi-Studie gliedert in eine leitfadengestützte Interviewvorrunde, die aus den theoretischen Vorarbeiten angenommene Themenaspekte (Begriffsdefinition; technische, wirtschaftliche, inhaltliche, rechtliche und Konvergenz der Nutzung; öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur) abfragt und auffordert, weitere Gesichtspunkte zu nennen. Hieraus gestaltet sich der standardisierte Fragebogen für Welle 1 und in Fortentwicklung jener der Welle 2. Vergleiche mit anderen Studien aus den letzten Jahren zeigen, dass häufig zwei feedbackgestützte standardisierte Runden genügen, um Aussagekräftiges zu erhalten.[862] Mehrere Explorationsdurchgänge führen zwar nicht selten zu einer stärkeren Konsensbildung, was in einigen Forschungsansätzen (vor allem „Delphi-Typ 1“[863]) intendiert ist, erleben aber auch zunehmende Panel-Mortalität – die Beteiligten verlieren die Lust am Perpetuierenden. „*Allgemein kann als Optimum eine minimale Anzahl von Runden bei einem annehmbaren Maß an Genauigkeit gelten*“[864], schlussfolgern Vorgrimler und Wübben. Das erfahrungsgemäß eng getaktete Zeitbudget vieler Experten führt des Weiteren zur Konzentration des methodischen Vorgehens auf effektive Schritte. Diese zeigt Abbildung 8_Methode in chronologischer Ordnung:

Abb. 8_Methode: Ablauf der Delphi-Runden

1 Qualitative ExpertInnenbefragung (Vorrunde)
- *Form*: Leitfadengestütztes Interview
- *Ziel*: Genese von Themenkomplexen
- *Nächster Schritt*: Fragebogenentwicklung

2 Standardisierte ExpertInnenbefragung (Welle 1)
- *Form*: Online-Fragebogenerhebung
- *Ziel*: Quantitative und in Teilen qualitative Einschätzungen abbildende Zwischenbilanz zu apostrophierten Themenkomplexen
- *Nächster Schritt*: Ableitung einer anonymisierten Gruppenmeinung als Feedback plus eventuelle Fragebogenrevision

3 Standardisierte ExpertInnenbefragung (Welle 2) nach Feedback
- *Form*: Online-Fragebogenerhebung (aus Welle 1 weiterentwickelter, gekürzter Katalog)
- *Ziel*: Quantitative und in Teilen qualitative Schlussbilanz zu relevanten Themenkomplexen
- *Nächster Schritt*: Analyse der erhobenen Daten

4 Auswertung
- Interpretation der Ergebnisse
- Rückmeldung an die Beteiligten über die anonymisierten Resultate

Quelle: Weichselbaumer 2017

[862] Vgl. Münchner Kreis 2009, S. 14; vgl. auch Cuhls/ Blind/ Grupp 1998, S. 10
[863] Vgl. Häder 2014, S. 30ff.
[864] Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 766

Die qualitative Vorrunde integriert eine hinreichende Schnittmenge der Ausgewählten. Sie sammelt deren (unstandardisierte) Einschätzungen bezüglich medienkonvergenter Entwicklungen innerhalb der eigenen Betriebsstruktur, der umgebenden binnen- genauso wie EU-weiten Medienlandschaften, aktuell und – in Intervallen gestaffelt – bis zu einem zukünftigen Zeitpunkt (t). Technische Realisierungschancen, Kosten, Bedarf etc. sollen an dieser Stelle noch unberücksichtigt bleiben, um die Meinungen nicht vorab zu kanalisieren.

Gehoben werden in dieser ersten „*offene(n) Explorationsrunde*“[865] Argumente über das Instrument des Interviews. Auch wenn anschließende Delphi-Wellen auf die anonyme Situation des Fragebogenbeantwortens bauen, wählen viele Autoren für die Genese relevanter Themenfelder und -aspekte zu Beginn das explorative, wenig standardisierte Interview.[866] Hierin sind die Probanden „*unabhängig voneinander und ohne Kenntnis der Identität der anderen Teilnehmer*“[867] um persönliche Wertungen zu gering vorstrukturierten Gesprächsinhalten gebeten. Erfasst werden sollen die „*jeweiligen Annahmen des Teilnehmers über die Natur und die Entwicklung des Marktes, seine Glaubenssätze über Spieler und Wechselwirkungen (Sicherheiten und Unsicherheiten) sowie Treiber der Veränderung*“[868]. Individuelle Meinungen und Eindrücke sind damit abrufbar, Verbesserungsvorschläge und Ursachenzuschreibungen kommen aufs Tapet. Dem Forschenden womöglich unbekannte Sachverhalte finden sich zu Tage gefördert.[869]

3.4.2.1 Entwicklung des verwendeten Leitfadens

„*Im Gegensatz zur quantitativen Befragung können die Daten aus qualitativen Experteninterviews aufgrund der Offenheit und der geringen Standardisierung der Instrumente der Datenerhebung nicht sinnvoll statistisch ausgewertet werden.*“[870] Qualitative Befragungen bedürfen ausdeutender Methoden der Interpretation. Diese erfolgen durchaus an einem Kategorienraster ausgerichtet. „*Von anderen qualitativen Befragungen unterscheidet sich das Experteninterview vorwiegend in Bezug auf die Zielsetzung der Gewinnung von Sachinformationen, wofür wir einen höheren Grad der Strukturierung mittels eines Interviewleitfadens benötigen*“[871], erläutert Kaiser.

[865] Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 766
[866] Vgl. Kaiser 2014, S. 30
[867] Becker/ Magnus 2012, S. 12
[868] Becker/ Magnus 2012, S. 12
[869] Vgl. BR. Unternehmensplanung und Medienforschung 2012, S. 6ff.; vgl. auch Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 766
[870] Kaiser 2014, S. 3
[871] Kaiser 2014, S. 3

Bei Konzeption eines solchen dürfe es mitnichten darum gehen, über Suggestivfragen bestehende Forschermeinungen lediglich bestätigen zu lassen. Zudem gelte es zu vermeiden, in Auswahl und Formulierung der Leitgedanken den (erwarteten) Antworten ein (zu) enges theoretisches Korsett vorzugeben. „*Die Qualität von Befragungen steht und fällt mit dem Interviewleitfaden*“[872], werten Meyen, Löblich, Pfaff-Rüdiger und Riesmeyer. Ergo wird zunächst der bedachte Abgleich mit dem Erkenntnisinteresse notwendig.

Eingangs sind aus den gestellten umgreifenden Forschungsfragen in Verbindung mit referierten theoretischen Positionen Analysedimensionen abzuleiten, also „*jene Dimensionen (zu) identifizieren, die das mit unserer Forschungsfrage adressierte Phänomen überhaupt erst beobachtbar machen*“[873]. Dafür werde der Transfer der Analysedimensionen in Fragenkomplexe notwendig. Jene seien letztlich nichts anderes als „*Anweisungen, wie die Ausprägung unserer jeweiligen Dimensionen empirisch überprüft wird*“[874]. Von hier erfolgt eine Übersetzung in Interviewfragen, die anschlussfähig an das Umfeld der einzelnen Experten sind, somit für die Probanden „*nachvollziehbar und beantwortbar*“[875].

Für meine Analyse bedient die Dimensionenbildung einmal den Bereich „Terminologie/ Definition des Phänomens“. Dann wendet sie sich „Arten von Konvergenz“ in ihrer prozesshaften Entwicklung zu. Daran knüpft technisch, wirtschaftlich, rechtlich und an der (angenommenen, angestrebten, erlebten etc.) Nutzung Orientiertes an. Dies spannt derzeitige wie eventuell künftige Diskussionsebenen auf. Die Meinungen der Experten dürfen zu diesem Zeitpunkt der Untersuchung explizit auch subjektiv Wünschenswertes bis gar Utopisches enthalten.[876] Anhang 1 ordnet den Analysedimensionen Fragenkomplexe zu und überführt diese in einen Interviewleitfaden.[877]

[872] Meyen/ Löblich/ Pfaff-Rüdiger/ Riesmeyer 2011, S. 91
[873] Kaiser 2014, S. 56
[874] Kaiser 2014, S. 57
[875] Kaiser 2014, S. 57
[876] Vgl. Häder 2014, S. 122
[877] Anhang 2 bringt die englische Version.

3.4.2.2 Durchführung der explorativen Vorrunde

Eingeladen für die Vorrunde sind als Stichprobe 15 Experten aus allen drei Probandengruppen, verteilt in ihrer Expertise über die vier öffentlich-rechtlichen Standorte des Samples.[878] Zwischen Dezember 2016 und Februar 2017 erfolgen die Interviews zum Großteil persönlich. Wenige Teilnehmende werden aus terminlichen wie logistischen Gründen über Skype oder Telefon einvernommen. Das Element Zeit manifestiert sich als gewichtig. Um den Aufwand für die Beteiligten nicht unzumutbar anschwellen zu lassen, peilt das Frageraster nach Pretests und Mailverkehr mit möglichen Experten eine Durchführungsdauer von 40 Minuten an. Probanden mit eingeschränkten temporären Ressourcen können so trotzdem gewonnen werden. Dieser Umstand ist nicht gering zu erachten, handelt es sich doch bei den in dieser Untersuchung Angesprochenen fast durchwegs um gehobenes akademisches Personal und Führungskräfte (DirektorInnen, Ressort-, Redaktionsverantwortliche etc.). Die gewährleistete Anonymität lädt nicht Wenige dazu ein, meinungsgeladener zu antworten als von Forscherwarte vermutet. Die entspannte Interviewsituation – ob im persönlichen oder Telefongespräch – unterstützt diesen Effekt. Dafür wird bisweilen in Chronologie wie Formulierungen vom Leitkonzept abgewichen, etwa wenn ein konkretisierendes Nachfassen angezeigt erscheint oder Experten unerwartete, ergebnisrelevante Zusatzinformationen anbieten. Zentral ist, dass sämtliche im Licht der übergeordneten Forschungsintention essentiell erscheinenden Gesichtspunkte abgedeckt sind. Die durchschnittliche Interviewdauer liegt schließlich bei 60 Minuten. Kapitel 5.2.1 schlüsselt das Teilnehmerfeld in direktem Bezug zu Analyseergnissen auf. Abbildung 9_Methode soll an dieser Stelle als Referenz ausreichen.

[878] Kenntniszuschreibungen erfolgen in dieser Vorrunde zunächst über den Forschenden, erzeigen sich aber in fast allen Fällen als breiter und über Gruppen- wie Ländergrenzen verteilter als angenommen. Die beiden folgenden Wellen fragen diese Expertise in Eigeneinordnung speziell ab. Da sämtlich 15 Probanden der Vorrunde auch in den qualitativen Runden 1 und/ oder 2 beteiligt sind, ist an dieser Stelle im Überblick eine gröbere Zuordnung legitim.

Abb. 9_Methode: Teilnehmende Vorrunde

Anzahl der Teilnehmer: 15 **Zusammensetzung der Teilnehmer**: Innovationsmanagement/Unternehmensplanung: je 1 ARD, ORF, RTV SLO, MTVA Redaktionsleitung/Ressortführung: je 1 ARD, ORF, RTV SLO, MTVA Wissen/Forschung: 7 **Zeitraum**: Dezember 2016 bis Februar 2017 **Art des Interviews**: Persönlich, telefonisch, über Skype **Sprachen**: Deutsch, Englisch **Art der Dokumentation**: Audioaufzeichnung; Keine veröffentlichte Transkription auf Wunsch der Probanden und im Sinne der Anonymität der Delphi-Anlage[879] **Umgang mit dem gewonnenen Material**: Für den internen Gebrauch zeigen sich Transkriptionen als praktikabel für eine fundierte Inhaltsanalyse.

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Sekundärliteratur kennt eine Palette an Verfahren, um Experteninterviews wissenschaftlich auszuwerten.[880] Zusammenfassen lassen sich diese unter dem Stichwort der „*qualitativen Inhaltsanalyse*“[881]. Da sich die Varianten erheblich unterscheiden, könne von einer „*Methode der Inhaltsanalyse*“[882] nicht die Rede sein, konstatiert Kaiser. Wissenschaftliche Disziplinen – speziell Sozialwissenschaften, Kommunikationswissenschaften, Sprach- und Literaturwissenschaften, Psychologie, Pädagogik, Medien-, Meinungsforschung etc.[883] – präferieren jeweils Ansätze gemäß ihrer Ausrichtung. Neben hermeneutischen und diskursanalytischen Zugängen[884] hebt Kaiser für den politikwissenschaftlichen Sektor die themenorientierte Inhaltsanalyse hervor. Die „*Identifikation und Weiterverarbeitung der in den Interviews generierten Informationen*“[885] gelinge bei einem Mindestmaß an Komplexität. Sie stelle die beste Alternative im Konzert optionaler Verfahrensweisen dar. Konsequent schlägt Kaiser vor, die von Mayring (2000) etablierten Grundzüge inhaltsanalytischen Vorgehens zu vereinfachen. Diese „*im sozialwissenschaftlichen Methodeninventar*“[886] als verankert geltenden Zugänge baut Mayring auf die Überzeugung: „*Inhaltsanalyse beschäftigt sich längst ‘nicht nur’ mit der Analyse des ‘Inhalts’ von Kommunikation*“.[887] Vielmehr wolle eine Inhaltsanalyse Kommunikation systematisch, regelgeleitet und theoriegeleitet ergründen, um „*Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation*“[888] zu erlauben. Momente wie Intonation, Sprachfluss, Sprechtempo, Pausen, Wortwahl oder metakommunikative Erscheinungen (Gestik, Mimik etc.), Gesprächssituation

[879] Die zur Auswertung genutzten Transkripte liegen bei der Autorin vor.
[880] Vgl. Bortz/ Döring 2002, 332f; vgl. auch Mayring 1999; Meuser/ Nagel 2005; Gläser/ Laudel 2006; Mayer 2009
[881] Kaiser 2014, S. 90
[882] Kaiser 2014, S. 90
[883] Vgl. Mayring 2015, S. 26ff.
[884] Vgl. Mayring 2015, S. 9f. zu modernen hermeneutischen Ansätzen, kritischen Ansätzen, narrativen Ansätzen, deskriptiven und explorativen, theoriebildenden Ansätzen
[885] Kaiser 2014, S. 90
[886] Mayring 2015, S. 7
[887] Mayring 2015, S. 11
[888] Mayring 2015, S. 13

und Gesprächsverlauf seien in ihrem Aussagegehalt zu prüfen. Kaiser seziert in den letztgenannten Bereichen, um zu einem praktikablen wie weiterhin aussagekräftigen Design zu gelangen. Für die Methodenkonfiguration vorliegenden Papiers ist das eine wertvolle Dreingabe. Mayring ist sich solcher Notwendigkeiten der Adaption bewusst, wenn er in seinem Band „Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken“ schreibt: „*Deshalb werden die hier vorgeschlagenen Verfahren auch immer auf die konkrete Studie hin modifiziert werden müssen.*“[889]

Entstehung und Wirkungsweise des Textes/ des Transkriptes seien jenseits der Bewertung der Interviewsituation verzichtbar, argumentiert Kaiser. Der Autor markiert als vitale Bausteine, derer es für eine belastbare Auswertung bedürfe, im Sinne Mayerings „*Zusammenfassung*“, „*Explikation*“ und „*Strukturierung*“[890]. Mayring weist der „Zusammenfassung“ das Ziel zu, „*das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion einen überschaubaren Corpus zu schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist*“[891]. In der „Explikation“ könne zu fraglichen Einzelheiten im Text ergänzendes Material gesetzt werden, „*das das Verständnis erweitert, das die Textstelle erläutert, erklärt, ausdeutet*“[892]. Über die „Strukturierung“ seien schließlich anhand eines eingeführten Ordnungssystems „*bestimmte Aspekte aus dem Material herauszufiltern (…) oder das Material aufgrund Kriterien einzuschätzen*“[893]. Anwendungsorientiert deutet Kaiser diese „*drei Grundformen des Interpretierens*“[894] von politikwissenschaftlichem Standpunkt:

> „Das Ziel der Zusammenfassung ist die Reduktion des Textmaterials auf die analytisch relevanten Inhalte. Die Explikation basiert hingegen auf der umgekehrten Logik. Hier werden ergänzende oder erläuternde Informationen zu relevanten Textpassagen hinzugefügt, um die Verständlichkeit der jeweiligen Passage sicherzustellen. Erst mit der Strukturierung beginnt die eigentliche Analyse des Textmaterials, wobei nunmehr die zuvor ausgewählten Passagen verschiedenen Kategorien zugeordnet werden, die sich entweder aus dem Material selbst ergeben können (induktiv) oder bereits auf der Basis des theoretischen Bezugsrahmens der Untersuchung entwickelt wurden (deduktiv).“[895]

Aus den Transkriptionen der Expertengespräche werden in einem primären Kodierungsschritt für das Forschungsansinnen erhebliche Ausschnitte gefiltert. Jene erfahren eine Überprüfung anhand der für die Leitfadengestaltung herausgearbeiteten

[889] Mayring 2015, S. 52
[890] Kaiser 2014, S. 91; vgl. auch Mayring 2015, S. 52; 67ff.
[891] Mayring 2015, S. 67
[892] Mayring 2015, S. 67
[893] Mayring 2015, S. 67
[894] Mayring 2015, S. 67
[895] Kaiser 2014, S. 91

Komplexe. Zentrale Informationen werden extrahiert und aus Gründen der Vergleichbarkeit gegebenenfalls durch Amplifikation der Datenzusammenhänge ergänzt. „*Erst danach sind wir in der Lage, Kernaussagen aus unterschiedlichen Interviews gegenüberzustellen, auf unseren theoretischen Kontext zu beziehen und abschließend zu interpretieren*“[896]. Ein offenes, systematisches und theoriegeleitetes Herangehen ist gestaltet, das „*dieselben kontextspezifischen Merkmale aufweist, wie schon die Expertenbefragung selbst*“[897]. Ebenso bleibt es zugänglich für Befunde, welche sich nicht in vorab festgelegte (deduktive) Einheiten einpassen. Hierfür werden zusätzliche Rubriken geschaffen, die wiederum aus dem verschriftlichten Material zu konturieren sind – „*den Text für sich selbst sprechen zu lassen*“[898]. Anschlussfähigkeit zeigt diese Sicht zu Mayring, der eine rein deduktive Zugangsweise lediglich strukturierenden Inhaltsanalysen zuträglich nennt. Eine induktive Definition, welche „*die Kategorien direkt aus dem Material in einem Verallgemeinerungsprozess*“[899] ableitet und im Vorfeld – sei es zur Erstellung des Leitfadens – bemühte Theoriekonzepte verlässt, nennt er hingegen als fruchtbringend für qualitative Ansätze. Sein Streben gilt „*einer möglichst naturalistischen, gegenstandsnahen Abbildung des Materials ohne Verzerrungen durch Vorannahmen des Forschers, eine Erfassung des Gegenstandes in der Sprache des Materials*“[900]. Da aus der deduktiven Genese der Gesprächsthemen zwar indirekt über den Leitfaden Betrachtungsweisen angerissen werden, sich aber über den offenen Interviewverlauf gewünscht auch abweichende Schwerpunkte ergeben können und sollen, ist eine zumindest teilweise induktive Kategorisierung des Konvoluts angeraten. Das Spektrum an Meinungen zu einzelnen Themen fließt in die Formulierung des Fragebogens, der in der ersten quantitativen Welle an die Beteiligten geht.[901] Um jenen adäquat zu gestalten, wird die kategoriale Auswertung der qualitativen Vorrunde ins Licht der gestellten Forschungsfragen gerückt,[902] wie Kapitel 5.1 genau darlegt. Während sich Aussagen aus dem Segment „Kontextwissen“ in der Regel einfacher in bestehende Sekundärumgebungen einfügen lassen, ist die hypothetische Unterfütterung von „Betriebswissen“ selten eindeutig gegeben. Hier bedarf

[896] Kaiser 2014, S. 92; Diese Erweiterung der Datenquelle bietet die Chance, unvollständige und damit kaum aus sich heraus verständliche oder deutbare Aussagen der Interviewten um erklärende Hintergrundhinweise zu ergänzen. Relevante Gesichtspunkte, die sonst ob unvollständigen Bezugs für die Analyse aufgegeben werden müssten, können dergestalt für die Untersuchung „gerettet“ werden. (Vgl. Kaiser 2014, S. 111) Ein für diese Schrift typisches Beispiel ist die verkürzte Darstellung von Sachverhalten in der Annahme von Probanden, dass hier Experten unter sich seien, man sich eines (Medien-) Branchenjargons bedienen könne und deshalb etwa kontextuelle Rahmungen verzichtbar gerieten.
[897] Kaiser 2014, S. 92f.
[898] Kaiser 2014, S. 92; vgl. auch 99f.
[899] Mayring 2015, S. 85
[900] Mayring 2015, S. 86
[901] Anhang 3 belegt den Fragebogen der ersten quantitativen Welle.
[902] Vgl. Kaiser 2014, S. 115

es eines größeren Engagements zur nachvollziehbaren Deutung aus sich selbst heraus. Diesem Dilemma ist zu begegnen. Das Resümee (Kapitel 5.1) nach der qualitativen Vorerhebung dient der Erstellung des Fragebogens für die quantitative Runde 1. Daten- und damit Erkenntnislücken oder Unsicherheiten in der Herleitung plausibler Begründungen müssen nicht als Desiderate aufgegeben werden. Im Gegenteil befeuern sie die Auseinandersetzung in der konsekutiven Welle.

3.4.2.3 Quantitative Welle 1: Fragebogenuntersuchung mit Feedback

In jener Runde 1 sind wie – nach einer Feedbackschleife über die anonymisierte Zusammenschau der bis dahin destillierbaren Gesamttrends – in Runde 2 alle Experten im Sample angesprochen. Anonymisierte Fragebogen zu schalten, anstatt Gruppendiskussionen, Workshops oder erneut persönliche Experteninterviews einzusetzen, zeitigt Vorteile.[903] Soziale Erwünschtheit als eventuell intervenierender Faktor in der Gruppensituation oder im persönlichen Austausch zwischen Interviewer und Befragtem ist ausgeschaltet. Ebenfalls fallen Gruppendynamiken in der Diskussion weg. Die redundante Anlage, also eine Reflexion über das Feedbackangebot zwischen Runde 1 und Runde 2 erlaubt eine Schärfung der Urteile.

Soziopsychologische Einschätzungen der Delphi-Methode sehen in jenem finalen Punkt den höchsten Mehrwert. So ließe sich durch gesteuerte (anonyme) Gruppenzugehörigkeit die Einzelmeinung optimieren, resümiert Häder. Richtig gibt der Autor aber für den in vorliegender Arbeit ausgewählten „Delphi-Typ 3“ zu bedenken:

> „Delphi-Befragungen zur Ermittlung von Expertenansichten über einen diffusen Sachverhalt (Typ 3) verfolgen ein doppeltes Anliegen: Erstens die Qualifizierung der im Verlauf der Studie abgegebenen Urteile und zweitens zugleich die Abbildung des (sich verändernden) finalen Meinungsbildes der Expertengruppe. Das Delphi-Design soll hier dazu beitragen, gezielt Denkprozesse auszulösen und dadurch im weiteren Verlauf der Befragung eine Verbesserung der ursprünglichen Urteile zu veranlassen.“[904]

Hauptanliegen sei eine sorgsame Darstellung der Expertenresümees. „*Für die Beurteilung der Qualität der Messung können die üblichen methodischen Kriterien wie Reliabilität und Validität (...) herangezogen werden.*“[905] Gerade was die Wertigkeit der Expertenmeinungen angeht, hieße es sorgsam zu eruieren: Wer ist für welche Einschätzung tatsächlich wie kompetent? Nicht alle können alles kennen – auch

[903] Vgl. Bortz/ Döring 2002, S. 262
[904] Häder 2014, S. 200
[905] Häder 2014, S. 200

wenn Feedbackschleifen nachweislich inaktives Wissen anstoßen und somit einen größeren Wissensvorrat anzapfen, als möglicherweise gedacht.[906] „*Innerhalb einer einzelnen Delphi-Befragung stehen in der Regel zahlreiche und teilweise sehr unterschiedliche Sachverhalte gleichzeitig zur Bewertung durch die Experten an. Es ist zu erwarten, dass nicht alle Teilnehmer bei allen Fragen die gleiche Expertise besitzen*“[907], diagnostiziert Häder. Das Gros der Delphi-Analysen arbeitet mit Kompetenzfragen. Diese erlauben es, den Sachverstand des Probanden – je nach Anlage direkt oder indirekt – abzuprüfen und die gegebenen Antworten danach einzuordnen. Darüber hinaus unterstreichen sie für den Teilnehmenden, dass es sich lediglich um Schätzungen oder Meinungen handeln soll, es demnach nicht um ein „Richtig“ oder „Falsch“ bestellt ist. Fühlt sich ein Experte in einem Fragesegment nicht kundig genug für ein Statement, kann er dies bei den Kenntnisstand direkt eruierenden Verfahren überspringen.

Nachvollziehbar beurteilen immer weniger Delphi-Studien die Expertise der Involvierten von außen, beispielsweise über Wissens- oder Suggestivtests. Aufgerufen sind die Beteiligten meistens zur Selbstbewertung. Inwieweit die Wahrnehmung der eigenen Kompetenz als allein und absolut treffend gewichtet werden kann, ist nicht gänzlich unumstritten.[908] Meines Erachtens sehr plausibel nimmt die auf Dalkey et al. (1969) rekurrierende Anwendung einer Selbstbeurteilung der Experten an, dass eine positive Korrelation zwischen der Eigeneinschätzung und der Schätzfähigkeit der Probanden de facto existiert. Jüngere Erhebungen pointieren dies:

> „Tests haben (1.) Hinweise darauf erbracht, dass bei der Abgabe eines Urteils über die Sicherheit, mit der eine Schätzung vorgenommen wurde, eine Evaluation des Antwortprozesses erfolgt und die subjektive Sicherheit damit tatsächlich Indikator für die Qualität einer Schätzung ist. Andere Ergebnisse haben (2.) aber auch deutlich gemacht, dass die Urteile zur subjektiven Sicherheit beeinflusst werden durch das professionelle Eingebundensein der jeweiligen Teilnehmer beziehungsweise durch den Grad an Verbundenheit mit der Thematik der jeweiligen Studie, den daraus resultierenden Karriereerwartungen und so weiter.“[909]

Angesichts dessen ist ein mitunter widersprüchliches Anwortverhalten einzukalkulieren. Das kann durchaus einen „Faktor Realitätsnähe“ bedeuten. Überhaupt steht zu erwarten, dass reale Umgebungsbedingungen in den (Zwischen-) Ergebnissen

[906] Vgl. Häder 2014, S. 57
[907] Häder 2014, S. 131
[908] Vgl. Dalkey/ Brown 1969; vgl. auch Häder 2000b
[909] Häder 2014, S. 195

Niederschlag finden. Neben einem gesamteuropäischen Eindruck wird wahrscheinlich auch „Landes"- oder „Organisationstypisches" aufzuspüren sein. „*Eine gewisse Besonderheit stellt die Rekrutierung von Experten für eine Delphi-Befragung innerhalb eines Unternehmens beziehungsweise innerhalb einer Institution dar*"[910], gibt Häder richtig zu bedenken. „*Bei solchen Studien ist zu erwarten, dass aufgrund der homogenen Struktur der Teilnehmer die Expertise entsprechend vorgeformt ist und damit die Resultate homogener ausfallen*."[911] Zum Nutzen lässt sich dieses Moment wenden wertet man derlei Ergebnisse – auch – als „*innerbetriebliches Meinungsbild*"[912]. Dergestalt erfahren die Antworten der Mitarbeitenden von öffentlich-rechtlichen Anstalten im Sample doppelte Deutbarkeit, einmal auf ihre Rolle als Berufsbild- und damit Rollentragende hin, zum anderen als Mitglieder einer im jeweiligen Land in ihrer Art exklusiv angelegten und agierenden Medieneinheit. Letztendlich sind qualitative Einschätzungen der Medienmachenden, deren Konzeption und Integration konvergenter Maßnahmen ausschlaggebend für die Konstruktion medialer Gegenwart und Zukunft.[913] Die hierzu resultierenden Erkenntnisse sollen zur Überprüfung der im Theorieteil vorgestellten Forschungsannahmen dienen. Darüber hinaus können die „*gewonnenen Informationen zu neuen Ideen oder Hypothesen verdichtet werden*"[914], wie Jürgen Bortz und Nicola Döring das Ziel jeder explorativen Analyse etikettieren. Entsprechendes gilt für die Befunde aus dem Probandensegment „Wissenschaft/Forschung". Auch dort werden gegebenenfalls interdisziplinäre Strömungen, institutsprägende Ausrichtungen oder transdisziplinäre Moden durchscheinen. Wiederum bedeutet derlei keinen Nachteil, sondern manifestiert – bei bewusstem Umgang damit in der Untersuchung – einen weiteren Schritt gen realitätsnahe Datenfunde.

Dass ein derart direkt adressierendes Vorgehen für den Forschenden möglich wird, begünstigt die Anonymität der Delphi-Anlage. Einladend zur „ehrlichen" Auseinandersetzung wirkt des Weiteren die Zusicherung, dass hier Experten „unter sich" und „auf vergleichbar hohem Expertisé-Niveau" über die Bande der drei Delphi-Runden mit Feedbackschleife miteinander diskutieren. „Zusicherung" meint an dieser Stelle kein bloßes Suggestivversprechen, um Teilnehmende zu werben und deren Ansprüche an sich selbst im Antwortverhalten nach oben zu schrauben. Dass die

[910] Häder 2014, S. 111
[911] Häder 2014, S. 11
[912] Häder 2014, S. 111
[913] Vgl. Schuegraf 2008, S. 110
[914] Bortz/ Döring, S. 55

Experten auf gehobener Ebene gleichberechtigt in den anonymisierten Diskurs treten können, garantiert zu allererst eine bedachte Auswahl durch die Studienautorin. Obig deskribierte Kompetenzfragen sollen in möglichst wenigen Fragefällen die Teilnehmenden zum Ausstieg zwingen, weil sie oder er schlichtweg über zu wenige Kenntnisse verfügt.

Die Ergebnisse aus der ersten quantitativen Welle werden zweifach genutzt. Einmal filtert eine kritische Zwischenbilanz bereits geklärte Felder heraus, welche nicht mehr in die neuerliche Runde Eingang finden müssen. Zugleich präzisieren sie solche Dimensionen und Formulierungen, welche weitere Zuspitzung erwarten lassen, werden sie abermals in die anonymisierte Gruppendiskussion eingebracht. Zum anderen ist aus dem erhaltenen Material ein Feedbackbogen zu erarbeiten. Der gibt den Probanden vor der finalen Erhebung Aufschluss über Trends der bisherigen Beantwortung. Idealiter werden weitfassendere kognitive Prozesse angestoßen. Für die Gestaltung des Feedback fehlen Standards.[915]

> „Die Vorgehensweise bei der Gestaltung der Rückmeldung an die Teilnehmer ist unterschiedlich. Üblicherweise werden Mittelwerte (in der Regel Median oder arithmetisches Mittel) und in vielen Fällen auch Streuungsmaße zurückgemeldet, gelegentlich aber auch graphische Darstellungen, Tabellen oder verbale Kommentare. Des Weiteren werden Experten mit besonders großen Abweichungen meist darum gebeten, die Gründe für ihre extremen Ansichten anzugeben, um den Informationsgehalt zu maximieren.“[916]

Häder regt bei numerischen Schätzungen eine Präsentation nicht nur des Mittelwertes an, sondern der tatsächlichen Streuung. Bei Urteilen über Sachverhalte – „*Entwicklungen, Folgeprobleme(), Szenarien*“[917] – genüge eine Darstellung der Absolutzahlen oder Prozentwerte. „*Auf diese Weise erhalten die Teilnehmer sowohl eine Information über die Verteilung der Antworten als auch darüber, wohin die Meinung der Mehrheit der Experten tendiert.*“[918] Delikater sei die Behandlung offener oder halboffener Fragen, welche Statements der Beteiligten generieren. Vier Vorgehensweisen gelten als etabliert: Das Feedback verzichtet auf kommentierende Referenzen, welche lediglich für die Analyse nutzbar gemacht werden oder sendet diese bloß auf Nachfrage der Beteiligten. Die Rückmeldung spannt allein die extremen Meinungspole als Zitate auf. Eine Rückinformation transkribiert sämtliche Aussagen.

[915] Vgl. Häder 2014, S. 155f.
[916] Vorgrimler/Wübben 2003, S. 766
[917] Häder 2014, S. 160
[918] Häder 2014, S. 160

„*Dieses Vorgehen wird teilweise deshalb favorisiert, da bei einer vollständigen Wiedergabe der Argumente die rückgemeldeten Mittelwerte in den Hintergrund treten und damit auch der Konformitätsdruck in den Folgewellen reduziert wird.*“[919] Für mich als Einzelperson in der Analyse und Aufbereitung ist letzteres Prozedere angezeigt. Es kappt am ehesten Beeinflussungen durch den Forschenden.[920] Vorgrimler und Wübben fügen schlüssig an:

> „Problematisch bei der Rückinformation der Teilnehmer ist, dass eine völlige Objektivität in der Projektdurchführung kaum möglich ist. Das Projektteam muss für das Feedback Zusammenfassungen, Neuformulierungen und Auswahlentscheidungen vornehmen, wodurch Beeinflussungen im Meinungsbildungsprozess der Teilnehmer nicht auszuschließen sind.“[921]

Eine weitgehend ungefilterte Offenlegung der Kommentare verhindert ein unbeabsichtigtes Beinträchtigen der Probandenmeinungen. Ein selektierendes Zitieren aus einem willkürlichen Teil des Fragebogens liefe Gefahr, eher Verzerrungen zu erzeugen, denn dem Erkenntnisinteresse methodisch zuzuarbeiten. Die genaue Struktur der Teilnehmenden erklärt Kapitel 5.2.1. Abbildung 10_Methode gibt eine Übersicht:

Abb. 10_Methode: Teilnehmende Welle 1

Anzahl der Teilnehmer: 30 **Zeitraum**: Juni 2017 bis August 2017 **Art der Befragung**: Onlinefragebogen **Sprachen**: Deutsch, Englisch **Art der Dokumentation**: Excel-Listen zur Datenaufbereitung **Umgang mit dem gewonnenen Material**: Für die Bearbeitung und Darstellung im Rahmen eines Delphi, welches Meinungen von Expertinnen und Experten zusammenfasst und erklärbar machen will, ist eine Aufbereitung mittels Excel hinreichend.

Quelle: Weichselbaumer 2017

3.4.2.4 Quantitative Welle 2: Erneute Fragebogenuntersuchung

Die abermalige Zusammenstellung des Fragebogens kondensiert von 17 auf 10 Items. Eindeutig und befriedigend beantwortete Elemente werden abgehakt, kontroverse Themen erneut zur Debatte gebracht. Auch wenige neue und in den Statements zu Einschätzungen aus der Welle 1 evolvierte Aspekte finden Eingang. Kapitel 5.2 referiert das Vorgehen unter analyseinhaltlichen Parametern und bespricht beide standardisierte Runden.

Insgesamt zeigt das terminlich zügige Aufeinanderfolgen der quantitativen Wellen den gewünschten diskursiven Effekt. Probanden aus Vorrunde und Runde 1 bleiben

[919] Häder 2014, S. 162
[920] Der Feedbackbogen findet sich als Anhang 4 (und 5 in der englischen Version)
[921] Vorgrimler/ Wübben 2003, S. 766

am Ball, solche die Runde 1 ausgelassen haben, kommen wieder an Bord. Einige für Runde 1 Eingeladene schließen erst in Runde 2 auf. Das gilt besonders für Angefragte aus Ungarn und Slowenien, die sich zunächst ein sicheres Bild vom Vorgehen verschaffen wollten und dann bereit zu Einschätzungen waren. Da diese Wenigen direkt mit dem Feedback der bereits Aktiven ausgestattet starten, werden ihre Aussagen im Bedarfsfall empirisch abgehoben. Kapitel 5.2.1 erläutert die Zusammensetzung der Grundgesamtheit(en) wie erwähnt genauer. Abbildung 11_Methode illustriert bereits Eckpunkte:

Abb. 11_Methode: Teilnehmende Welle 2

Anzahl der Teilnehmer: 22 **Zeitraum**: August bis September 2017 **Art der Befragung**: Onlinefragebogen **Sprachen**: Deutsch, Englisch **Art der Dokumentation**: Excel-Listen zur Datenaufbereitung **Umgang mit dem gewonnenen Material**: Für die Bearbeitung und Darstellung im Rahmen eines Delphi, welches Meinungen von Expertinnen und Experten zusammenfasst und erklärbar machen will, ist eine Aufbereitung mittels Excel hinreichend.

Quelle: Weichselbaumer 2017

3.5 Genese der Delphi-Thesen

Nach den Fallbeschreibungen (Kapitel 4) gilt erfolgt die Darstellung und Diskussion der Befunde (Kapitel 5). Häufig bietet sich in diesem Designrahmen die Entwicklung einer Typologie an, „*welche die Ordnung der erhobenen empirischen Phänomene*“[922] erlaubt. Essentiell ist dabei eine Auseinandersetzung damit, welche Kriterien oder Dimensionen sich herausfeilen lassen, um eben jene „Typen“ zu charakterisieren. Esser rät an dieser Stelle zu einem Abgleich zwischen den untersuchten Fällen als „*Realtypen*“ und den im Verlauf der Typologiekonstruktion etablierten „*Idealtypen*“[923]. Zwar gehe eine Zuordnung von Realtypen zu Idealtypen stets mit Abstraktion und Datenverlust einher, erlaube aber ob angesprochener Komplexitätsreduktion, kriterienorientierte Muster zu erkennen. In meinem Ansatz geht es nicht um Typen medienkonvergenter Organisations-, Prozess- und Aktionsentwicklung. Im Zentrum steht weniger das Handlungsorientierte oder Kulturalistische, als das Strukturalistische Paradigma, bei dem Systemaspekte als Erklärungsfaktoren den Zellkern bilden. Makro-analytische Wesenheiten der Medienstrukturen oder Medieninstitutionen werden inkludiert wie medienökonomische, medienrechtliche, medienpolitische

[922] Esser 2010, S. 9
[923] Esser 2010, S. 9

und medienhistorische Komponenten. „*Das Bindeglied zwischen Struktur und Handlung bilden Institutionen, definiert als Regeln und formale Organisationen. Institutionen prägen Rollen, die wiederum das Verhalten einzelner Akteure prägen*“.[924] Hier erfolgt die Rückkopplung an die erhobenen Forschungsfragen und daraus erwogene Leitannahmen:

> **Welche Bedeutung hat Medienkonvergenz heute konkret für die unternehmensplanenden und journalistischen AkteurInnen öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa?**
>
> **Wie bewerten die unternehmensplanenden und journalistischen AkteurInnen öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa die zukünftige Relevanz von Medienkonvergenz?**
>
> Leitannahmen:
>
> - *Medienkonvergenz wird öffentlich-rechtliche Organisationsstrukturen, Plattformen und Produktportfolios wandeln.*
> - *EU-weite und nationale Regulierungsmaßnahmen rahmen diesen Wandel.*
> - *Konstante in dieser Dynamik ist der jeweilige öffentlich-rechtliche Programmauftrag. Dessen Umsetzung und darüber gesellschaftliche Legitimierung entscheidet über den Fortbestand Europas Öffentlich-Rechtlicher.*

Statt der Identifikation von Faktoren für eine erkenntnisorientierte Typisierung will ich für mein breites und noch wenig theoretisch-empirsch umfassend bestelltes Objektfeld Thesen ableiten. Die Besprechung der gehobenen Daten wird Typisches und – wo angezeigt – Untypisches in den Einschätzungen der Sampleteilnehmenden bergen,[925] um daraus Thesen zu erstellen. (Kapitel 5) Kapitel 6 verschafft jeder dieser Thesen deskribierenden Unterbau. Eine Anschlussfähigkeit an bestehende Diskurse ist gesucht. Konsekutive Untersuchungen mögen an diese Delphi-Kondensate andocken.

[924] Esser 2010, S. 13
[925] Vgl. Mayring 2015, S. 104ff.

3.6 Methodenevaluation

Eine Delphi-Studie ist nicht mehr, aber auch nicht weniger, als das, was sie ist: Die Aggregation von Expertise. Die Befunde dieser Analyse fußen auf den Meinungen der ausgewählten Experten, der Revision von Ansichten über die Wellen und über teilweise differente Grundgesamtheiten hinweg. Die Thesenbildung erfolgt daraus und auf dieses Panel bezogen. Umfassende Repräsentativität ist kein Delphi-Ziel. Vielmehr geht es darum, Themen, Zusammenhänge und Begründungen zu heben, um aktuell wie prognostizierend – noch – diffusen Gemengelagen methodisch zu begegnen, etwa wenn alternative Designs aufgrund der Umfänglichkeit oder bislang wenig konkreten wissenschaftlichen Einfriedung des Objektes als kaum sinnvoll zu erachten sind.[926] An dieser Stelle weisen die Delphi-Befunde über ihre Rückbindung an den fachlichen Diskurs über sich hinaus. Dieses Vorgehen meint jedoch mitnichten einen Freifahrtsschein in der Delphi-Methodik. Michael Meyen et al. definieren wissenschaftlich „*Methoden als Wege zur Erkenntnis*“, und zwar „*als Wege, die andere Wissenschaftler für akzeptabel halten*“[927]. Insofern bedürfe es der Einhaltung von Regeln und der Gewährleistung von verbindlichen Gütekriterien.[928]

Um Ergebnisse vorliegender Delphi-Studie belastbar zu halten, war Aufwand nötig. Die 15 Probanden für die Vorrunde waren schnell gewonnen und passten ideal auf die überlegte Matrix als Schnittmenge aus den als hinreichend erachteten 36. Welle 1 nahm rasch Fahrt auf beim Gros der schon Involvierten. Zusätzliche Stimmen gerade aus Ungarn oder Slowenien zu generieren bleib schwierig. Die Anonymität musste immer wieder zugesagt werden. Welle 2 in rascher Abfolge, um die Diskussion am Laufen zu halten, wurde vorwiegend von Experten beantwortet, die selbst Vorschläge in die Debatte gebracht hatten und das Feedback der anderen nutzten. Für einige weitere waren zwei oder gar drei Runden zeitlich nicht machbar. Das erzwang ein Nachfassen im Sinne der Samplezusammensetzung. Dies erwies sich als diffizil. Die Reihe der Experten ist nicht unendlich und die bewusst hoch gewählten Ebenen (DirektorInnen, RessortleiterInnen, InnovationsmanagerInnen etc.) sollten gehalten werden. Für eine allein Forschende bedeutet das viel Türenklopfen. Das Gesamtergebnis rechtfertigt dies.

[926] Vgl. Kaiser 2014, S. 129
[927] Meyen/ Löblich/ Pfaff-Rüdiger/ Riesmeyer 2011, S. 12
[928] Meyen/ Löblich/ Pfaff-Rüdiger/ Riesmeyer 2011, S. 47ff.

Die Kopplung qualitativer und standardisierter Verfahren bewies sich als dienlich, um zusätzlich zu deduktiven Aspekten weitere Argumentationslinien aufzudecken und gewinnbringend zu diskutieren. Die Chancen für Probanden, Kommentare und Ideen in die Wellenstandards einzutragen, wurden zahlreich genutzt. Als Fazit bleibt: Delphi steht und fällt mit dem Engagement aller Beteiligten. Eine anonyme Diskussion lässt themenfokussiert alle Stimmen gleichwertig zu, die etwas zu sagen haben und miteinander ins Gespräch kommen wollen.

4 Analyse der öffentlich-rechtlichen Standorte der Delphi-Studie

4.1 Vorüberlegungen der Sample-Beschreibung: „Medienlandschaft“/ „Mediensystem“/ „Nationalstaat“

„*Bezüglich der Umsetzung der EU-Regelungsvorgaben finden Anpassungen statt*“[929], gibt Arnold zu bedenken. De facto obliegt den Nationalstaaten die Implementierung in eigene Gesetzeswerke; Ihnen „*verbleibt im Bereich der audiovisuellen Medien (…) ein Spielraum dergestalt, dass sie für die Anbieter unter ihrer Rechtshoheit strengere oder ausführlichere Bestimmungen erlassen dürfen*“[930]. Jarren bilanziert, dass diese „*je nach europäischem Land verschieden (waren und sind), auch wegen der unterschiedlichen Staats- und Gesellschaftsverhältnisse und der historischen Erfahrungen*“[931]. Für Kleinsteuber „*findet das Gros aller Medienregulierung (…) weiterhin im nationalen Gehäuse der Mitgliedsstaaten statt*“ [932] . Papathanassopoulos und Negrine bemerken dies Gesamtgefüge „*creates a tension between trends leading to greater diversity and trends leading to greater unity. Indeed, both exist side by side, albeit at different levels, so that a common regulatory framework may be in place yet countries act independently and separately*“[933]. Ergo führt die Beschäftigung mit den einzelstaatlichen Verfasstheiten – mit dem Schwerpunkt auf Gestaltung des öffentlich-rechtlichen Sektors – logisch aus der Umrisssetzung auf EU-Ebene heraus.

In diesem Kapitel werden die vier aus der Grundgesamtheit der EBU-Mitglieder nach *Most different systems*-Ansatz ausgewählten öffentlich-rechtlichen Sampelobjekte im Kontext ihrer nationalen und europäischen Standortfaktoren erläutert. Nach Darlegung jeweiliger öffentlich-rechtlicher Basisdaten erfolgt die Konzentration auf Mediengesetzgebung und Regulierung. An die Besprechung der kommunikativen Grundordnung knüpft eine Diskussion der Kategorien „Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils“, „Finanzierung“ und „Öffentlich-rechtliche Organisationsform“ an.

[929] Arnold 2014, S. 23
[930] Arnold 2014, S. 23
[931] Jarren 2002, S. 2
[932] Kleinsteuber 2012, S. 11
[933] Papathanassopoulos/ Negrine 2011, S. 26

4.2 ARD, ZDF, Deutschlandradio (Deutsche Welle). (Deutschland)

4.2.1 Öffentlich-rechtliche Basisdaten

Abb. 1_ARD: Öffentlich-rechtliche Anstalten im Überblick

EBU-Mitglied	Akronym	Aktivitäten	Webpräsenz
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland	ARD	TV, Radio	www.ard.de
Deutschlandradio	Deutschlandradio (gemeinsam veranstaltet von ARD und ZDF)	Radio	www. deutschlandradio.de
Deutsche Welle	DW (ARD)	TV, Radio	www.dw.de
Zweites Deutsches Fernsehen	ZDF	TV	www.zdf.de

Quelle: Weichselbaumer 2017

„*Neben den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten gibt es seit Anfang 1984 auch privatwirtschaftlich-kommerzielle Sender. Während Letztere keinem speziellen Programmauftrag verpflichtet sind, werden die Öffentlich-Rechtlichen zu etwa 80 Prozent durch Rundfunkgebühren finanziert und sind dem Gemeinwohl verpflichtet*“[934], erläutert die Bundeszentrale für politische Bildung das Duale System in Deutschland. Die frühen 1990er stellen die Konstruktion auf den Prüfstand, als es nach der Wende gilt, ehemalige DDR-Medien in westdeutsche Leitplanken einzupassen. Jene Aufgabe wird auf organisatorischer, technischer, rechtlicher und nicht zuletzt auf journalistisch-ethischer Ebene zu bewältigen sein.[935] Die unmittelbare Nachkriegszeit in der DDR sieht eine kommunistische Ideologisierung der Medien. „*Die Pressedichte war dort in den 1980er Jahren mit 39 Tageszeitungen und einer Gesamtauflage von neun Millionen eine der höchsten der Welt*“[936], schält IfM heraus. Jedoch seien Presse, Hörfunk und Fernsehen stets in eindeutiger Funktion als „*Instrumente der Partei zur Durchführung ihrer revolutionären Politik*“[937] gesetzt gewesen. Den Begriff „Zensur“ vertritt der Terminus „Empfehlungen“ der Staatsobrigkeit.[938]

Die Wiedervereinigung bedeutet für das Gros der DDR-Titel das Ende. Das *Neue Deutschland* als Zentralpublikation der SED überlebt. Heute hält *Die Linke* 50 Prozent

[934] Bpb 2009a; Vor 1984 bestimmten in Deutschland ARD, ZDF und die *Dritten Programme* das Radio- und Fernsehgeschehen. Als Alternativen waren lediglich die Rundfunkstationen der alliierten Streitkräfte wie *British Forces Broadcasting Service* (BFBS) und *American Forces Network* (AFN) zu hören oder von Deutschland aus unterhaltene Auslandsdiensten wie *Voice of America* (VoA) oder *Radio Free Europe/Radio Liberty*. Der Privatsender *Europe 1*, seine Entstehung dem besonderen Statut des Saarlandes in den 1950er-Jahren zu verdanken, brachte zudem ein werbefinanziertes Programm auf Französisch. (vgl. auch Beck 2012, S. 212ff.)
[935] Vgl. Beck 2012, S. 334
[936] IfM 2015d
[937] IfM 2015d
[938] Vgl. IfM 2015d

daran. „*Die Regionalzeitungen der SED sind hingegen an westdeutsche Verlagsgruppen verkauft, die Fernsehsender kraft des Art. 36 des Einigungsvertrags 1991 aufgelöst oder in Anstalten des öffentlichen Rechtes überführt worden*."[939] Kleinsteuber und Thomaß betonen trotz weitgehender Auflösung medialer DDR-Konstellationen: „*Patterns of media usage still differ between East and West. Today, the major media production centres are located in the 'old' West, newspapers of the former GDR are usually controlled by Western companies, broadcasting is integrated into the Western dual system*."[940]

Zum Zeitpunkt des Mauerfalls ist das Hörfunk- und TV-Segment in der BRD bereits zweistrangig organisiert. Im 3. Rundfunkurteil, dem FRAG-Urteil, erklärt das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) 1981 privaten Rundfunk als zulässig. Das 4. Rundfunkurteil 1986 begründet das Duale Rundfunksystem. Als Voraussetzung für den privatkommerziellen Betrieb schreibt es fest, die Öffentlich-Rechtlichen müssten eine „Grundversorgung" via inhaltlicher Standards, allgemeiner Zugänglichkeit und Wahrung von Meinungspluralismus sicherstellen.[941] Diese Rechtssetzung koppelt Öffentlich-Rechtlich und Privat aneinander, um ein funktionsfähiges Nebeneinander zu erreichen. Basis bildet dafür der Rundfunkstaatsvertrag.[942] Grundlage des Privatrundfunks werden die Landesmediengesetze, verabschiedet im Nachgang zum 3. Rundfunk-Urteil. „*In public broadcasting the Länder (states) have a strong role*"[943], arbeiten Kleinsteuber und Thomaß heraus. Die verfassungsmäßige Verankerung der alleinigen Rundfunkhoheit bei den Bundesländern erfolgt ob deren kultureller Souveränität.[944] „*Because of this, the public service broadcasters are a creation of the Länder that act individually or jointly (in agreements).*"[945] Einzig die *Deutsche Welle* gründet auf Bundesgesetzgebung. Ihre Aufgabe besteht darin Radio-, Fernseh- und Onlineangebote für das Ausland zu erstellen. Für vorliegende Arbeit wird der Schwerpunkt im Feld der ARD liegen, als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt in und in erster Linie für Deutschland, welche die Trias Radio, Fernsehen und Online wie im Erkenntnisinteresse artikuliert bedient. Indirekt inkludiert sind die beiden anderen öffentlich-rechtlichen Adressen über folgende Vermengung:

„ARD – das ist Abkürzung für: **A**rbeitsgemeinschaft der öffentlich-recht-

[939] IfM 2015d; vgl. Dreier 2009, S. 261
[940] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[941] Vgl. Stuiber 1998a, S. 431ff.
[942] Vgl. Kleinsteuber/ Thomaß 2017; vgl. auch Stuiber 1998a, S. 437
[943] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[944] Vgl. Beck 2012, S. 212
[945] Kleinsteuber/ Thomaß 2017

lichen **R**undfunkanstalten der Bundesrepublik **D**eutschland. In dieser Arbeitsgemeinschaft haben sich neun selbständige, staatsunabhängige Landesrundfunkanstalten zusammengeschlossen, um vielfältige Programme in Fernsehen und Hörfunk sowie im Internet anzubieten. Zehntes Mitglied der ARD ist der Auslandssender Deutsche Welle (DW). Gemeinsam mit dem ZDF betreibt die ARD das Deutschlandradio, den Kinderkanal KiKA und den Dokumentationskanal PHOENIX, sowie mit weiteren Partnern das deutschsprachige Fernsehkulturprogramm 3sat und das Europäische Kulturprogramm ARTE.“[946]

4.2.2 Mediengesetzgebung und Regulierung

4.2.2.1 Kommunikative Grundordnung

Artikel 5 des Grundgesetzes sichert Presse- und Meinungsfreiheit. Absatz 2 betreffend betont Beck: „*Die Medienfreiheiten sind kein Selbstzweck, sondern werden garantiert, weil sie konstitutiv für die Demokratie sind, also insofern eine dienende Funktion haben*.“[947] Deren Ausgestaltung findet sich bereits zu Beginn der neuen Staatsform BRD im Fokus politischer Machtpositionierung.[948] „*In der Bundesrepublik war Bundeskanzler Adenauer 1961 mit dem Versuch gescheitert, ein formal privatrechtliches, tatsächlich aber staatliches, vom Bund kontrolliertes zweites Fernsehprogramm als Gegengewicht zur als linkslastig empfundenen ARD zu schaffen*“[949], erinnert das IfM.

> „Das Bundesverfassungsgericht vertrat damals und seither die Auffassung, der Bund sei für die Rundfunkordnung nicht zuständig. Das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) wurde daraufhin von den Bundesländern gegründet, mit einer Programmphilosophie und einem Gründungsintendanten, Karl Holzamer, die der damaligen Bundesregierung kaum Anlass zur Beanstandung gaben.“[950]

Auch die oppositionelle SPD gewinnt über geschickte Personalpolitik ein Stück Kontrolle über das ZDF. Eine vergleichbar jener in der ARD verankerten Aufteilung der großen Volksparteien lässt sich erreichen. „*Die Staatsferne, von den Alliierten für die Medien der Bundesrepublik vorgesehen (sic!), wurde von den Parteien unterlaufen*.“[951] Politisch folgt ein Tauziehen um Einfluss auf öffentlich-rechtliche Strukturen und Inhalte, begleitet von teilweise massiven Vorbehalten gegenüber kommerziell-

[946] ARD 2017a
[947] Beck 2012, S. 37
[948] Vgl. Beck 2012, S. 210ff. auch zu Traditions- und Entwicklungslinien geschöpft aus den Vorgaben und Initiativen der Alliierten in unmittelbarer Nachkriegsphase
[949] IfM 2015d
[950] IfM 2015d
[951] IfM 2015d

privatem Medienbetrieb. Im Zuge technischen Fortschritts basisdemokratisch angedacht setzen sich „Kabelprojekte“ nicht durch. Als Grund des Scheiterns vielzitiert werden zu hohe Kosten. Allenthalben sind es politische Positionen, die verhindern oder befördern:

> „Die sozialliberale Bundesregierung und Bundeskanzler Helmut Schmidt, ein entschiedener Gegner rundfunkpolitischer Veränderung, stoppten die Verkabelung der Bundesrepublik. Christian Schwarz-Schilling, der Postminister der CDU/CSU/FDP Regierung unter Kanzler Helmut Kohl, trieb sie nach dem Regierungswechsel energisch voran, nicht zuletzt, um die technische Vorrausetzung für die Verbreitung zusätzlicher, privatwirtschaftlicher Programme zu schaffen.“[952]

Mittels wieder aufgelegter Kabelprojekte stoßen die unionsgeführten Länder die Tür für eine Zulassung privater Sender auf, ehe Landesmediengesetze Zugänge erschweren. 1984 können unter weiter unten ausgeführten Auflagen Sat.1 und RTL den Betrieb aufnehmen. „*CDU und CSU wollten endlich ein Gegengewicht zum ‘linkslastigen’ öffentlich-rechtlichen Rundfunk schaffen.*“[953] Gleichsam im Raum stehen ökonomische Befürchtungen, von Österreich, Luxemburg oder der Schweiz hereindrängende deutschsprachige Produkte könnten den inländischen TV- genauso Radiomarkt überschwemmen und sogleich Arbeitsplätze vernichten. „*Die Regierung Kohl vertrat eine protektionistische Politik, von der besonders der deutsche Unternehmer Leo Kirch profitierte.*“[954] Dessen Konzern gewinnt rasch internationale Bedeutung und reiht sich hinter Bertelsmann an der Spitze deutscher Medienunternehmen ein. Die prognostizierte inhaltliche Pluralität durch Privatsender bleibt aus. Die politische Argumentation verlagert sich dahin gehend, „*die quantitative Programmvermehrung habe wenigstens zu einer ‘Entautorisierung’ des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und damit zum Bedeutungsverlust von problematischen, politisch-‘missionarischen’ Sendungen geführt*“[955].

Parallel zum Sendestart der Privaten geht am 1. Januar 1984 der erste „Offene Kanal“ auf Sendung. In der trialen Rundfunkordnung als weitere Säule eingezogen, bildet der zugangsoffene, nichtkommerzielle „*Bürgerrundfunk*“[956] eine Plattform zu

[952] IfM 2015d
[953] IfM 2015d
[954] IfM 2015d
[955] IfM 2015d
[956] Beck 2012, S. 241

Vielfaltssicherung und Medienkompetenzerwerb, welche öffentlich-rechtliche und private Angebote ergänzen soll.[957] Realiter zerfasern viele Stimmen in diesem am bürgerschaftlichen Prinzip locker austarierten Feld. Von einer soliden „Dritten Säule“ kann keine Rede sein. Die Reichweiten solch „Offener Kanäle“ bleiben gering.[958]

2002 lenkt die Insolvenz der Kirch-Gruppe investigativ-kritische Blicke auf die deutsche Medienlandschaft. Beträchtliche Summe habe das Unternehmen an CDU- und FDP-Akteure gezahlt, um die Stellung zu halten.[959] Unter der Regierung Schröder passiert nicht zuletzt ob derlei ein Umschwung. Medienpolitik argumentiert sich nicht mehr in erster Linie über Industriebelange, sondern rückt das reglementierende Element des Staates nach vorne. Besonders auf Betreiben von Zeitungsverlegern amplifizieren TV-Kanäle. Das direkte Engagement der Printhäuser wird allerdings rechtlich unterbunden. Analog dazu verengt sich die Titelmenge der erscheinenden Blätter über spürbare Pressekonzentrationen.[960]

„*Das begründete den Ruf nach einer aktiven Medienpolitik zur Sicherung der freien Presse. Die Politik setzte der bloßen Verrechtlichung der Medienpolitik aber kein eigenes Konzept mehr entgegen*.“[961] Regelnd greift im Weiteren das Bundeskartellamt ein, um wettbewerbsverzerrende Verdichtungen zu unterbinden. „*Die Verrechtlichung wird durch die Medienpolitik der Europäischen Kommission noch befördert*“[962], gewichtet das IfM. Ein EU-seitiges Bestreben, freie Marktmechanismen auch im Medienwesen durchzusetzen, treffe auf Widerstand von Bundesregierung wie Bundesländern, welche „*die deutsche kulturelle Identität, die Rundfunkkompetenz (sic!) der Länder und den Status des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sichern wollen*“[963]. Letzteres resultiere aus der Einschätzung, das öffentlich-rechtliche System leichter als den privaten Sektor politisch handzuhaben. Dagegen stehen langwierige juristische Auseinandersetzungen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Veranstaltern etwa wenn es um Art, Aufmachung und Inhalt online präsentierter Angebote bestellt ist („Drei-Stufen-Test“) oder die Reihenfolge in der Listung von Suchmaschinen.[964]

> „The recent Rundfunkstaatsvertrag reflects the compromise which had been dealt with the EU commission, concerning the complaints of commercial broadcasters with respect to Internet activities of the public broadcasters. The obligation to scrutinise new digital services and online offers

[957] Vgl. Beck 2012, S. 185
[958] Vgl. Gonser/ Baier 2010, S. 101
[959] Vgl. IfM 2015d
[960] Vgl. Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[961] IfM 2015d
[962] IfM 2015d
[963] IfM 2015d
[964] Vgl. IfM 2015d

to a so called Three Step Test – similar to the Public Value Test in the UK – is the core element of the 12th interstate treaty."[965]

Dies ist Status Quo zum Erhebungszeitraum meiner Delphi-Studie. Im Sommer 2018 einigen sich die Ministerpräsidenten der Bundesländer auf eine Reform des Telemedienauftrags. Öffentlich-rechtliche Online-Angebote sollen nun „*ihren Schwerpunkt in Bewegtbild und Ton haben, um sich von den Angeboten der Presseverlage zu unterscheiden*"[966]. Eine Schiedsstelle wird in Zweifelsfällen klären. Weiterer wichtiger Punkt ist die Aufhebung der „7-Tage-Regelung" für Mediatheksinhalte. Probanden in der zeitlich vor dieser Entscheidung liegenden Delphi-Erhebung hatten diesen Aspekt unter Änderungswünschen angemahnt.

Kleinsteuber und Thomaß reklamieren grundsätzlich Verzögerungen in der Umsetzung von EU-Einlassungen, was der deutschen Legislative geschuldet sei. Pressegesetzgebung finde auf Bundes-, aber in Teilen genauso auf Länderebene statt. „*Although there had been several attempts to pass a framing law for all regional press laws, this had never happened*"[967], resümieren die Autoren. Final bliebe das BVerfG als ursprünglicher Rahmengeber und gewichtiger Protagonist bei der Konfiguration des deutschen Rundfunkwesens erste Anlaufstelle, wenn es um das Ausbalancieren alter, neuer oder nachjustierender Regelsetzung gehe.[968] Es verstehe sich nicht in der Rolle eines bloßen Übersetzers zum Beispiel EU-legislativer Erwartungen in bundesrepublikanische Zusammenhänge, sondern usurpiere Ausgestaltungsräume gemäß eigener Wertigkeiten: „*While broadcasting legislation is oriented more to the common good and the needs of the public sphere – although it has to comply more and more to the EU requirements of competition laws – legislation for press and online media is orientated solely to the market model of competition.*"[969] Dieser Wettbewerbsgedanke wird durch die Sicherung individueller und privater Rechte eingeschränkt. Momentan dringliche Herausforderung ist der Umgang mit Persönlichkeitsverletzungen wie überhaupt Kriminalität im Internet.[970] Hier haben Gesetzgeber wie avisierte überprüfende Organe noch einen Weg vor sich. Eine Regulierung der Fernseh- und Radioveranstaltungen erfolgt über interne wie externe Hebel. Die öffentlich-rechtlichen Sender verfügen jeweils über unabhängig besetzte Gremien, deren Ver-

[965] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[966] Staatskanzlei Rheinland-Pfalz 2018
[967] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[968] Vgl. Beck 2012, S. 214f.
[969] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[970] Vgl. Kleinsteuber/ Thomaß 2017

treter sozial relevante Gruppen repräsentieren sollen. Für die private Schiene zeichnen sogenannte *Landesmedienanstalten* verantwortlich. Deren Hauptaufgabe besteht in Lizenzvergaben und der Überwachung von Werberichtlinien.[971] Angeführte Sektoren sind traditionell auch parteipolitisch besetzt, was in ökonomische Belange hineinspielt. Wesentliches Diskussionsfeld ist einmal die Konzentration besonders auf dem privatwirtschaftlichen Fernsehmarkt, den zwei Senderfamilien nahezu unter sich ausmachen.[972] Disputabel ist zweitens eine Implementierung von EU-Vorgaben, welche übergreifend in den Rundfunkstaatsvertrag aufgenommen wurden, jedoch weiter in die Länderrichtlinien zu überführen sind. Exemplarisch greifen Kleinsteuber und Thomaß heraus: „*In recent times, debates about the future of German public service broadcasting are more and more influenced by decisions and challenges of the EU.*"[973]

4.2.2.2 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils

„*Die deutsche Medienpolitik ist gekennzeichnet von einer unübersichtlichen Zuständigkeitsvielfalt, die dazu führt, dass die Politik mit der Entwicklung kaum Schritt hält. Wünschenswert wäre ein Single Regulator*"[974], proponieren Lutz Hachmeister, Kai Burkhardt und Claudia K. Huber. In ihrer Analyse blicken die Autoren zurück auf die Gestaltung öffentlich-rechtlicher – stark föderalistischer – Anordnungen in den unmittelbaren Nachkriegsjahren, wie sie den Siegermächten angezeigt erschienen. Den Wünschen der bundesrepublikanischen Spitze liefen sie offenkundig zuwider:

> „In Opposition zu dem von Bundeskanzler Konrad Adenauer favorisierten (und gegen die ARD gerichteten) Mischmodell eines kommerziell-staatlichen 'Freien Fernsehens' bildete sich eine Achse zwischen dem Bundesverfassungsgericht, den Bundesländern und dem Management des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Diese hat sich über alle politisch-technologischen Brüche hinweg als erstaunlich kräftig erwiesen."[975]

Hatte die BBC eingangs als Schablone gegolten, divergieren die Medienumgebungen bald. Mitte der 1950er lässt Großbritannien kommerzielle Veranstalter zu. Deutschland zieht erst unter der Kanzlerschaft Helmut Kohls 1984 nach. Die duale Öffnung wird „*ausgewiesen als explizit politisches Projekt der 'geistig-moralischen*

[971] Vgl. Kleinsteuber/ Thomaß 2017; vgl. auch Beck 2012, S. 229f.
[972] Vgl. Beck 2012, S.243ff. ausführlich zu den Marktdominiernden *RTL Gruppe* und *ProSiebenSat.1* sowie zu anteilig weiter hintanstehend *Walt Disney*, *Tele München Group*, *Viacom* etc.
[973] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[974] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[975] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009

Wende', technologiepolitisch umgesetzt mit der flächendeckenden 'Kupferverkabelung' der Bundesrepublik"[976]. Die Integration „gesellschaftlich relevanter Gruppen" wie sie die öffentlich-rechtliche Rundfunkaufsicht in ihrer Zergliederung auf die einzelnen Bundesländer kennt, wird für den Privatsektor adaptiert. Die Landesmedienanstalten übernehmen in diesem Feld die Regulierung. „*Dies führte vor allem in den 1990er Jahren zu einer kompetitiv-föderalen 'Standortpolitik', mit der sich die Landesmedienanstalten als Kombattanten der jeweiligen Staatskanzleien in Agenturen der Medienwirtschaftsförderung verwandelten, was ihre Aufsichts- und Subventionsfunktionen häufig miteinander kollidieren ließ*"[977], erinnern Hachmeister, Burkhardt und Huber und verweisen auf die Etatisierung via damals noch „Rundfunkgebühren".

> „Das System der Landesmedienanstalten mit zahlreichen Neben- und Unterkommissionen entwickelte sich durchaus zur Zufriedenheit der Landesregierungen, so dass in Deutschland bislang keine übergreifende Regulierungsbehörde für Medien und Telekommunikation etabliert wurde, anders als zum Beispiel in Großbritannien mit dem Ofcom (Office of Communications)."[978]

Die Regierung Schröder drängt auf mehr medienpolitische Einwirkung von zentraler Ebene. Im Ergebnis wird ein *Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien* (BKM) ernannt sowie ein Bundestagsausschuss formiert. Vorrangig widmen sich diese Einheiten der Filmförderung oder verschiedenen Medienkompetenzinitiativen. Der gewohnte Kultur- und Bildungsföderalismus der BRD gewichtet sich damit nicht um.[979] Hachmeister, Burkhardt und Huber bezweifeln, „*dass die Konkurrenz mehrerer deutscher 'Medienstandorte' prinzipiell sinnvoll ist und die Existenz starker Landesrundfunkanstalten zur regionalen Identitätsbildung beiträgt*"[980]. Die Digitalisierung und damit orts- wie zeitflexible Rezeption machten beschriebene lokale Bindungen obsolet. Föderalistischer Medienpolitik unterstellen die Autoren ein Festhalten an Gegebenem „*vor allem aus Gründen der Selbsterhaltung"*[981].

Tatsächlich bestätigt die Retrospektive ein zähes Ringen um dezentrale Medienmachtverteilungen auf zunächst rein öffentlich-rechtlichem und später dualem Terrain. Den Abzug der Alliierten begleitet in den 1950ern ein Wettlauf zwischen Bund und Ländern um rundfunkhoheitliche Befugnisse. Profiteur dieses Zwistes ist das BVerfG.:

[976] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[977] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[978] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[979] Vgl. Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[980] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[981] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009

> „Es erlangte eine politische Bedeutung, welche die des Leipziger Staatsgerichtshofes der Weimarer Republik bei weitem übertraf. Das Gericht stellte sich so selbstbewusst auf die Seite der Länder, dass konservative Kreise nach dem Fernsehurteil aus dem Jahr 1961 zu dem verächtlichen Urteil kamen, Bonn sei wirklich nicht Weimar. Bonn sei aber auch nicht Bonn, sondern Bonn sei Karlsruhe."[982]

Das angesprochene „Fernsehurteil" – die „*Magna Charta des Rundfunks*"[983] – unterbindet ein zentral initiiertes Bundesfernsehen und will die Zuständigkeiten in Rundfunkfragen zwischen Bund und Ländern erstmalig klarstellen. „*Die Kompetenz für den Rundfunk, verstanden als Kulturgut, liegt nach diesem Urteil eindeutig bei den Bundesländern.*"[984] Ein operativer Trend ist gesetzt: „*Auch die nachfolgenden Generationen von Medienpolitikern konnten sich nie auf das Grundgesetz, sondern immer nur auf die Auslegungen des Bundesverfassungsgerichtes berufen*." [985] Hallin und Mancini werten rückschauend: „*The Constitutional Court has played an important role on a number of occasions in protecting the independence of the broadcasting when either the federal or Länder governments have tried to bring it under stronger control*."[986] Sämtliche Zuständigkeiten, welche nicht explizit dem Bund zugeschrieben sind, überlässt das Grundgesetz (Art. 30) den Ländern. „*Da der Rundfunkbegriff von den Autoren des Grundgesetzes aber nicht definiert wurde, hängt die Frage der Zuständigkeit bis heute davon ab, was man unter Rundfunk versteht*."[987]

Resultierend aus dem Urteil von 1961 wird das ZDF als gemeinsame Anstalt gegründet. Die existenten Rundfunkbetriebe dürfen Regionalprogramme addieren. Bis in die 1980er hinein bemühen sich die Landesregierungen um medienpolitisch-inhaltlichen Einfluss, verlagern sich dann aber wegen Erfolglosigkeit auf technische Fragen. Das Vorantreiben von Kabel und Satellit als politisches Fortschrittsprogramm ebnet den Weg zur Gründung privater Fernsehsender.

> „Das Bundesverfassungsgericht hatte diesmal keine Bedenken, forderte aber schon mit dem sogenannten FRAG-Urteil von 1981 gesetzliche Regeln zur Sicherung der Meinungsvielfalt. Dabei ging das Gericht davon aus, dass eine Reihe von politischen 'Tendenzsendern' insgesamt wieder ein ausgewogenes Meinungsbild ergeben würde ('Außenpluralität')."[988]

Im Nachgang werden besagte Landesmedienanstalten etabliert, „*die mit der Li-*

[982] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[983] Beck 2012, S. 215
[984] Beck 2012, S. 215
[985] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[986] Hallin/ Mancini 2004, S.168
[987] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[988] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009

zenzvergabe, Programmaufsicht und der Kontrolle von Meinungsmacht drei Kernkompetenzen erhielten“[989]. Hachmeister, Burkhardt und Huber sprechen hier von einer „*Formalaufsicht*“[990], deren Stärkung folgende Rundfunkstaatsverträge immer wieder forcieren. Somit sollte einer in den Anfängen eklatanten Diskrepanz in der Rechtsauffassung der einzelnen Länder Vorschub geleistet werden. Die *Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten* (DLM) bleibt als Regulierungsorgan zahnlos. Von der Öffentlichkeit kaum in dieser überwachenden Funktion wahrgenommen, erfährt sie auch keine weitere Ausstattung um de facto sanktionierend zu wirken.

> „Nachdem die Ministerpräsidenten der Länder 1995 zu der Auffassung gelangten, dass die DLM weder die rechtlichen Instrumente noch das nötige Personal besaß, um die vom Bundesverfassungsgericht geforderte Meinungsvielfalt zu prüfen und zu sichern, entstand die Kommission zur Ermittlung von Konzentration im Medienbereich (KEK), die wiederum auf komplizierte Weise mit den Landesmedienanstalten verbunden ist.“[991]

Den Weisungen der KEK haben die Medienorgane generell zu folgen, allerdings gibt es ein Schlupfloch. Mit einer Zweidrittelmehrheit kann die zuständige Landesmedienanstalt KEK-Entscheidungen aushebeln. Im Zuge der geplanten Übernahme der Sendergruppe *Pro Sieben Sat.1* durch die *Axel Springer AG* gerät 2006 das legislative Gebilde an seine Grenzen und erfährt Nachjustierung, „*durch welche die Direktorenkonferenz gestärkt und die Unabhängigkeit der KEK wieder eingeschränkt wurde*“[992]. Was folgt, ist Diffusion. „*Neben den Zuständigkeiten des Bundesministeriums für Justiz (Urheberrechtsfragen), des Bundeskartellamts, der Bundesnetzagentur (Telekommunikation) und der Gremien der öffentlich-rechtlichen Sender, besitzt die Bundesrepublik eine horrende Riege von Regulierungsgremien*“[993], deskribieren Hachmeister, Burkhardt und Huber. „*Auf der Koordinierungsebene kommen zu den genannten noch die ALM, TKLM, die Gremienkonferenz der Landesmedienanstalten und die KEF. Auf regionaler Ebene kommen hinzu: BLM, brema, LFK, mabb, MAHSH, LPR, LRZ, NLM, LFM, LMK, LMS, SLM, MSA, und TLM*.“[994]

Nicht zuletzt angesichts konvergierender Medienareale empfehlen die Autoren diesem Kaleidoskop an Adressen Bündelung angedeihen zu lassen: „*So führt unserer Ansicht nach kein Weg an der Etablierung eines bundesweit agierenden Single*

[989] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[990] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[991] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[992] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[993] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[994] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009; Siehe das Abkürzungsverzeichnis zur Aufschlüsselung der DLM und ihrer Medienanstalten. (vgl. EBU 2016a)

Regulator für publizistische Medien und Telekommunikation vorbei."[995] Neben organisatorischem und politischem Umdenken müsse die Reform theoretischer Verankerung einhergehen, „*schließlich ist für das öffentlich-rechtliche System (über den bisherigen 'Rundfunk' hinaus) eine publizistisch-ökonomische Theorie zu entwickeln, die statt der bisherigen Herleitung seiner Berechtigung (finanzieller Aufwand, Frequenzknappheit, formale Vielfalt) stärker auf seine journalistischen und ästhetischen Gesamtleistungen für die Gesellschaft abzielt"*[996].

Eine zusätzliche Schiene der Reglementierung versuchen Organisationen wie der *Deutsche Presserat* oder der *Deutsche Werberat* einzuziehen. Der Presserat bindet seine Entscheidungen an einen selbst aufgestellten und bezüglich der Veränderungen in Markt und Branche regelmäßig optimierten Pressekodex. „*The effect of this self-regulation is limited, especially in relation to the practices of the 'boulevard press'*"[997], bewerten Kleinsteuber und Thomaß. Zutreffend ist das auch für die Arbeit des Werberates. Der prangert Verstöße gegen Richtlinien zwar an, kann allerdings keine Sanktionen verhängen und muss sich an kompetente andere Stellen wenden.

Arnold sortiert Deutschland in die Reihe „Light Touch-Medienregulierungsstil" ein. Im Sinne der EU werden „*die staatlich-hoheitlichen Regulierungsmaßnahmen durch die Etablierung von Co- und Selbstregulierungsformen wirksam unterstützt bzw. ergänzt*"[998]. Deutschland hebt der Autor heraus, da es sein öffentlich-rechtliches Feld zwar dem britischen nachempfunden hat – „*das staatsferne britische BBC-Modell wirkte orientierungsleitend*"[999] –, jedoch föderal organisiert nunmehr in gruppenpluraler Referenzierung reguliert werde.

4.2.2.3 Kategorie: Finanzierung

„*Beim Rundfunkbeitrag gilt die einfache Regel: eine Wohnung – ein Beitrag. Egal, wie viele TV-Geräte, Radios oder Computer Sie besitzen, seit dem 1. April 2015 beträgt der Rundfunkbeitrag 17,50 Euro im Monat und ist für jede Wohnung nur einmal zu zahlen. Der Beitrag wurde damit von 17,98 Euro um 48 Cent gesenkt*"[1000], erläutert

[995] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009; vgl. auch Beck 2012, S. 329f. zur Ausfaserung und resultierendem Konzertierungsbedarf regulierender Adressen.
[996] Hachmeister/ Burkhardt/ Huber 2009
[997] Kleinsteuber/Thomaß 2017
[998] Arnold 2014, S. 278
[999] Arnold 2014, S. 282
[1000] ARD 2017d

die ARD-Website. Grundlage dieser Beitragstaktung bildet die Reform der Rundfunkfinanzierung 2013, welche die einstigen „Gebühren“[1001] umgewichtet in „Beiträge“. „*The reform has so far been considered as successful. The reform halted the downward trend in the number of households liable to the fee*“[1002], wertet der EBU-Länderreport drei Jahre später. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten legen die jeweilige Höhe der Abgaben nicht autark fest. Sie melden den absehbaren Bedarf für eine Spanne von vier Jahren bei einem unabhängigen sachverständigen Gremium an. Diese *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) „*überprüft die Anmeldung der Sender anhand von Maßstäben der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit. Alle zwei Jahre erstattet sie den zuständigen Bundesländern Bericht zur Finanzlage der Rundfunkanstalten und nimmt Stellung zur Frage, ob die Höhe des Rundfunkbeitrags angepasst werden muss“*[1003]. Diese Basis unterliegt den Beschlüssen der Länderregierungen bezüglich der Beitragshöhe. Eine Verteilung der Beitragseinnahmen zeigt Abbildung 2_ARD:

Abb. 2_ARD: Finanzierung der ARD (EUR in Millionen)

Art der Finanzierung (EUR in Millionen)	2013	2014	2015
Staatliche Zuwendungen	0	0	0
Beiträge/ Gebühren	5.433.10	5.900.94	5.72082
Andere öffentliche Einnahmen	67.15	94.70	103.25
Werbung	137.21	117.71	111.46
Andere kommerzielle Einnahmen	169.39	208.39	184.46
Andere Einnahmen	619.99	619.95	660.85
Einnahmen gesamt	6.426.84	6.941.69	6.780.84

Quelle: EBU 2017a (Mitgliederdaten)

85 Prozent der Gelder der öffentlich-rechtlichen Betreiber rekrutierten sich über Beiträge, rundet die ARD: „*Die Nettowerbe- und Sponsoringumsätze belaufen sich demgegenüber auf sechs Prozent der Gesamterträge. Neun Prozent entfallen auf die ‘Sonstigen Erträge’, die sich unter anderem aus Programmverwertungen, Kostenerstattungen und Finanzerträgen zusammensetzen.*“[1004] Für eine Verteilungsgerechtigkeit plus eine Verwertung im Public-Service-Sinne soll die Regelung sorgen. Eventuelle Beitragsüberschüsse fließen zwingend auf Rücklagekonten. Diese Gelder können nicht einfach ausgegeben werden, sondern sind wiederum via KEF mit den

[1001] Vgl. Gonser/ Baier 2010, S. 110
[1002] EBU 2016a
[1003] ARD 2017f
[1004] ARD 2017g

Folgejahren zu verrechnen und dienen zur Deckung unvorhergesehener Finanzlücken.[1005]

Unumstritten ist jene Gestaltungsweise nicht. Die jüngste Zeit sieht eine Vielzahl wissenschaftlicher wie politischer Dispute darüber, ob sich eine solche Beitragsstruktur umformen lassen könne oder müsse. Wirtschaftliche Aspekte spielen in die Diskussion genauso hinein wie eine gewandelte Wahrnehmung medialer Systemanlagen und Einschätzung darüber, was diese leisten mögen oder dürfen. Alternativen werden ins Feld geführt. Als Ausschnitt sei zitiert:

> „Ersetzung des Rundfunkbeitrags durch ein Steuermodell oder eine nutzungsabhängige Gebühr, mehr Transparenz in Sachen Kosteneffizienz, Werbefreiheit von ARD, ZDF und Deutschlandfunk sowie – am umstrittensten – Einführung des Subsidiaritätsprinzips. Die Öffentlich-Rechtlichen sollen nur noch da tätig werden, wo das privatwirtschaftliche Angebot, das ohne übermächtige Konkurrenz übrigens qualitativ zulege, 'klare Defizite aufweist'."[1006]

Angesprochen ist neben der finanzintensiven Ausstattung einer im Vergleich zu anderen europäischen Medienlandschaften stark föderalistischen öffentlich-rechtlichen Organisation auch eine scheinbare Legitimationskluft. „*Der von den Bürgerinnen und Bürgern gezahlte Rundfunkbeitrag sichert die unabhängige Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der zur freien Meinungsbildung und Meinungsvielfalt in unserer Demokratie beiträgt*"[1007], legt die ARD dar und führt aus:

> „Die Gebührenzahler finanzieren dabei das Gesamtangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – von massenattraktiven Sendungen bis hin zu Angeboten, die besonderen Bedürfnissen und Interessen entgegenkommen und im Schnitt weniger Menschen erreichen. So lassen sich bestimmte Fernseh- und Hörfunkprogramme, wie beispielsweise anspruchsvolle Fernsehfilme, Dokumentationen, Hörspiele, Konzertübertragungen oder Radiofeatures nicht allein von den Personen finanzieren, die diese Programme auch tatsächlich einschalten."[1008]

Inwieweit solche Argumentation die Beitragszahlenden abholt hänge nicht nur mit Aspekten einer „*umfassenden Grundversorgung*"[1009] zusammen, sondern überlappe in den Sektor Qualität und damit Public Value. „*Vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird verlangt, dass er Programme produziert und ausstrahlt, die dem Gemeinwohl verpflichtet sind und dabei die Bereiche Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung abdecken*"[1010], beschreiben Nicole Gonser und Barbara Baier die Verknüpfung einer

[1005] Vgl. ARD 2017f; vgl. auch EBU 2016a
[1006] Jungen 2015; vgl. auch Gonser/ Baier 2010, S. 124
[1007] ARD 2017h
[1008] ARD 2017h
[1009] Jungen 2015
[1010] Gonser/ Baier 2010, S. 113

Grundversorgung im Sinne realer Zugänglichkeit und klassischem Programm- und Rundfunkauftrag. Zur Wahrung einer verlinkenden „Qualität“ als externe wie interne Messgröße führen die Autorinnen Argumente ins Feld, unabhängige – wissenschaftliche – Kommissionen in ihrer Expertise anzurufen, statt wie üblich selbstreflexive Wertungen der Rundfunkgremien zu Public Value abzurufen.[1011] Wie illustriert vermengen im Thema „öffentlich-rechtliche Finanzierung“ Kontroversen zu Leitbildern, Funktionen sowie Erwartungen und Frustrationen. Einem prozessual und strukturell entkoppelten Mediensystem wie Töpfl es entwirft, sind solche breiten Dispute immanent, wenn nicht wünschenswert im Sinne pluralistischer Vitalität und Stärkung öffentlicher Ausgestaltungswünsche gegenüber politischer Oktroyierung.[1012]

4.2.2.4 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform

„*Die ARD ist ein freiwilliger Zusammenschluss aller Landesrundfunkanstalten und der Anstalt des Bundesrechts Deutsche Welle (DW) auf der Basis der 1950 verabschiedeten ARD-Satzung. Diese Satzung wird durch den Rundfunkstaatsvertrag ergänzt, der die ARD-Mitglieder u.a. zur gemeinsamen Gestaltung des Ersten Deutschen Fernsehens verpflichtet*“[1013], erklärt die Homepage des Anbieters. Jedes Jahr wird eine der Anstalten im Verbund federführend. Deren Intendant übernimmt den ARD-Vorsitz. „*Aufsichtsgremien mit Vertretern gesellschaftlicher Gruppen kontrollieren in jeder Rundfunkanstalt die Erfüllung des Programmauftrags und die Wirtschaftlichkeit. Die solidarische Finanzierung durch den Rundfunkbeitrag garantiert eine von wirtschaftlichen und politischen Interessen unabhängige Berichterstattung*“[1014]. Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) fixiert 2013 „*Mindeststandards für mehr Transparenz der Gremienarbeit*“[1015]. Dazu gehören die Veröffentlichung von Beratungsergebnissen sowie prozessualer Wegmarken bei Entscheidungsfindungen. Die Zusammensetzung der Rundfunk- und Verwaltungsräte der einzelnen Landesanstalten erfolgt nach vergleichbaren Schlüsseln. Für den *Bayerischen Rundfunk* (BR) beispielsweise gilt: „*Der Rundfunkrat zählt insgesamt 50 Mitglieder, die von den in Art. 6 Absatz 3 Bayerisches Rundfunkgesetz festgelegten politischen, weltanschaulichen*

[1011] Vgl. Gonser/ Baier 2010, S. 129
[1012] Vgl. Töpfl 2011, S. 223
[1013] ARD 2017b
[1014] ARD 2017b; Verfassungsrechtlich festgeschrieben als Programmaufgabe der Grundversorgung ist nicht lediglich „*die technische Vollversorgung der Bevölkerung mit Hörfunk und Fernsehen in Form eines Mindestprogramms, sondern meint umfassende Information, Unterhaltung, Bildung und Beratung*“ (Beck 2012, S. 191). Binnenpluralismus soll Meinungsvielfalt und besagte umgreifende Information durch Öffentlich-Rechtliche gewährleisten.
[1015] ARD 2017c

und gesellschaftlichen Gruppen für jeweils fünf Jahre dorthin entsandt werden. Vom Bayerischen Landtag werden zwölf, von der Bayerischen Staatsregierung ein Vertreter entsandt."[1016] Drei ständige Ausschüsse tagen, jener für „Grundsatzfragen und Medienpolitik", der „Programmausschuss" sowie der „Ausschuss für Wirtschaft und Finanzen". Der *Südwestrundfunk* (SWR) strukturiert als „Zweiländeranstalt": „*Der Rundfunkrat des Südwestrundfunks setzt sich aus 74 Mitgliedern zusammen. 51 Mitglieder sind aus dem Land Baden-Württemberg und 23 Mitglieder aus dem Land Rheinland-Pfalz entsandt. Sie sind in ihrer Amtsführung an Aufträge oder Weisungen nicht gebunden*."[1017] Hier wie dort erfolgt die Tätigkeit im Rundfunkrat als öffentliches Ehrenamt. Mitglieder dürfen für keinen der Sender im ARD-Verbund in irgendeiner anderen Form beschäftigt werden, etwa als Produzierende oder als Journalisten. In der Regel formieren sie sich aus Parteien, Kirchen, Gewerkschaften und anderen Verbänden. Neben Kontroll- und Beschlussbefugnissen wählen sie den Intendanten und befinden über dessen Vorschläge zur Besetzung bedeutender Positionen (Fernseh-, Hörfunk-, Informations-, Technischer Direktor etc.).[1018]

„*Kommunikationspolitisch ist immer wieder umstritten, welche gesellschaftlich relevante Gruppe berechtigt ist, Repräsentanten zu entsenden und wer letztlich über deren Bestimmung entscheidet, die Verbände oder die Landesregierungen bzw. Parlamente*"[1019], macht Beck dingfest. Dissens über jene „gesellschaftliche Relevanz" führe dazu, dass gemäß politischer Gewichtung weitere Delegierte aufgenommen würden, „*um die eigene Machtbasis zu verbreitern*"[1020]. Da man niemanden aktiv ausklammern wolle, bliesen sich die Gremien auf.

Gonser und Baier überblicken gesamt: „*Die Organisationsstrukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind von der Auffassung geprägt, dass es Aufgabe des Staates ist, lediglich durch organisatorische Rahmenbedingungen für meinungsbezogene Vielfalt und Ausgewogenheit im Rundfunk zu sorgen.*"[1021] Jenes gewährleisteten drei Organe: der *Gremienrat* (Rundfunkrat bei der ARD, Fernsehrat beim ZDF beziehungsweise Hörfunkrat beim *Deutschlandradio*), der *Verwaltungsrat* und der Intendant. „*Letzterer ist alleiniger Leiter einer Rundfunkanstalt und für (...) Betrieb sowie die Gestaltung der Programme verantwortlich.*"[1022]

[1016] BR 2017a
[1017] SWR 2017a
[1018] Vgl. Gonser/ Baier 2010, S. 101; Beck 2012, S. 225ff.
[1019] Beck 2012, S. 227
[1020] Beck 2012, S. 227
[1021] Gonser/ Baier 2010, S. 100; vgl. auch Beck 2012, S. 191
[1022] Gonser/ Baier 2010, S. 100

Trotz signifikanter Bewegungen durch neue, private Mitspieler nach der dualen Wende, behauptet das öffentlich-rechtliche Segment mit ARD, ZDF und weniger prominent dem Deutschlandfunk seine starke Position in und für Deutschlands Medienlandschaft. „*Die ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland) ist – noch vor der britischen BBC – das größte öffentlich-rechtliche Medienunternehmen der Welt*“[1023], rechnet das IfM vor. Einnahmen aus Abgaben der Haushalte sowie aus Werbung überstiegen die Budgets der Majorität kommerzieller Medienunternehmen im etablierten TV- und Radiogeschäft. „*Doch ist es innerhalb des ARD-Konglomerats umstritten, ob der Zusammenschluss einzelner Landesrundfunkanstalten überhaupt als Unternehmen, im ökonomischen und im kulturellen Sinne, gilt*.“[1024] Neben programmlich-inhaltlichem Austausch auf diversen Ebenen und in variantem Umfang verantwortet die ARD als außenwirksamste Gemeinschaftsleistung das Vollprogramm Erstes Deutsches Fernsehen, *Das Erste*. Die neun Landesrundfunkanstalten der ARD tragen bei, offerieren aber auch eigenständige Dritte und weitere Fernsehprogramme. „*Ursprünglich als Ergänzung zu den bundesweiten Vollprogrammen der ARD und ZDF als Kultur- und Bildungsprogramme mit regionaler Schwerpunktsetzung konzipiert, senden die Landesrundfunkanstalten heute Vollprogramme mit hohem regionalem Informationsanteil*“[1025], beschreiben Gonser und Maier. Insgesamt erreichen die ARD-TV-Angebote einen Marktanteil von 27,4 Prozent (2016) bei einer wöchentlichen Reichweite (basierend auf 15 Minuten konstanter Verweildauer) von 71,1 Prozent.[1026]

Abb. 3_ARD: Top TV-Sender innerhalb der ARD

Top TV-Sender	**Genre**	**2016 Wöchentliche Reichweite**	**2016 Marktanteil**
Das Erste	Generalist	55,4%	12,1%
ARD Dritte	Regional	n.a.	12,1%
	NDR	19,3%	2,4%
	WDR	18,0%	2,1%

Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

[1023] IfM 2015d
[1024] IfM 2015d
[1025] Gonser/ Baier 2010, S. 101
[1026] Vgl. EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

Weitere TV-Sender:
National: EinsFestival, EinsPlus, Tagesschau24, ARD alpha
International: 3sat (internationale Kultur, in Kooperation mit ZDF, ORF, SRG SSR); ARTE (mit ZDF und ArteFrance)
Regional (ARD Dritte): Bayerisches Fernsehen, HR, MDR, Radio Bremen TV, RBB, NDR, SWR, SR, WDR
KIKA (Kinderkanal, in Kooperation mit ZDF)
Phoenix (Ereignis-, Politik-, Dokumentationskanal, in Kooperation mit ZDF)

Abb. 4_ARD: Art der TV-Sender innerhalb der ARD

Art des TV-Senders	**Anzahl**
Nationale Sender	5+2 (ARD/ZDF-verantwortete Sender)
Regionale/ lokale Sender	9
Regionale/ lokale Fenster	24
Internationale Sender	1 (ARD/ZDF/ORF/SRG SSR-verantworteter Sender)
HD-Kanäle/ Simulcast(s)	ja
Nachrichtenkanal/ -kanäle	ja
Sportkanal/ -kanäle	-
Kinderkanal/ -kanäle	ja
Jugendkanal/ -kanäle	ja

Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

Das ZDF als öffentlich-rechtlicher Fernsehsender seit 1963 zentral von Mainz betrieben „*zählt zu den größten TV-Unternehmen in Europa*“[1027]. Zusammen mit der ARD unterhält das ZDF eine Reihe Spezialangebote teilweise im Verbund mit außerdeutschen Öffentlich-Rechtlichen: *ARTE* (mit Frankreich), *3Sat* (mit Österreich und der Schweiz), KIKA (für Kinder) und *Phoenix* (Events und Dokumentationen). Markiger als in der föderativ aufgesetzten ARD gewichtet sich der Einfluss der – singulären – ZDF-Aufsichtsgremien (Fernsehrat, Verwaltungsrat), „*die hochrangig politisch besetzt sind*“[1028]. „*Ebenso typisch für den im Mainzer Vorort Lerchenberg ansässigen Sender ist die prägende Rolle langfristig amtierender Intendantenpersönlichkeiten*“[1029], fügt das IfM an. Medienorganisatorisch wie angebotstechnisch richte sich das ZDF am Vorbild der britischen BBC aus. Schwerpunkt sei die Stärkung der Internetpräsenz. „*Dennoch gilt die Bindung jüngerer Publikumsschichten an die Traditionsmarke als Dauerproblem des ZDF*.“[1030]

Demografische Anstrengungen hin zu einer jüngeren Zielgruppe unternehmen auch etliche der öffentlich-rechtlichen Hörfunkwellen. Jede der neun ARD-Anstalten hat um die sechs solcher im Portfolio – „*programmes on a regional basis, sometimes with local limitations, concentrating on general audiences as well as special target*

[1027] IfM 2015d
[1028] IfM 2015d
[1029] IfM 2015d
[1030] IfM 2015d

groups (culture, news, youth etc.)“[1031]. Mit *Deutschlandradio Kultur* und *Deutschlandfunk* subsummieren zwei weitere öffentlich-rechtlich verfasste und auf Länderbasis verankerte Sender. Die ARD-Radiosender erreichen einen Marktanteil von 55,9 Prozent (2016) bei einer wöchentlichen Reichweite (basierend auf 15 Minuten konstanter Verweildauer) von 50,7 Prozent.[1032]

Abb. 5_ARD: Top Radio-Stationen innerhalb der ARD

Top Radio-Stationen	Genre	2016 Wöchentliche Reichweite	2016 Marktanteil
WDR	Diverse	11,8%	12,2%
SWR	Diverse	10,2%	10,5%
NDR	Diverse	9,1%	9,5%

Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

Weitere Radio-Stationen:
Die ARD veranstaltet 64 regionale oder lokale Radio-Stationen, bietet 46 regionale Fenstersendungen und verschiedenste Internetstreams an.

Abb. 6_ARD: Art der Radio-Stationen innerhalb der ARD

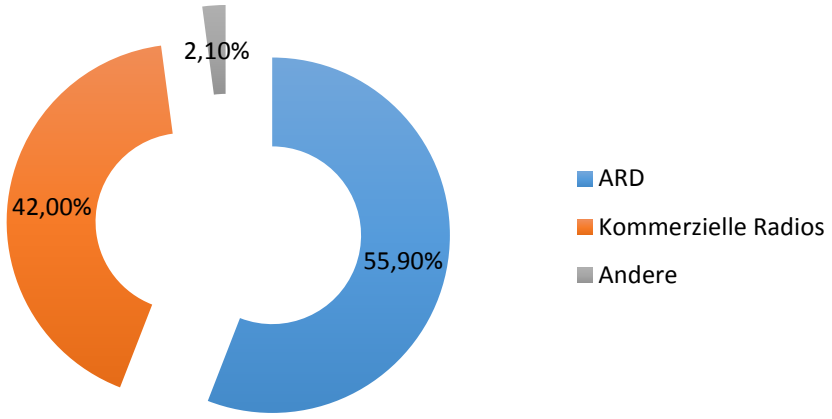
Art der Radio-Station	Anzahl
Nationale Stationen	0
Regionale/ Lokale Stationen	64
Regionale/ Lokale Fenster	46
Internationale Stationen	0
Nachrichtenstationen	-
„DAB-only“-Stationen	ja
„Web-only“-Stationen	ja

Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

Privatradios haften gleichsam an den jeweiligen Regeln „ihrer“ Bundesländer. Das Gros bespielt regionale bis lokale Hörerlandschaften. Höchst different sind in den Ländern nicht selten die Statuten für Wellen nichtkommerzieller Art, Kommunal- oder Campussender, Bildungskanäle und andere. Wenige wie NRJ oder *Klassik Radio* operieren deutschlandweit.

[1031] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[1032] Vgl. EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

Abb. 7_ARD: Top Radio-Betreiber in Deutschland 2016 nach Marktanteil



Quelle: EBU 2017a (EBU Digital Report 2017/ ag.ma)

Abb. 8_ARD: Top Radio-Stationen in Deutschland 2016 nach Marktanteil

Top Radio-Stationen	**Gruppe/ Betreiber**	**Status**	**2016 Marktanteil**
Radio NRW	RMS	privat	6,7%
Bayern 1	ARD	öffentlich-rechtlich	4,3%
SWR3	ARD	öffentlich-rechtlich	4,2%
WDR2	ARD	öffentlich-rechtlich	4,2%
Antenne Bayern	RMS	privat	4,2%

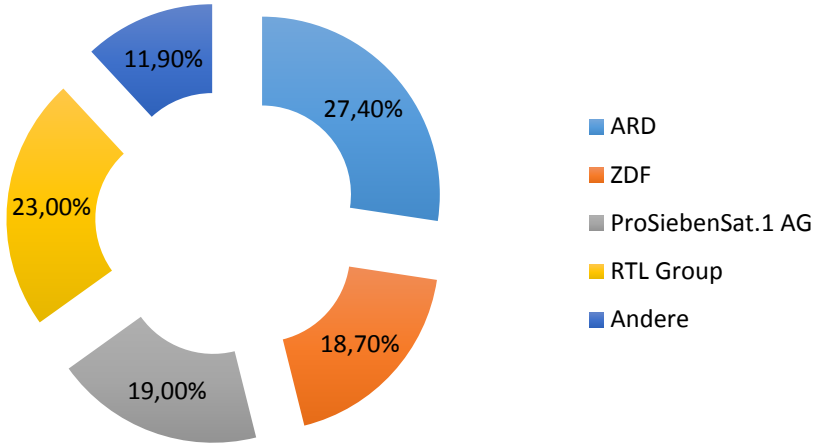
Quelle: EBU 2017a (EBU Digital Report 2017/ ag.ma)

Konträr zum aufsplitternden Privatradioareal führen zwei beherrschende „Senderfamilien" das deutsche Privat-TV-Wesen an. Vormals im Besitz Leo Kirchs bündelt die *ProSiebenSAT.1Media AG* Marken wie Sat.1, Pro7, N24, Kabel1, 9live und weitere. 2006 steigen die anglo-amerikanischen Investmentfunds Permira und Kohlberg, Kravis&Co. (KKR) ein. Deren Gelder fließen zugleich in Medienunternehmen zehn anderer europäischer Länder. Zweiter bedeutender Akteur am bundesrepublikanischen Privatfernsehmarkt ist „*the German giant Bertelsmann, the largest media company outside of the US and a global player (largest bookseller in the world)*"[1033]. *RTL Group S.A.* versorgt ein Netzwerk an Kanälen in Europa, in Deutschland zählen RTL, RTL II, Super RTL, VOX und n-tv zu den durchsetzungsstärksten Marken. Etliche Programme außerhalb dieser tonangebenden Portfolios belegen thematisch wie quotentechnisch Nischen – „*some of them independently-owned special-interest*

[1033] Kleinsteuber/ Thomaß 2017

channels, while others are subsidiaries of international conglomerates such as Viacom, Disney, or NBC Universal"[1034]. Der Lokalfernsehmarkt Anfang der 1990er in merkbarem Aufschwung, sucht ausbleibende monetäre Erfolge über Verschmelzung zu Regional-TV-Verbünden zu kompensieren. In großen Städten wie Hamburg, Berlin oder München konkurrieren Stadtsender durchaus gewinnbringend um Werbebudgets.

Abb. 9_ARD: Top TV-Betreiber in Deutschland 2016 nach Marktanteil



Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ Mitgliederdaten/ European Audiovisual Observatory)

Abb. 10_ARD: Top TV-Sender in Deutschland 2016 nach Marktanteil

Top TV-Sender	**Gruppe/ Betreiber**	**Status**	**2016 Marktanteil**
ZDF	ZDF	öffentlich-rechtlich	13,0%
Das Erste	ARD	öffentlich-rechtlich	12,1%
ARD Dritte[1035]	ARD	öffentlich-rechtlich	12,1%
RTL	RTL Group	privat	9,7%
Sat.1	ProSiebenSat.1 Media AG	privat	7,3%
VOX	RTL Group	privat	5,2%
ProSieben	ProSiebenSat.1 Media AG	privat	5,0%
Kabel eins	ProSiebenSat.1 Media AG	privat	3,8%
RTL II	RTL Group	privat	3,5%
ZDFneo	ZDF	öffentlich-rechtlich	2,1%

Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ Mitgliederdaten/ European Audiovisual Observatory)

„*The only pay-TV company Premiere had been founded by Leo Kirch and went bankrupt*"[1036], treffen Kleinsteuber und Thomaß den Negativ-Trend, der speziell in

[1034] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[1035] Aggregiert sind hier sieben Regionalsender (BR, hr, MDR, RBB, NDR, SWR/SR und WDR)
[1036] Kleinsteuber/ Thomaß 2017

Deutschland „Bezahlfernseh"-Versuche begleitet. Von Rupert Murdoch übernommen, 2009 umbenannt in *Sky* und in Murdochs „*European Sky empire*"[1037] eingepasst, hebt das Konzept in der BRD verglichen mit Nachbarstaaten wenig ab. Kleinsteuber und Thomaß begründen dies „*due to the many freely accessible channels*"[1038]. Konkurrenz erwächst addierend zu konventionellen Fernsehformaten durch audiovisuelle Online-Angebote. Die Abdeckung in Deutschland ist umfassend (89,6 Prozent)[1039], auch wenn nicht überall in gleich hoher Qualität. 86,6 Prozent der 16- bis 74-Jährigen nutzen das Internet mindestens einmal pro Woche, 77,8 Prozent sogar jeden bis nahezu jeden Tag.[1040] Die Online-Präsenz der Öffentlich-Rechtlichen – hier exemplarisch an der ARD als samplefokussiert aufgedröselt – umfasst Audio- und Videogehalte, Apps oder Social Media-Positionen.

Abb. 11_ARD: Online Video- und Audioangebot der ARD

Art	Im Angebot
Free replay/ Catch up	ARD Mediathek
TVOD (pay per view)	-
TV Internet simulcasts	ja
Sign in	-
SVOD (pay subscription)	-
Radio Internet simulcasts	ja
Recommendation system	-

Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

Abb. 12_ARD: Apps und Innovationen der ARD

Art	Im Angebot
Apps für Smartphones/ Tablets	ja
HbbTV	ja
Andere „Connected TV"-Angebote	ja
Apps für Smartwatch	-
Second Screen	ja
Chatbots	-
360-Grad-Video/ VR	-

Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

Abb. 13_ARD: Social Media-Angebote der ARD

Art	Im Angebot
Facebook	ja
Twitter	ja
YouTube	ja
Andere: Google+	ja
Instagram	ja
Snapchat	-
Pinterest	-

Quelle: EBU 2017a (Eurodata TV Worldwide/ AGF/ ag.ma)

Andere Namen sind es, die nach Suchmaschinen (*Google*), sozialen Netzwerken (*Facebook*) oder E-Commerce-Anbietern (*Amazon*, *Ebay*) nachrichtlich-inhaltlich

[1037] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[1038] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[1039] vgl. EBU 2016a (nach European Commission. Digital Scoreboard/ Eurostat)
[1040] vgl. EBU 2016a (nach European Commission. Digital Scoreboard/ Eurostat)

Aufmerksamkeit binden. Videoportale (*YouTube*) und freie Enzyklopädien (*Wikipedia*) suchen die Deutschen interessierter auf, als klassische journalistisch einordnende Quellen. E-Mail-Portale (*Web.de*, *T-Online.de*, *Gmx.net* etc.) generieren über Nachrichtliches Zusatzklicks und Verweildauer. Erst dahinter firmieren in den Rankings *Bild*, *Der Spiegel* oder *Focus* als publizistische Marken.[1041] Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 fasst zusammen:

> „Neben der Kommunikation ist eine zweite Dimension von größter Relevanz: die Information. 29 Prozent der Internetnutzer suchen täglich Informationen im Netz (77% mindestens wöchentlich) bzw. 43 Prozent verwenden täglich eine Suchmaschine wie beispielsweise Google (und 83% mindestens wöchentlich). Dahinter stehen rund 18 bzw. 27 Millionen Personen, die täglich im Internet suchen. Zusammen mit der klassischen E-Mail sind dies die Top-3-Anwendungen im Netz.“[1042]

Für den Online-Sektor manifestiert sich hier eine Verlagerung gegenüber dem inzwischen tradierten Restgefüge des Marktes:

> „In der Bundesrepublik gibt es neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem nur zwei große Senderfamilien (ProSiebenSat.1, RTL) und wenige Verlagshäuser von internationaler Bedeutung. Der Bertelsmann-Konzern war gleichwohl zeitweilig der umsatzstärkste Medienkonzern der Welt und lag 2014 immerhin noch auf Platz 9.“[1043]

Gespeist werden Deutschlands Medien von diversen Agenturen. „*Eight agencies are one the market, which have certain relevance*”[1044], schränken Kleinsteuber und Thomaß ein. An erster Stelle nennt das Autorenduo die international agierende *Deutsche Presseagentur* (DPA). „*As nearly all newspapers are subscribers of DPA, it can be regarded as the primary source, whereas the other news agencies are complementary sources.*”[1045] Eine Marktführerschaft, welche bisweilen in brancheninterne oder -externe Kritik gerate, jedoch nicht kippe. Nennenswerte Zusatzquellen am Informationsmarkt sind die US-amerikanische *Associated Press* (AP), *Reuters* als deutscher Ableger der britischen Muttergesellschaft *British Reuters*, sowie *Agence France Presse* (AFP). Dennoch überschlägt Beck: „*Die dpa liefert die meisten Meldungen – mehr als drei Wettbewerber zusammen – und ist besonders stark bei den Inlandsmeldungen*“.[1046]

Damit findet sich die deutsche Medienlandschaft bei aller Pluralität vorrangig von einigen wenigen großen Playern bespielt. Dazu gehören wie dargestellt die öffentlich-

[1041] Vgl. IfM 2015d
[1042] Koch/ Frees 2016, S. 428
[1043] IfM 2015d
[1044] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[1045] Kleinsteuber/ Thomaß 2017
[1046] Beck 2017, S. 45

rechtlichen Anbieter. Diese konturieren den Markt maßgeblich mit. Abbildung 14_ARD fasst in der erkenntnisgeleiteten Rubrizierung die Ergebnisse dieses Kapitels zusammen und hebt noch einmal die Einteilung nach Stichpunkten hervor.

Abb. 14_ARD: Kategoriengeleitete Übersicht ARD (ZDF/ Deutschlandradio)

Kategorie	Ausprägung
Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils	Light Touch (Besonderheit: Föderalistisch installiert)
Finanzierungsart	Beitragsfinanziert Haushaltsabgabe (Besonderheit: Marginal werbefinanziert)
Öffentlich-rechtliche Organisationsform	Betont föderalistisch organisiert (ARD); zentralistisch (ZDF/ Deutschlandradio)

Quelle: Weichselbaumer 2017

4.3 ORF (Österreich)

4.3.1 Öffentlich-rechtliche Basisdaten

Abb. 1_ORF: Öffentlich-rechtliche Anstalten im Überblick

EBU-Mitglied	Akronym	Aktivitäten	Webpräsenz
Österreichischer Rundfunk	ORF	TV, Radio	www.orf.at

Quelle: Weichselbaumer 2017

„*Der ORF als eine Institution der österreichischen Öffentlichkeit ist das elektronische Leitmedium des Landes, Träger und Förderer österreichischer Identität, Kultur und Qualität und spiegelt – gestützt auf einen lebendigen Föderalismus – die Vielfalt der Bundesländer wider*“[1047], erklärt Österreichs öffentlich-rechtlicher Veranstalter Selbstverständnis und Aufgabe.

> „Der ORF ist sich seiner gesellschaftlichen und insbesondere sozialen Verantwortung und des in ihn gesetzten Vertrauens der Österreichischen Bevölkerung bewusst und leistet einen wertvollen Beitrag zur öffentlichen Meinungsvielfalt und Kommunikationsqualität und damit zu Toleranz, Solidarität und Integration in der Gesellschaft.“[1048]

Wissenschaftliche Zugänge erkennen die gültige Rolle des ORF als Flaggschiff in einer dualen Medienumwelt – „*Mit einem Marktanteil von 36 Prozent erzielen die beiden ORF-Hauptprogramme trotz starker privater Konkurrenz regelmäßig in allen Altersklassen die höchsten Einschaltquoten*“[1049] –, norden dessen obige Selbsteinschätzung jedoch ein: „*Der österreichische Rundfunk wird (…) klar vom öffentlich-rechtlichen ORF dominiert, der immer wieder für zu starke Verflechtungen mit den*

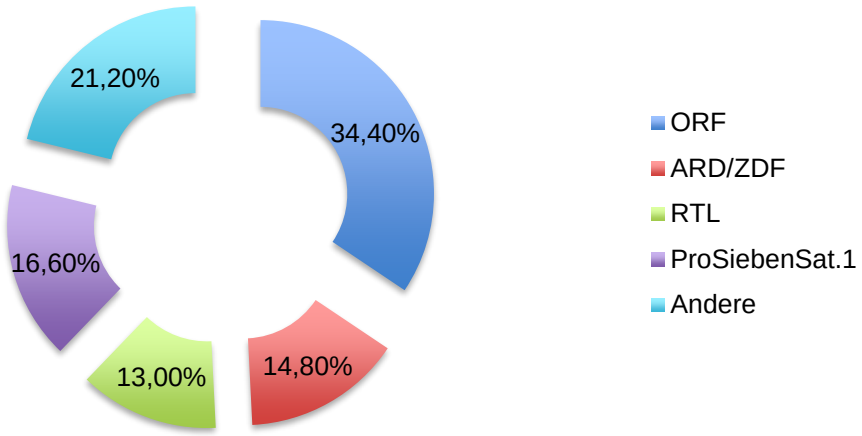
[1047] ORF 2017a
[1048] ORF 2017a
[1049] Ifm 2015c

Regierungsparteien kritisiert wird."[1050]

Die robuste Erfolgsposition des Öffentlich-Rechtlichen begleiten als weitere Spezifika der österreichischen Topografie elektronischer Medien „*a high viewer's marketshare of foreign television channels, high degree of cable- and satellite-connected households and the important role press publishers play in the private radio business*"[1051]. Trappel mahnt die Unabdingbarkeit einer Eichung der Analysebrille auf den Wert „*small state() in the mass media field*"[1052] an. Anders als in den Medienumgebungen der „*big five European countries (France, Germany, Italy, Spain and the UK)*"[1053] sähen sich kleinere Medienmärkte bestimmten Druckfaktoren besonders oder überhaupt ausgesetzt. Die Größe eines Medienmarktes meint dabei nicht die geografische Ausdehnung, sondern stützt sich auf die Summenbetrachtung „*population size and economic performance*"[1054]. Bemerkenswert ist die niedrige Halbwertszeit gemeinsamer Charakteristika, welche Trappel und Andere bereits Anfang der 1990er ausmachen und noch zwanzig Jahre später in Position sehen: [1055] „*Shortage of resources*"; „*Small market size*"; „*Dependence*"; „*Vulnerability*" und „*Corporatism*"[1056]. Allerdings gilt das lediglich für die Kategorien als solche, nicht für deren durchaus veränderte Füllung. Herauszuheben sind aus derzeitiger Sicht Übervorteilungen durch internationale Gesetzeslagen, welche Medienmärkte transnational öffnen wollen, dabei aber schon aus Gründen pekuniärer Potenz und Vernetzung markanten Playern in die Konzern-Hände spielen. Verstärkt wird dieses Moment in grenzüberschreitenden Angeboten, welche Sprachfamilien dies und jenseits der Schranke ident bedienen. Der wirkmächtigere – „größere" – Medienmarkt kolonialisiere in der Regel den kleineren benachbarten. [1057] Deutschland speist zu einem erheblichen Anteil Programme in das österreichische Rundfunkareal ein und ist im Vergleich zum eher schwach ausgeprägten österreichischen Privatmediensegment sicher für öffentlich-rechtliche Warten die weit ernstere Konkurrenz.

[1050] Ifm 2015c; vgl. auch Neumüller 2010, S. 22
[1051] Trappel 2017
[1052] Trappel 2010, S. 210
[1053] Trappel 2010, S. 211
[1054] Trappel 2010, S. 210
[1055] Vgl. Meier/ Trappel 1992; vgl. auch Trappel 1991
[1056] Trappel 2010, S. 211f.
[1057] Vgl. Neumüller 2010, S. 20

Abb. 2_ORF: Top TV-Betreiber in Österreich 2016 nach Marktanteil



Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria/ European Audiovisual Observatory)

Abb. 3_ORF: Top TV-Sender in Österreich 2016 nach Marktanteil

Top TV-Sender	Gruppe/ Betreiber	Status	2016 Marktanteil
ORF 2	ORF	öffentlich-rechtlich	20,6%
ORF Eins	ORF	öffentlich-rechtlich	11,6%
ProSieben	ProSiebenSat.1 Media AG	privat	4,6%
RTL	RTL Group	privat	4,6%
Sat.1	ProSiebenSat.1 Media AG	privat	4,4%
ARD Dritte (9 Sender)	ARD	öffentlich-rechtlich (BRD)	4,1%
ZDF	ZDF	öffentlich-rechtlich (BRD)	4,1%
VOX	RTL Group	privat	3,8%
ARD Das Erste	ARD	öffentlich-rechtlich (BRD)	3,2%
Puls 4	ProSiebenSat.1 Media AG	öffentlich-rechtlich	3,0%

Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria/ European Audiovisual Observatory)

Trappel sieht in dieser speziellen Wettbewerbssituation mit erheblichen Einstrahlungen aus der BRD (und in geringerem Maße der deutschsprachigen Schweiz) das verzögernde Element, das Österreichs Medienlandschaft lange nicht auf duale Gleisführung einschwenken lässt. Weder Publikum, noch Politik trachteten auf ein vorschnelles Kopieren von Strömungen, wie sie Deutschland, Frankreich und Italien vorleben.

> „It was obvious what kind of programme was to be expected from market deregulation. The early days of commercial television broadcasting

> were filled with abundance of cheap programming purchased from international programme markets, with equally cheaply produced talk shows and other little welcomed cost effective programming."[1058]

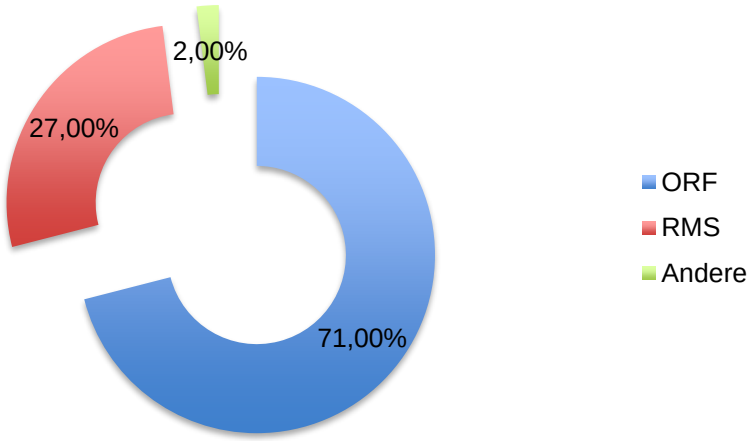
Anfang bis Mitte der 1990er widmet sich das österreichische Parlament zögerlich einer Öffnung für werbebudgetierte Anbieter. 1998 gehen nach legislativer Fixierung 53 lizensierte Privatradiosender an den Start. Zugleich sind – als „*Dritter Sektor*"[1059] – sogenannte „Freie Radios" erlaubt im Sinne von „*Community-Medien*"[1060]. 2001 folgt die Zulassung kommerziellen Fernsehens. Das öffentlich-rechtliche Monopol ist aufgehoben. Investoren stehen bereits in den Startlöchern. Gewichtige landesweite wie regionale Printhäuser wollen in den TV- oder wenigstens in den Radiomarkt filtern und haben teilweise Erfolg:

> „Since 2001, media owners (newspapers, radio, television) are eligible to own 100 percent of a radio station as long as the reach of the radio does not overlap with the reach of its other media. In Vienna as well as in the Austrian provinces, publishers made use of these new rules and acquired shares in local and regional channels."[1061]

Die Majorität dieser an Verlage angedockten Sender setzt auf junge Hitformate mit hohem Promifaktor und weitmöglicher Werbekapazität.[1062] Doch anders als in Deutschland, wo sich über das Duale Rundfunksystem ab 1984 Privates und Öffentlich-Rechtliches bald in Reichweite oder Verweildauer auf Augenhöhe begegnen,[1063] bleibt der ORF unbestritten an der Spitze. „*More than a decade after the first private radio stations were licensed, the most popular ORF radio programme (OE 3) still had a much larger market share (49 percent in 2008) than all private stations together (29 percent in 2008)*."[1064] Weitere fast zehn Jahre später hat sich die Verteilung wenig verändert.

[1058] Trappel 2010, S. 213
[1059] Neumüller 2010, S. 26
[1060] Neumüller 2010, S. 26; „*Community-Medien zeichnen sich durch ihre Nichtkommerzialität und den offenen Zugang bzw. der Einbindung verschiedener lokaler bzw. sozialer Gruppen oder Einzelpersonen aus*" (Neumüller 2010, S. 26). Jene könnten so partizipativ ihre Interessen und Meinungen gesellschaftlich-öffentlich einbringen.
[1061] Trappel 2017
[1062] Vgl. Trappel 2017
[1063] Vgl. Kapitel 5.2.3.1
[1064] Trappel 2017

Abb. 4_ORF: Top Radio-Betreiber in Österreich 2016 nach Marktanteil



Quelle: EBU 2017b (GfK Austria/ EBU Digital Report 2017/ ag.ma)

Abb. 5_ORF: Top Radio-Stationen in Österreich 2016 nach Marktanteil

Top Radio-Stationen	Gruppe/ Betreiber	Status	2016 Marktanteil
ORF regional	ORF	öffentlich-rechtlich	33,0%
Hitradio Ö3	ORF	öffentlich-rechtlich	31,0%
KroneHit	RMS	privat	8,0%
Ö1	ORF	öffentlich-rechtlich	5,0%
FM4	ORF	öffentlich-rechtlich	2,0%

Quelle: EBU 2017b (GfK Austria/ EBU Digital Report 2017/ ag.ma)

„*Wir sind Qualitäts- und Marktführer, innovativ und kreativ*“[1065], hebt der ORF hervor und definiert sich als „*zukunftsorientiertes Medienunternehmen, welches auf der Basis von Effizienz und Wirtschaftlichkeit nach kontinuierlicher Innovation strebt*“[1066]. Diesem Ansinnen setze die EU spürbare Grenzen, attestiert Trappel. Das politische und medienwirtschaftliche Gefüge, in dem sich der ORF über Dekaden eingerichtet habe, müsse sich neue Schienenführung gefallen lassen, was Widerstand diverser Stakeholder evoziere.

> „The public service remit has to be clarified and the ORF is no longer entitled to undertake entirely commercial operations online (such as partnership sites). Moreover, public and commercial activities need to be funded from strictly separate accounts. The presumably most complicated condition is the EU request to monitor, on a regular basis, the public value of the ORF.“[1067]

In letzterem Aspekt sucht der ORF über eine eigeninitiierte Public Value-Debatte

[1065] ORF 2017a
[1066] ORF 2017a
[1067] Trappel 2017; vgl. zu angesprochenen EU-Verfahren gegen Österreich auch Neumüller 2010, S. 51ff.

etwaigen Regulativen zuvorzukommen.[1068] In anderen Punkten weisen die folgenden Abschnitte ein zäheres – legislatives – Ringen mit beteiligten Positionen in Staat, Wirtschaft, Gesellschaft auf. Dies alles sei nichtsdestoweniger vor dem Hintergrund stabiler Marktdominanz zu betrachten, gibt Trappel zu bedenken: „*Private radio and television operators are (and are likely to remain) marginalised for the foreseeable future.*"[1069]

4.3.2 Mediengesetzgebung und Regulierung

4.3.2.1 Kommunikative Grundordnung

> „Die Erlassung von Regelungen im Bereich des Rundfunks (und zwar sowohl in inhaltlicher als auch in technischer Hinsicht) fällt in die Kompetenz des Bundes gemäß Art. 10 Abs. 1 Z 9 B-VG 'Post- und Fernmeldewesen' sowie Art. I des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, wonach '... nähere Bestimmungen für den Rundfunk und seine Organisation bundesgesetzlich festzulegen' sind."[1070]

Das Bundesverfassungsgesetz über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks definiert den Rundfunk als „*öffentliche() Aufgabe*"[1071] gemäß der Wertigkeiten Objektivität, Meinungsvielfalt sowie Unparteilichkeit. Damit bildet es den Boden zahlreicher weiterer Gesetze medialen Belangs.

> „Rundfunk ist die für die Allgemeinheit bestimmte Verbreitung von Darbietungen aller Art in Wort, Ton und Bild unter Benützung elektrischer Schwingungen ohne Verbindungsleitung bzw. längs oder mittels eines Leiters sowie der Betrieb von technischen Einrichtungen, die diesem Zweck dienen."[1072]

Nähere Bestimmungen für den Rundfunk und seine Organisationen seien bundesgesetzlich festzulegen. Diesem Auftrag kommt das sogenannte „ORF-Gesetz" nach und fundamentiert: „*Mit diesem Bundesgesetz wird eine Stiftung des öffentlichen Rechts mit der Bezeichnung 'Österreichischer Rundfunk' eingerichtet.*"[1073] Die Aufstellung eines gesonderten Gesetzeskatalogs für den ORF in Nebenstellung zu sonstiger medialer Legislativsituation ist bemerkenswert im Abgleich mit zahlreichen EU-Anrainern, die öffentlich-rechtliche Belange generell in Mediengesetzschreibung für das gesamtaudiovisuelle Fach einweben. Im Nachgang wird über Rundfunkstaatsverträge oder spezielle Regulierungsvorschriften Spezifisches geschaffen. Marlies

[1068] Vgl. Neumüller 2010, S. 54ff.
[1069] Trappel 2010, S. 210
[1070] Bundeskanzleramt Österreich 2017a
[1071] Bundeskanzleramt Österreich 2017a
[1072] Bundeskanzleramt Österreich 2017a
[1073] Bundeskanzleramt Österreich 2017b

Neumüller überblickt:

> „Seit der Gründung des Österreichischen Rundfunks ist das Gesetz immer wieder Gegenstand politischer Diskussionen und Konflikte, bildet es doch den grundlegenden rechtlichen Rahmen für öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Österreich und ist damit das wesentliche Instrument der Politik, um den ORF mitzugestalten – und wie oft beklagt wird – zu beeinflussen.“[1074]

Trappel bestätigt das gewichtige regierungsgebundene Moment, welches dergestalter Rechtsauffassung innewohne: „*Austria's media policy is characterised by strong regulation with few self-regulatory elements*“[1075]. Eine direkte parteipolitische Wirkpotenz in die Medienbereiche hinein zeige sich in der Historie des ORF als hergebracht.

> „Die nach 1945 als ORF neu aufgebaute öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt wurde bis in die 1960er Jahre (und darüber hinaus) vor allem als politisierter, SPÖ-naher Staatssender wahrgenommen. Dies ging soweit, das 1964 ein Volksbegehren für die Entpolitisierung des ORF ins Leben gerufen wurde.“[1076]

Große Teile des Publikums wie der Branche selbst unterstützten dieses Ansinnen, erinnert Neumüller: „*Der Druck der Bevölkerung und der Medien zwang die damalige Regierung den öffentlich-rechtlichen Rundfunk neu aufzustellen.*“[1077] Das „*Problem der politischen Einflussnahme*“[1078] ist damit nicht gelöst. Die SPÖ nimmt sich der Forderungen aus dem Votum zögerlich an. Die alterierte Rundfunklegislativsetzung zementiert die „*SPÖ-nahe Quasi-Monopolstellung des ORF*“[1079]. 1993 befindet der *Europäische Gerichtshof für Menschenrechte* die überproportionale Position der öffentlich-rechtlichen Anstalt als nicht konzertant mit den internationalen Menschenrechtskonventionen. Klagen schließen sich an, die ein Aufbrechen des Marktes für private – besonders – TV-Sender forcieren. „*Doch auch als das Bundesverfassungsgericht die Regierungsparteien SPÖ und ÖVP explizit aufforderte, ein duales Mediensystem zu schaffen, sträubten sich die großen Parteien dagegen*.“[1080] 1995 dürfen private Radioprogramme legal in Österreich auf Sendung gehen. 2001 erst ist mit dem „Privatfernsehgesetz“ auch der TV-Sektor offen für nicht-öffentlich-rechtliche Bewerber. Wieder stehen politische Hemmnisse dagegen. Als 2003 ATV+ als erster österreichischer Privatanbieter Programmfahrt aufnimmt, liegt eine komplette Neuformatierung

[1074] Neumüller 2010, S. 32
[1075] Trappel 2017
[1076] Ifm 2015c
[1077] Neumüller 2010, S. 23
[1078] Neumüller 2010, S. 23
[1079] Ifm 2015c
[1080] Ifm 2015c

der politischen Bezugspunkte noch immer nicht gänzlich hinter den auf multiplen Ebenen involvierten Protagonisten. Die „Schwarz-Blaue Medienwende“ gibt 2000 den Anstoß in der Koalition zwischen ÖVP und FPÖ. „*Zuvor, während der Ära der Großen Koalition, war die symbiotische Beziehung zwischen den Regierungsparteien und dem ORF (regierungsunkritische Berichterstattung im Austausch für eine privilegierte Sonderstellung der Anstalt) zu stark, um eine Öffnung des Rundfunkmarktes zu realisieren*“[1081], werten Analysten heute. Erbe sei die wenn auch weniger deutliche, so nach wie vor bestehende Vorzugsstellung des Öffentlich-Rechtlichen in Österreich.[1082] Kritiker sehen in der Gesetzgebung ab 2001 keine Ent-Politisierung des ORF und seiner Gremien, sondern die Umverlagerung anhaltender Einflusssphären. „*The strong market player ORF, governed by its council, dominates radio and television. Despite a law restricting fulltime politicians to become members of the council, the ORF became strongly politicised after the new law was enacted in 2001“[1083]*, führt Trappel als ein Beispiel an. Publikum und Journalisten sowie deren Vereinigungen beklagen konstant diese regierungsnahe Überformung des öffentlich-rechtlichen Sektors. Das tagesaktuelle Geschäft wird vielen zum Paradebeispiel für ein Hineinfiltern von Parteilinien und Politikerwünschen.[1084]

Auf massiven öffentlichen Druck wird 2006 mit Alexander Wrabetz ein Sozialdemokrat ins Amt des Generaldirektors gehoben – in der Phase also ein Mitglied der Opposition. Damit soll allein der Forderung nach inhaltlicher Ausgewogenheit in den Nachrichtensendungen Genüge geleistet sein. Selbstredend gelte weiterhin „*media and politics are close relatives in Austria*“[1085], resümiert Trappel. Wertbar dahin gehend ist ebenso die Installation eines *Bundeskommunikationssenats*, betraut mit der Aufgabe Verletzungen des Mediengesetzes zu ahnden sowie privaten Klagen gegen Sender und ihre Inhalte nachzugehen. Bis zu seiner Abschaffung 2002 liegt solcherlei im Aufgabenbereich des *Presserates*, dessen Urteile jedoch nicht bindend sind. „*It made recommendations rather than decisions*“[1086] und zerreibt sich in Kompetenz- und Zuständigkeitsdebatten zwischen seinen Mitgliedern aus Journalistengewerkschaften und Medienunternehmern. 2010 erfolgt eine Neugründung, der „Ehrenkodex“ wird 2013 überarbeitet.[1087] Aktuell versucht sich der Presserat in die Vergabe

[1081] Ifm 2015c
[1082] Vgl. Neumüller 2010, S. 26
[1083] Trappel 2017
[1084] Vgl. Trappel 2017
[1085] Trappel 2017
[1086] Trappel 2017
[1087] Vgl. Österreichischer Presserat 2013

staatlicher Medienförderung einzuklinken, die Forderung lautet: „*Förderungen sollen nur solche Medien erhalten, die Mitglied im Presse- bzw. Medienrat sind und dieses qualitative Selbstregulativ anerkennen. Außerdem ist der österreichische Presse- bzw. Medienrat mit ernst zu nehmenden Sanktionsmöglichkeiten auszustatten*."[1088] Positive Entscheidungen stehen aus, würden den Presserat aber erheblich stärken und seine rein beratende Funktion aufwerten.

4.3.2.2 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils

„*In Österreich existieren umfangreiche allgemeine als auch selektive direkte Pressesubventionen, um eine strukturelle Vielfalt an Printmedien sicherzustellen*"[1089], schreibt Arnold und sieht medienmarktgesamt eine kategoriale Ausrichtung „Light Touch-Medienregulierungsstil". „*Dazu gehören formelle als auch informelle Verhandlungen und Absprachen zwischen den privaten und öffentlichen Medienorganisationen und den politischen Entscheidungsträgern*"[1090], apostrophiert der Autor für Österreich. Eine Darlegung der Aufsicht übenden Organe und deren Entstehung wie Betrieb untermauert dies.

Auf Basis des gleichnamigen Gesetzes entsteht 2001 die *Kommunikationsbehörde Austria* (KommAustria) als Regulierungsstelle für den kommerziellen Bereich, öffnet sich allerdings 2010 und wird weisungsfrei.[1091] „*Die Behörde übernimmt in Form ihrer (der KommAustria, Anm. d. Verf.) die Rechtsaufsicht über den österreichischen Rundfunk und den privaten Mediensektor, vergibt Presseförderungen und verwaltet Frequenzen*"[1092], fasst das IfM zusammen. „*KommAustria acts under the supervision of the federal chancellery*"[1093], setzt Trappel an erste Stelle seiner Befugnisbeschreibung. Dessen gewahr seien Lizenzvergaben oder eine Überwachung von Compliance-Statuten im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkbereich zu betrachten.

> „KommAustria is supported by the Rundfunk- und Telekomm-Regulierungs GmbH (RTR), which acts as its secretariat. RTR is responsible for the implementation of the press subsidy scheme, the Fund for Digitalisation and several other duties. (…) The aforementioned Bundeskommu-

[1088] Der Standard 2017
[1089] Arnold 2014, S. 283
[1090] Arnold 2014, S. 283
[1091] Vgl. KommAustria 2017; Zur Reform der KommAustria siehe auch Neumüller 2010, S. 44
[1092] Ifm 2015c
[1093] Trappel 2017

> nikationssenat is the court of appeal for any decision made by the KommAustria.“[1094]

Vergleichbar dem deutschen „Drei-Stufen-Test“ entwickelt die KommAustria eine Schablone, nach der ORF-Produkte gemäß Auftrag und Qualität bemessen werden. *„Das heißt konkret, dass der ORF verpflichtet ist, sämtliche Konzepte für neue Sendungen und Projekte der KommAustria vorzulegen und Transparenz zu schaffen, indem diese online veröffentlicht werden.*“[1095] Ein eigener Beirat der KommAustria bewertet die Angebotspapiere („Auftragsvorprüfung“) bezüglich der „*möglichen publizistischen Auswirkungen*“[1096], die *Bundeswettbewerbsbehörde* hat zudem die Markteffekte einzuschätzen. Geschäftsstelle der KommAustria ist die *Rundfunk- und Telekom Regulierungs-GmbH*.

„*Die größte Herausforderung für österreichische Medienpolitik bleibt die spätestens seit den 1970er Jahren eingesetzte Konzentration des Mediensektors*“[1097], unterstreicht das IfM. Publizistischen Pluralismus soll die direkte *Presseförderung* unterstützen. 2004 wird diese noch ausgebaut. Die Effekte sind umstritten.

> „Ein Ergebnis dieser Bemühungen ist sicherlich, dass die mit rund zehn nach wie vor reichweitenstarken Titeln (sic!) Zeitungslandschaft relativ stabil geblieben ist. Andererseits konnte die marktbeherrschende Stellung der ‘Kronen Zeitung’ nicht reduziert werden und es besteht in der politischen Klasse sowie der Öffentlichkeit kein Interesse, dies zu ändern.“[1098]

Diese Dominanz übersetzt sich im politischen Machtgerangel – vergleichbar einer Situation Deutschlands Öffentlich-Rechtlicher – in wiederkehrenden Disputen über Befugnisse oder eben Nicht-Befugnisse von Public Service besonders im Online-Auftritt (siehe Genese des neuen Telemedienauftrags in Deutschland 2018). Österreichische Verleger greifen den gebührenfinanzierten ORF als „*größtes Hindernis für die Entwicklung einer florierenden, diversifizierten Presselandschaft*“[1099] an. Über die Vorlage von geplanten Web-Angeboten des ORF bei der KommAustria soll ein Wettbewerb gesichert sein, der öffentlich-rechtliche gegenüber printanhängigen wie reinen Online-Offerten nicht übervorteilt.[1100] Über eine ausgedehnte Public Value-Darstellung als Pfeiler eines umfänglichen Qualitätssicherungssystems werden selbstre-

[1094] Trappel 2017
[1095] Ifm 2015c; vgl. auch Neumüller 2010, S. 46
[1096] Neumüller 2010, S. 46
[1097] Ifm 2015c
[1098] Ifm 2015c
[1099] Ifm 2015c
[1100] Vgl. Neumüller 2010, S. 53

flexiv Auftragsvorprüfungen und deren Einordung in unternehmerische und publikumsrelevante Konzeption offen gelegt.[1101] So reihe sich der ORF unter den bereits einigen Öffentlich-Rechtlichen ein, welche in an das Vorbild des BBC-„Public Value-Tests“ angelehnten Maßnahmen „*mit dem Verweis auf den Wert ihrer Leistungen für die Öffentlichkeit ihre Existenzberechtigung im 21. Jahrhundert zu betonen*[1102] “ suchten, resümiert Neumüller.

Um besagte Legitimation beim Rezipienten aktiv zu befördern, entscheidet sich der ORF 2008, einen ersten „*governance report*“[1103] herauszugeben. Alljährlich erscheinen nun Public Value-Berichte. Die Presse spricht von einer „*192 Seiten starken Leistungsschau*“[1104] als 2011 unter dem Titel „Wert über Gebühr“ prominente ORF-Protagonisten Hauptaufgaben und Leitwerte erklären. „*Ein Zeichen, wie viel Nachdenken und Reflexion über unser Arbeiten hier im ORF gegeben ist*“[1105], würdigt der Generaldirektor das Papier. Anekdotisches ergänzend, lasse es kritische Analysen und Beurteilungen von außen vermissen, rügt Trappel, gesteht aber zu: „*Although weak in critical observations (…) and lacking external views on the ORF´s performance, the report is a first step in enhancing transparency on conduct issues in Austria´s dominating PSM.*”[1106] Angesichts der eingeschränkten Möglichkeiten der Medienregulierung bekräftigt der Autor die Bedeutung von Maßnahmen im Sinne einer Media Governance: „*In the absence of workable national competition PSM are requested to provide measures, such as the publication of governance reports, to foster and initiate public discourse and deliberation on the role of the media in democratic societies*.”[1107]

4.3.2.3 Kategorie: Finanzierung

„*Die Erlöse aus Werbeinnahmen sind erstmals seit Jahren gestiegen und betragen 229,8 Mio. Euro. Die sonstigen Umsatzerlöse sind ebenfalls gestiegen und schlagen mit 131,7 Mio. Euro zu Buche. Die Programmentgelte 2016 liegen mit 595,7 Mio. Euro knapp unter Plan.*“[1108] 2017 sei durch Immobilienverkäufe wieder ein ausgeglichener Haushalt zu erwarten, sagt der Jahresbericht voraus. Die beiden Säulen der

[1101] Vgl. ORF 2017c
[1102] Neumüller 2010, S. 54
[1103] Trappel 2010, S. 218
[1104] Die Presse 2011
[1105] Die Presse 2011
[1106] Trappel 2010, S. 218
[1107] Trappel 2010, S. 220
[1108] ORF 2016, S.10

Finanzierung bilden Programmentgelt – bemessen Radio- und TV-Gerät-abhängig[1109] – und Werbeerträge. „*Rund 60 Prozent entfallen auf das Programmentgelt, der Rest auf Werbeerlöse und Sonstige Erträge*“[1110], weist die Bilanz 2016 aus.

> „Die von der GIS Gebühren Info Service vorgeschriebenen Rundfunkgebühren betragen je Rundfunkteilnehmer/Rundfunkteilnehmerin monatlich zwischen 20,93 Euro und 26,73 Euro (je nach Landesabgabe). Nach allen Abzügen (Abgaben, Gebühren und Steuern) verbleiben dem ORF daraus 0,55 Euro pro Tag oder 17,21 Euro pro Monat – das sogenannte Programmentgelt. Den Rest erhalten Bund und Länder.“[1111]

Die *GIS Gebühren Info Service GmbH* ist zu 100 Prozent im Besitz des ORF. „*Als beliehenes Unternehmen des Bundesministeriums für Finanzen ist sie mit der Einbringung und Verteilung der Rundfunkgebühren betraut*.“[1112]

Abb. 6_ORF: Finanzierung des ORF (EUR in Millionen)

Art der Finanzierung (EUR in Millionen)	2014	2015	2016
Staatliche Zuwendungen	0.28	0.37	0.35
Beiträge/ Gebühren	589.47	593.60	594.51
Andere öffentliche Einnahmen	0	0	0
Werbung	209.22	207.45	214.57
Andere kommerzielle Einnahmen	185.33	176.68	159.22
Andere Einnahmen	0	0	0
Einnahmen gesamt	984.30	978.10	968.65

Quelle: EBU 2017b (Mitgliederdaten)

Im EBU-Überblick belegt der ORF den letzten Rang wenn es um die anschließende Verteilung der Gelder geht.[1113] Augenfällig sind verquickende systemische Eigenheiten. Die Besitzlage der GIS beim ORF auf der einen Seite und die auf der anderen Seite starke Vermischung der Erhebungen für öffentlich-rechtliche mediale Belange, aber genauso Kunstförderung wie weitere Bundes- und Länderangelegenheiten, machen die Finanzdarstellung komplex. „*Apart from ORF, also the Ministry of Finance, Ministry of Art and Culture, and the Federal States get a share from the collected amount. Consequently, in 2016, ORF was granted only 67,0% of the total sum collected.*”[1114] Korrespondierend resultiert ein Legitimitätsdilemma des öffentlich-rechtlichen Medienbetriebs. Dessen Etat ist für Zahlende kaum präzise an eben ihren Tribut koppelbar.

[1109] Vgl. Gonser/ Beiler 2016, S. 4
[1110] ORF 2017b
[1111] ORF 2017b
[1112] GIS 2017a
[1113] Vgl. GIS 2017b
[1114] EBU 2017b

Im Vergleich mit anderen öffentlich-rechtlichen Standorten in Europa akquiriert der ORF reichhaltig Mittel aus Werbung. Während ARD/ ZDF um die 80 Prozent aus Beitragsgeldern bestellen, die BBC 85 Prozent, pendelt sich der Wert für den ORF bei um die 50 Prozent ein.[1115] Dabei tragen sinkende Reklameetats und verschärfte Werbebestimmungen ungleich schwerer ein. Artikel 14 des ORF-Gesetzes begrenzt die Werbezeiten und führt eine Spezialität ein, um den privaten Markt de jure einzubeziehen:

> „Die Werbung darf darüber hinaus vom Österreichischen Rundfunk nur dann ausgestrahlt werden, wenn der Auftraggeber nachweist, dass er für den Gegenstand der Werbung auch kommerzielle Kommunikation im zumindest gleichen Ausmaß bei anderen, zu Rundfunk komplementären Medienunternehmen in Auftrag gegeben hat oder geben wird.“[1116]

Gesucht sind Mechanismen, die das Übergewicht in Richtung ORF für inländische private Anbieter ausloten. Freilich ist zu vergegenwärtigen, dass gerade über ausländische – deutschsprachige – Einspeisung von Medienquellen eine gewisse Umschichtung der Reklamelage erfolgt.[1117] Dies bindet zurück an für Inhaltliches bereits Ausgeführtes und ist – werbungs- wie Content-bezüglich – in reziproken und varianten Prägungen zu prüfen. So suchen österreichische Medienunternehmen, Marktanteile in Zentral- und Osteuropa zu gewinnen. Der Nachrichtenmarkt in Slowenien und Kroatien findet sich bereits seit einiger Zeit produktinhaltlich wie pekuniär auch von österreichischen Adressen versorgt. Die mehrsprachigen Angebote des ORF bedienen Minderheiten im eigenen Land und schöpfen supranationale Überschwappeffekte ab.[1118]

4.3.2.4 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform

Der Fall des Rundfunkmonopols 2001 sieht eine formale Überführung des ORF von einer „Anstalt“ in eine „Stiftung des öffentlichen Rechts“. Die Leitung tragen fürderhin der *Stiftungsrat*, der *Publikumsrat* sowie an oberster Stelle der *Generaldirektor*.

> 1. „Sechs Mitglieder werden von der Bundesregierung unter Berücksichtigung des Stärkeverhältnisses der politischen Parteien im Nationalrat unter Bedachtnahme auf deren Vorschläge bestellt, wobei jede im Hauptausschuss des Nationalrates vertretene Partei durch mindestens ein Mit-

[1115] Vgl. Neumüller 2010, S. 48
[1116] Bundeskanzleramt Österreich 2017c
[1117] Vgl. Ifm 2015c
[1118] Vgl. Trappel 2017

glied im Stiftungsrat vertreten sein muss. Je ein Mitglied bestellen die Bundesländer, insgesamt also neun. Neun Mitglieder bestellt die Bundesregierung. Sechs Mitglieder bestellt der Publikumsrat. Fünf Mitglieder werden vom Zentralbetriebsrat bestellt.“[1119]

Das ORF-Gesetz sieht dabei konkret vor:

„Die Mitglieder der Kollegialorgane gemäß Abs. 1 sind bei der Ausübung ihrer Funktion im Österreichischen Rundfunk an keine Weisungen und Aufträge gebunden; sie haben ausschließlich die sich aus den Gesetzen und der Geschäftsordnung ergebenden Pflichten zu erfüllen. (...) Die Funktion als Mitglied des Stiftungsrates und des Publikumsrates ist ein Ehrenamt. Die Mitglieder haben Anspruch auf angemessenen Ersatz der angefallenen Kosten.“[1120]

Der Stiftungsrat trifft als höchste Einheit wesentliche Entscheidungen und übt auf sämtliche untergeschaltete Ebenen Einfluss aus. Rundfunkgebühren und Werbetarife werden festgesetzt, die Aufnahme von Spartensendungen beschlossen und der Generaldirektor bestimmt oder abberufen. Ökonomisch und inhaltlich gebündelt sind erhebliche Kontrollkompetenzen.[1121] „*Der Stiftungsrat hat eine Stellung, die mit dem Kollegialorgan Aufsichtsrat in Aktiengesellschaften vergleichbar ist*“ [1122], erklärt der ORF.

Der Publikumsrat ist „*Nachfolgeorgan der Hörer- und Sehervertretung (HSV) und hat derzeit 31 Mitglieder*“[1123]. Organisationen aus den Feldern Hochschulen, Bildung, Kunst, Sport, Jugend, Schüler, ältere Menschen, Volksgruppen, Touristik, Kraftfahrer oder Umweltschutz bilden dieses vorwiegend beratende Gremium. „*Empfehlungen an die Geschäftsführung des ORF zur Programmgestaltung werden nach Vorbereitung in den Arbeitsausschüssen vom Plenum beschlossen. Weitere Empfehlungsrechte hat der Publikumsrat (...) zum Qualitätssicherungssystem und zu den Jahressendeschemen*.“[1124] Entscheidungen des Stiftungsrates zur Höhe des Programmentgelts genehmigt der Publikumsrat. Wie bei genannten Aufgaben handelt es sich um eine Art „pro forma“.[1125] Praxisrelevant ist dagegen die „*Bestellung von sechs Mitgliedern des Stiftungsrats sowie die Anrufung der Regulierungsbehörde in Fällen, in denen eine Verletzung von Bestimmungen des ORF-Gesetzes behauptet wird*“[1126]. An dieser Funktion machen sich seit Jahren Argumentationen fest, die einer immer

[1119] ORF 2017d
[1120] Bundeskanzleramt Österreich 2017b
[1121] Vgl. Neumüller 2010, S. 23
[1122] ORF 2017d
[1123] ORF 2017e
[1124] ORF 2017e
[1125] Vgl. Neumüller 2010, S. 25
[1126] ORF 2017e

wieder aufkeimenden Debatte um eine Abschaffung des primär auf Empfehlungen beschränkten Publikumsrates widersprechen.[1127]

Anders als etwa in den deutschen öffentlich-rechtlichen Gremien dürfen in jenen des ORF keine Träger politischer Ämter vertreten sein. „*Das ändert jedoch nichts daran, dass weiterhin eine enge Beziehung zwischen dem Sender und dem politischen Establishment besteht*“[1128], gibt das IfM zu bedenken und schlüsselt die Hintergründe um die „*größte Programmreform der Geschichte*“ auf, wie sie der ab 2006 amtierende Generaldirektor Alexander Wrabetz vorantreiben wollte und „*die in erster Linie darin bestand, mehr Entertainment-Formate ins Programm aufzunehmen, um besser mit den privaten Anbietern zu konkurrieren*“[1129]. Strittige Personalentscheidungen in politnaher Besetzung sorgen 2012 intern wie öffentlich für Aufregung. „*Wenige Monate, nachdem der ORF-Stiftungsrat Alexander Wrabetz zum Generaldirektor wiedergewählt hatte, betraute Wrabetz einige Stiftungsräte mit Führungsposten im Unternehmen, darunter den Technischen Direktor oder den Tiroler Landesdirektor*“[1130], gibt der ORF Fehlverhalten zu. In den gleichen Zeitraum fällt die „Causa Pelinka“[1131], eine wiederum höchstdisputable Personalie, welcher Umgestaltungen der Transparenzkriterien im Stiftungsrat folgen. In der Presse verhandelt ist damit ein weiteres perpetuierendes Thema: Die im Dafürhalten vieler Kritiker überbordende Machtkonzentration an oberster Stelle. Vom Stiftungsrat auf fünf Jahre ernannt ist der Generaldirektor Geschäftsführer, „*legt die Programmrichtlinien fest und koordiniert die Tätigkeit des Führungspersonals*“[1132]. Auf Vorschlag des Generaldirektors bestellt der Stiftungsrat die Direktoren der Unternehmenssektoren. Eine parteipolitische Aufladung solcher Besetzung und im Nachgang programmlicher Arbeit kennt die jüngere ORF-Geschichte. Innerhalb wie außerhalb – damit unter den Rezipienten – schlagen die Wellen bei Berichten wie diesem hoch:

> „Im Oktober 2013 warnten die ORF-Journalisten selbst – vertreten durch den Redakteursrat – vor einem ‘Rückfall in ein altes Proporz-System’. Dass Fernsehdirektorin Kathrin Zechner laut Gerüchten vor der Ablösung steht, weil sie Oppositionsparteien angeblich zu viel Redezeit einräumte, und so indirekt für Stimmenverluste bei der letzten Wahl verant-

[1127] Vgl. Neumüller 2010, S. 25
[1128] Ifm 2015c; vgl. auch Neumüller 2010, S. 23
[1129] Ifm 2015c
[1130] ORF 2012a
[1131] „*Der Versuch, Niko Pelinka, den Leiter des SPÖ-Freundeskreises, Anfang 2012 im ORF-Stiftungsrat ohne Ausschreibung als Bürochef durchzuboxen, scheiterte am Protest von ORF-Redakteuren*“, berichtet das IfM (2015c) über den vereitelten Anlauf des Generaldirektors Parteigänger ins Boot zu holen. Auf diese „Causa Pelinka“ reagiert der ORF mit strengeren Richtlinien für die Auswahl der Räte. Außerdem verordnet man sich eine „*Abkühlpause*“ (ORF 2012a) – Räte dürfen erst nach zweijähriger Pause in ein Unternehmen wechseln.
[1132] Neumüller 2010, S. 25

wortlich gemacht wird, sorgt ebenfalls für Unmut innerhalb des Senders."[1133]

Zu dargelegten rechtlich-organisationalen Zwisten entstehen Reibungen im Zuge konvergenter Bestrebungen. Qua Gesetz hat der ORF einem trimedialen Kurs zu folgen „*und ist in den Bereichen Hörfunk und Fernsehen sowie programmbegleitend auch online aktiv*"[1134]. Wo im Haupthaus in Wien die Fäden organisatorisch und inhaltsgewichtend zusammenlaufen, unterhält der ORF in allen acht Bundesländern Regionalstudios, welche Audio-, Video- und Online-Content liefern.

Drei landesweite Hörfunkvollprogramme (*Österreich 1*, *Hitradio Ö3* und FM4) sowie neun Regionalradios aus den einzelnen Bundesländern gehören zum Ensemble, das die Doppelhelix national plus lokal bedient. „*Vielsprachigkeit ist eines der bedeutendsten Merkmale des öffentlichen-rechtlichen Radios in Österreich*"[1135], hebt das IfM hervor. Seit 2004 bietet Radio AGORA ein Vollprogramm in slowenischer Sprache für die slowenische Volksgruppe in Kärnten. Anteilig am Gesamtprogramm finden über die Wellen hinweg Sendungen auf Kroatisch, Ungarisch und Tschechisch statt.

Abb. 7_ORF: Top Radio-Stationen innerhalb des ORF

Top Radio-Stationen	Genre	2015 Wöchentliche Reichweite	2016 Marktanteil
Hitradio Ö3	Unterhaltung	62,4%	31,0%
Österreich 1	Kultur/ Bildung	21,5%	5,0%
FM4	Kultur/ Bildung	14,3%	2,0%

Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria)

Weitere Radio-Stationen:
International: Radio Österreich 1 International
Regional/ lokal: Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Tirol, Vorarlberg, Wien
Web-only: Ö1 Campus

Abb. 8_ORF: Art der Radio-Stationen innerhalb des ORF

Art der Radio-Station	Anzahl
Nationale Stationen	3
Regionale/ Lokale Stationen	9
Regionale/ Lokale Fenster	0
Internationale Stationen	1
Nachrichtenstationen	-
„DAB-only"-Stationen	-
„Web-only"-Stationen	ja

Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria)

„*Die ORF-Radioflotte (Ö1, Ö3, FM4, Regionalradios) erreichte 2016 täglich über*

[1133] Ifm 2015c
[1134] Ifm 2015c
[1135] Ifm 2015c

4,7 Mio. Hörer/innen“[1136], verzeichnet der ORF-Jahresbericht 2016. „*Damit entfielen mit einem Marktanteil von 71% deutlich mehr als zwei Drittel der täglichen Radionutzungszeit auf den ORF*.“[1137] Die wöchentliche Reichweite (basierend auf 15 Minuten konstanter Verweildauer) liegt bei 85,5 Prozent (2006).[1138]

Mit der Reorganisation der öffentlich-rechtlichen Systematik 2001, lässt das österreichische Parlament Privatfernsehen zu. Verbunden ist damit die Hoffnung auf eine sprunghafte Öffnung des Marktes hin zu mehr Pluralität. Eine Wettbewerbsverlagerung zugunsten neuer werblicher TV-Organe erschüttert Verhaftetes weniger, denn mitunter prognostiziert, resümiert Trappel. Die Behörden trieben Zulassungen kaum voran:

> „In 2003, the only national terrestrial television frequency for private broadcasters was granted to ATV, a private broadcaster based in Vienna and controlled by several banks in Austria along with the German film trader Herbert Kloiber. A variety of small broadcasters were granted terrestrial and cable licences at the regional and local level. The largest among them is Puls TV in Vienna, which was acquired by the German ProSiebenSat.1 Group in 2007.“[1139]

Neben einer innerösterreichischen Konkurrenzlage, welche sich zwischen wenigen privaten Unternehmen und dem nach wie vor Flaggschiff ORF aufspannt, verschärfen besonders deutschsprachige Sender den Wettbewerbsdruck, die nach Österreich einstrahlen – ob digital, im Kabel oder via Satellit.[1140] „*ORF's market share fell from 54 percent in 2002 to 42 percent in 2008. The private national channel ATV reached a marketshare of 3 percent in 2008. The most popular foreign television channels were SAT.1 (7 percent), RTL (6 percent) and ProSieben (5 percent), all from Germany*“[1141], erinnert Trappel. Eine ausgreifende Digitalisierung der Folgedekade verschiebt die Gewichtung weiter gen externe Distributoren. Dennoch sei ein Abgesang nicht anzustimmen, folgt man dem ORF-Jahresbericht: „*Der Jahresmarktanteil der ORF-Sendergruppe (ORF eins, ORF 2, ORF III, ORF SPORT +) lag bei 35,1%. Mit einer durchschnittlichen Tagesreichweite von 3,6 Mio. Zuseherinnen und Zusehern ab 12 Jahren erreichte der ORF täglich fast die Hälfte des österreichischen*

[1136] ORF 2016, S. 8
[1137] ORF 2016, S. 8
[1138] Vgl. EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ Mitgliederdaten/ AGTT/ GfK)
[1139] Trappel 2017
[1140] Nicht Ländergrenzen verfangen für viele Übertragungsrechte oder Lizenzierungen im internationalen Bereich. Vergaben erfolgen für Sprachräume, so dass geldstärkere BRD-Sender gemeinhin in der ersten Runde zum Zuge kommen, denen dann österreichische Medien Rechte abkaufen. Den Blockbuster aus den USA zeigen zuerst ARD, ZDF oder RTL, Sat.1, *ProSieben* etc. – alle in Österreich empfangbar – und später, wenn überhaupt, der ORF oder kommerzielle Inlands-Kanäle. Lediglich kommt das einer Wiederholung gleich. Konsequent verteilen wesentliche Werbekunden Interesse und Budgets. (Vgl. Trappel 2017)
[1141] Trappel 2017

Fernsehpublikums."[1142] Der Marktanteil der ORF-Fernsehangebote liegt bei 34,4 Prozent (2016), die wöchentliche Reichweite (basierend auf 15 Minuten konstanter Verweildauer) bei 71,1 Prozent (2015).[1143]

Abb. 9_ORF: Top TV-Sender innerhalb des ORF

Top TV-Sender	Genre	2015 Wöchentliche Reich-weite	2016 Marktanteil
ORF 2	Generalist	55,1%	20,6%
ORF eins	Generalist	51,1%	11,6%
ORF III	Kultur/ Bildung	13,7%	1,7%

Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria)

Weitere TV-Sender:
National: ORF Sport+
International: ORF 2 Europe, 3sat (in Kooperation mit ARD/ ZDF und SRG SSR)
ORF 2 regional/ lokale Fenster: Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Tirol, Vorarlberg, Wien

Abb. 10_ORF: Art der TV-Sender innerhalb des ORF

Art des TV-Senders	Anzahl
Nationale Sender	4
Regionale/ lokale Sender	0
Regionale/ lokale Fenster	9
Internationale Sender	1+1 (in Kooperation mit ARD/ ZDF und SRG SSR)
HD-Kanäle/ Simulcast(s)	ja
Nachrichtenkanal/ -kanäle	-
Sportkanal/ -kanäle	ja
Kinderkanal/ -kanäle	-
Jugendkanal/ -kanäle	-

Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria)

Die 2001 gesetzlich verankerte *Digital Plattform Austria* treibt den Digitalausbau in Hörfunk und TV voran. Forschung und Umsetzungen finanzieren sich größtenteils aus den Beitragsmitteln für öffentlich-rechtliche Nutzung. 2005 entkoppelt die bis dahin technisch-konzeptionelle wie personelle Verlinkung mit den Programmaktivitäten des ORF. Zuständig ist weiter „*a new company named ORS (100 percent ORF owned)*"[1144]. Verbindungen zwischen Sender und Politbetrieb würden nicht gekappt.

„*2016 präsentierte sich der ORF erneut als elektronisches Leitmedium des Landes*"[1145], beschreibt der ORF-Jahresbericht. „*Mit der TV-Senderfamilie, der Radioflotte, dem ORF.at-Netzwerk, der ORF-TVthek und den mobilen Angeboten, dem ORF TELETEXT und den neun Landesstudios konnte der ORF die Marktführerschaft in Fernsehen, Radio und Online mit äußerst stabilen Marktanteilen erhalten*."[1146] Die Internetabdeckung in Österreich ist breit. 2009 verfügen 74 Prozent aller Haushalte

[1142] ORF 2016, S. 7
[1143] Vgl. EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria)
[1144] Trappel 2017
[1145] ORF 2016, S.8
[1146] ORF 2016, S.7

über einen Zugang.[1147] Inzwischen liegt die Internetdurchdringung bei 83,9 Prozent.[1148] Andere Quellen sprechen von einer Breitbandausdehnung von 85,1 Prozent.[1149] 81,8 Prozent der 16- bis 74-Jährigen nutzen wenigstens einmal die Woche Online-Services, 72,0 Prozent täglich bis fast täglich.[1150]

„*Der Onlinebereich wird wie in anderen europäischen Ländern von Google und Facebook dominiert.*“[1151] Publikumsaufmerksamkeit erfahren zudem Web-Angebote etablierter einheimischer Mediennamen. Der ORF verzeichnet mit seinem facettenreichen Onlinekonvolut Klickzahlen im obersten Bereich. Ebenfalls die Tagesblätter *Österreich*, *Standard*, *News*, *Kleine Zeitung*, *Presse* oder *Neue Kronen Zeitung* stehen in der User-Gunst. „*Die Onlineausgabe von 'Der Standard' – die erste österreichische Tageszeitung, die im Netz vertreten war – ist mittlerweile das beliebteste Nachrichtenportal des Landes*.“[1152] Portale wie GMX, *MSN Network* oder AON punkten auch ob zusätzlichen Infotainments.

„*Recent research shows that online sites in Austria are in many cases little more than extensions of the main medium*“[1153], schränkt Trappel ein. Außerdem sei die Informationswertigkeit hinblickend auf Diversität stark am Übergewicht einer einzelnen Nachrichtenagentur auszupendeln. „*Most Austrian mass media publishers receive their international, national and economic news from the national news agency Austria Presse Agentur (APA).*“[1154] Nach dem Zweiten Weltkrieg als Kooperation nahezu aller Printverlage entstanden, kommt 1963 der ORF ins Boot. „*In a few years it became the member paying the most important membership fee*“[1155], bekräftigt Trappel und verweist indirekt auf inhärente Abhängigkeiten.

In den letzten Jahren geben sich ORF, *Der Standard* oder die *Kronen Zeitung* sichtbar den Arbeitsauftrag, ihre Onlineangebote webspezifisch aufzubereiten. Unabhängige Web-Redaktionen sorgen für originären oder zumindest plattformadäquat gestalteten Content. Damit emanzipieren sich – im Rahmen gesetzlicher Vorgaben beispielsweise für Netzprodukte Öffentlich-Rechtlicher – die Internetpräsenzen. Aus einer bis dahin gängigen „Zweitverwendung“ für Bestehendes aus den jeweiligen Pri-

[1147] Vgl. Trappel 2017
[1148] Vgl. FH 2017c
[1149] Vgl. EBU 2017b (nach Google Connected Consumer Survey)
[1150] Vgl. EBU 2017b (nach Google Connected Consumer Survey)
[1151] Ifm 2015c
[1152] Ifm 2015c
[1153] Trappel 2017
[1154] Trappel 2017
[1155] Trappel 2017

märmedien werden eigenen Online-Produktsäulen. Für den ORF geht diese Strategie laut Jahresbericht auf:

> „Das ORF.at Network erreichte einen neuen Höchstwert mit pro Monat durchschnittlich mehr als 80 Mio. Visits und ist klarer Marktführer unter den österreichischen Angeboten. Mit durchschnittlich 26,3 Mio. Online-Video-Abrufen pro Monat stellte die ORF-TVthek, gemeinsam mit den Video-Angeboten auf anderen ORF.at-Seiten, im Jahr 2016 einen neuen Rekord auf und festigte ihren Status als beliebteste heimische Online-Plattform für Bewegtbild-Content."[1156]

Neben Video- und Audioinhalten macht der ORF im Digitalen weitere Spielflächen auf. Social Media sind eine Präsenzrichtung. Gewicht liegt maßgeblicher auf Apps und innovativen Serviceadditiven.

Abb. 11_ORF: Online Video- und Audioangebot des ORF

Art	Im Angebot
Free replay/ Catch up	ORF-TVthek
TVOD (pay per view)	ja
TV Internet simulcasts	ja
Sign in	ja
SVOD (pay subscription)	ja
Radio Internet simulcasts	ja
Recommendation system	ja

Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria)

Abb. 12_ORF: Apps und Innovationen des ORF

Art	Im Angebot
Apps für Smartphones/ Tablets	ja
HbbTV	ja
Andere „Connected TV"-Angebote	ja
Apps für Smartwatch	ja
Second Screen	ja
Chatbots	ja
360-Grad-Video/ VR	ja

Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria)

Abb. 13_ORF: Social Media-Angebote des ORF

Art	Im Angebot
Facebook	ja
Twitter	ja
YouTube	-
Andere	ja
Instagram	ja
Snapchat	-
Pinterest	-

Quelle: EBU 2017b (Eurodata TV Worldwide/ AGTT/ GfK Austria)

„*Im Jahr 2016 wurden im ORF.at-Netzwerk durchschnittlich 80,065 Mio. Visits (zusammenhängende Besuche) pro Monat generiert, womit eine Steigerung von 21,3% im Vergleich zu 2015 erzielt wurde.*"[1157] Dabei bestätigte sich die Nachrichtenseite *news.orf.at* als häufig gewählter Einstieg in die ORF-Webpräsenz.

[1156] ORF 2016, S.8
[1157] ORF 2016, S.127f.

Zusammenfassend ist die starke Marktstellung des Öffentlich-Rechtlichen in Österreich herauszuheben. Notationswürdig bleibt eine erkennbare Politisierung von öffentlich-rechtlichen Strukturen und Inhalten. Abbildung 14_ORF bündelt noch einmal Wesentliches anhand des Kategorienrasters.

Abb. 14_ORF: Kategoriengeleitete Übersicht ORF

Kategorie	Ausprägung
Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils	Light Touch (Besonderheit: Single Regulator)
Finanzierungsart	Beitragsfinanziert Gerätegebunden und nach Bundesländern gestaffelt (Besonderheit: marginal werbefinanziert)
Öffentlich-rechtliche Organisationsform	Eher zentralistisch organisiert

Quelle: Weichselbaumer 2017

4.4 RTV SLO (Slowenien)

4.4.1 Öffentlich-rechtliche Basisdaten

Abb. 1_RTV SLO: Öffentlich-rechtliche Anstalten im Überblick

EBU-Mitglied	Akronym	Aktivitäten	Webpräsenz
Radio Televizija Slovenjia	RTV SLO	TV, Radio	www.rtvslo.si

Quelle: Weichselbaumer 2017

„*RTV Slovenija is a Public Institution and non-profit organisation. It renders public service in the field of radio and television activities in accordance to the RTV Slovenija Act*“[1158], eröffnet die Imagebroschüre von Radio Televizija Slovenjia (RTV SLO) die Eigendarstellung. Besagtes Mediengesetz (Artikel 1), verabschiedet am 12. November 2005, fasst RTV SLO als „*public institution of special cultural and national importance performing public service in the field of radio and television activities … with the intention of fulfilling democratic, social and cultural needs of the citizens of the Republic of Slovenia, Slovenians abroad, Slovenian national minorities in Italy, Austria and Hungary, Italian and Hungarian national communities in the Republic of Slovenia*“[1159]. Die als zu bedienend fixierten Gesellschaftsgrößen finden nicht nur produktinhaltlich Niederschlag, sondern auch im Ensemble der Ausspielwege. Die Homepage des Veranstalters listet:

> „(…) three national TV channels, three national radio channels, radio and TV programmes in the regional centres in Koper and Maribor, one radio and TV channel for the Italian and Hungarian national community respectively, radio and TV programmes for the Romany community, radio and TV programmes for Slovenian national minorities in the neighbouring

[1158] RTV SLO 2012a
[1159] RTV SLO 2017a

> countries and Slovenian emigrants and workers abroad, radio and TV programmes for foreign audiences, teletext and an Internet and mobile portal; according to the Law, public service of RTV Slovenia includes a special national TV programme for direct broadcasting of the sessions of the National Assembly of the Republic of Slovenia and its working bodies, and the sessions of the National Council."[1160]

Was aus Zahlengründen vielfältig anmuten mag, sei es keineswegs, belegt das IfM. Eine aus Zeiten Jugoslawiens überkommene Vermischung regierungsparteilicher und medialer Gefilde existiere nach wie vor. Paradebeispiel dafür sei ein strenges juristisches Ahnden von aus Perspektive politischer Führung „unliebsamer" Berichterstattung. Dies komme einer indirekten Zensur gleich.[1161] Verschärfter noch als für den Printbereich gilt dies für den TV- und Radiosektor, der etabliert auf Public Service-Pfeilern ruht:

> „Dem öffentlichen Fernsehen und Rundfunk (Radiotelevizija Slovenija; RTVS) kommt in Slowenien eine recht große Bedeutung zu. Radio Slovenija 1, 2 und 3 erreichen täglich rund 450,000 Hörer. Ausländische Unternehmen sind auf dem slowenischen Radiomarkt nicht aktiv, das liegt auch daran, dass gesetzlich vorgeschrieben ist, dass sie sich zwischen dem TV- und dem Radiomarkt entscheiden müssen."[1162]

Eine Geldeinlage, die sich in einer Epoche transzendierender medialer Gattungsgrenzen im Vergleich zu liberaleren Medienmärkten der Peripherie weniger lohne. Externe Betreiber und Investoren fokussieren auf Umliegende, deren Branchenausrichtung sie fallweise klar dominieren. Sloweniens Medien bleiben en Gros national bestimmt. Anders als in Anrainersystemen behauptet sich das öffentlich-rechtliche Rundfunkangebot.[1163] Mischfinanziert aus Gebühren und geringfügigen Werbeeinnahmen suchen die Rezipienten kontinuierlich dessen Gehalte auf, obgleich jene in Anbetracht eingegangener Public Service-Verpflichtungen oder Präsentationsmechanismen obsolet, konservativ, behäbiger als kommerzielle Produkte anmuten mögen.[1164]

[1160] RTV SLO 2017a
[1161] Vgl. IfM 2015b zu jüngeren Gerichtsverfahren wegen „Geheimnisverrats" oder journalistischen „Falschmeldungen"
[1162] IfM 2015b; Die Akronyme RTVS und RTV SLO werden in der Literatur gleichermaßen benutzt.
[1163] Vgl. Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[1164] Vgl. Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b

4.4.2 Mediengesetzgebung und Regulierung

4.4.2.1 Kommunikative Grundordnung

„*Die Defizite des ersten Mediengesetzes nach der Wende von 1994 wurden in zahlreichen Kommissionen und parlamentarischen Ausschüssen debattiert. Ein schwieriger Aspekt war (nach altem Gesetz) die Vergabe von Frequenzen für neue Anbieter. Hier wurde in Slowenien auch der Vorwurf des Frequenzhandels erhoben*“[1165], rekapitulieren Stegherr und Liesem. Weiter laufe die Limitierung ausländischen Kapitals europäischem Recht konträr.

> „Im ersten Mediengesetz nach der Wende durfte ausländisches Kapital in einem slowenischen Unternehmen, das Tageszeitungen herausgibt oder Rundfunk- und Fernsehsendungen produziert, 33 Prozent nicht übersteigen. Ein Protektionismus, der gegen die Überfremdung in den Medien gedacht war, aber den massiven Zugriff amerikanischer Produktionen auf das Fernsehen nicht verhindert hat.“[1166]

Indessen blockiert das Gesetz sehr wohl ein Engagement externer Kräfte auf Printterrain. Eine neue Fülle der Meinungen und Ausrichtungen wie in anderen staatlichen Transformationskontexten entsteht in Slowenien nicht. Eine fast rein landesintern betriebene Ausdifferenzierung stagniert in mannigfachen Blatttiteln ohne korrespondierende inhaltliche Breite. Im Hörfunk-, TV- und Onlinemarkt nimmt sich die Content-Entwicklung leicht pluralistischer aus.

Das IfM betont neben einem Abgleich mit ähnlich historisch konturierten Exempeln in Zentral- und Osteuropa die Notwendigkeit einer hermeneutischen Vorher-Nachher-Schau: „*Seit der Unabhängigkeit Sloweniens sind die Liberalisierung des Medienmarktes und die Harmonisierung des nationalen Medienrechts mit EU-Medienrecht die wichtigsten Veränderung der Rahmenbedingungen.“*[1167] Die Füllung jenes Rahmens ist mankobehaftet: „*Das Bild von heute ist ein Abglanz von Transitregulation, Privatisierung, Konzentration, und Kommerzialisierung in den 90er Jahren.*“ [1168] Marko Milosavljević und Igor Vobič beklagen anhaltende Strukturschwächen:

> „Media legislation is thorough and restrictive, but media concentration is high and regulatory bodies do not have the autonomy necessary to implement it. Media ownership changes rapidly, bringing uneasiness on the

[1165] Stegherr/ Liesem 2010, S. 109
[1166] Stegherr/ Liesem 2010, S. 109
[1167] IfM 2015b
[1168] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b

media market and making the media landscape difficult to map and interpret.“[1169]

Meinungs- und Pressefreiheit (Art. 39) gleichwohl das Recht auf Berichtigung und Entgegnung (Art. 40) garantiert die Verfassung. Untersagt sind darin Verleumdung, Volksverhetzung und die Anstiftung zu Gewalt und Intoleranz. 2001 erteilt das slowenische Parlament qua Mediengesetz der Regierung den Auftrag zur Medienregulierung. Dazu gehört das Recht, staatliche Rundfunkanstalten zu gründen.[1170] Die Folgejahre sehen eine Reihe medienpolitischer Festsetzungen. 2003 sichert Slowenien den freien Zugang zu Information. 2005 räumt das „Gesetz über RTV Slovenija“ Staat und Regierung wesentliche Zugriffsoptionen ein. Sie ernennen nun allein Programm- und Aufsichtsrat, was einer „*Kontrolle über fast alle leitenden Gremien von ‘RTVS’“[1171]* gleichkommt. „*Wichtigere Personalentscheidungen sind fast vollständig der jeweiligen Regierungsmehrheit im Parlament überlassen, was sich bei rascher Wahlfolge destabilisierend auf die Sendergruppe auswirkt*“[1172], wertet das IfM. Nach Außen „*entstehen negative Auswirkungen auf die Unabhängigkeit, die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen der Bevölkerung in den öffentlichen Rundfunk.*“[1173]

Milosavljević und Vobič bestätigen diesen Eindruck schon hinsichtlich der Genese des Gesetzes. Dessen Entwurf wurde von inländischen Medienexperten wie internationalen Organisationen und Institutionen (unter anderem von der *Internationalen Journalisten Föderation* IJF und dem ER) entschieden angegriffen.

„However the Slovenian government refused to accept any important changes, refused the opinion of the Council of Europe as ‘legally incorrect, wrong and politologically missed from the start’, while Karol Jakubowicz, the chairman of the Steering Committee on the Media and New Communications Services of the Council of Europe, who said that the draft law is ‘a catastrophe’, was labeled by Slovenian Ministry for Culture as ‘a third-rate public servant from Poland’.“[1174]

Ein Referendum im November 2005 votiert mit 50,2 Prozent der Stimmen für die Annahme des Gesetzes.[1175] Weitere Stärkung der politischen Position gegenüber den Medienmachern bringt eine Novellierung des Massenmediengesetzes 2006,

[1169] Milosavljević/ Vobič 2017
[1170] Vgl. IfM 2015b; Versuche waren vorausgegangen, einen konvergenten Rechtsrahmen für sämtliche Medienformen zu finden, scheiterten allerdings an langwierigen Kontroversen im Parlament. „*Zeitlicher Druck in Folge eines angestrengten Vertragsverletzungsverfahren durch die EU führte dann dazu, dass 2011 ein separates Gesetz über audiovisuelle Mediendienste verabschiedet wurde*“ (Arnold 2014, S. 147).
[1171] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b; vgl. auch Milosavljević/ Vobič 2017
[1172] IfM 2015b
[1173] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[1174] Milosavljević/ Vobič 2017
[1175] Vgl. Milosavljević/ Vobič 2017

„*dem grundlegenden Gesetzesdokument über Presse und Massenmedien*“ [1176]. Diese beinhaltet den Anspruch auf Gegendarstellung (Art. 26 Abs. 3 und 4). „*Dabei ermöglicht es (das Gesetz, Anm. d. Verf.) vor allem Regierungsinstitutionen und großen Unternehmen, von denen viele mit der Regierung verbunden sind, alle Arten von Gegendarstellungen zu fordern, was die redaktionelle und journalistische Freiheit stark einschränkt.*“[1177] In diesem Zusammenhang steht die Möglichkeit, Journalisten zur Offenlegung ihrer Quellen zu verpflichten. Zugleich können per Strafgesetzbuch als „geheime Informationen“ deklarierte Inhalte von einer Verbreitung ausgeschlossen werden.[1178] Medienschaffende berichten von spürbarem politischen Druck im Hinblick auf Wahlen oder bei der Berichterstattung über heikle Themen wie Korruption.[1179]

Angesichts der beschriebenen politischen Handhabe im Medienbereich und speziell im Blick auf RTV SLO geben Kritiker allerdings zu bedenken, dass viele andere Wirtschaftszweige Sloweniens genauso eine hohe Staatsquote aufwiesen. Die Mediengesetzgebung folge zudem nicht ausschließlich politischen Machtfaktoren, sondern nehme auch eine „*grundsätzlich sehr unternehmensfreundliche, wenn nicht sogar von Unternehmen bestimmte Richtung*“[1180]. Der Fokus liegt hier auf wenigen vorwiegend inländischen Unternehmen, welche wiederum im starren Zweigwerk staatlich infiltrierter Medienverästelungen begrenzten Spielraum für sich und ihre Produkte gewinnen. Womöglich erscheinen deshalb regulatorische Lücken einladend, die Studien häufig im Bereich intransparenter Besitzverhältnisse ausmachen. Eine Konzentrationsvermeidung durch eindeutige Zuordnung der Portfolios gelingt den Kontrollorganen schwerlich. „*Die Politiknähe und die Ineffizienz der Medienregulierung sind ein strukturelles Problem der slowenischen Medienlandschaft. Auch durch politische und wirtschaftliche Stabilität wird beides nicht unbedingt vermieden.*“[1181] Einen vergleichbaren Zirkelschluss entwerfen Milosavljević und Vobič für Sloweniens Markt elektronischer Medien, welchen sie als weitaus saturiert erkennen. Allein aus der übergroßen Menge an Distribuierenden auf engstem Werbeumfeld ergäben sich programm- wie organisationsrelevante Problemstellungen:

> „This situation causes both a lowering of the program quality and frequent breaches of the Mass Media Act, particularly when it comes to covert

[1176] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[1177] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b; vgl. auch Milosavljevič/ Vobič 2009, S. 633
[1178] Vgl. FH 2015a; 2015c
[1179] Vgl. FH 2015a; 2015c
[1180] IfM 2015b
[1181] IfM 2015b

> advertising. At the same time, the transparency of the media market is inadequate. Most problematic are the opaque ownership situation of many outlets and the non-transparent structure of the advertising market. This is the main reason why there is no official data on the advertising revenue of Slovenian media.“[1182]

Für die slowenische Legislative liege die Hauptaufgabe in einem Verschlanken und Vereinfachen der medienbezogenen Statuten innerhalb der EU-Rahmengebung und einer ökonomischen Stabilisierung vorrangig via Transparenz. Angesichts der verschlungenen staatlichen, öffentlich-rechtlichen, privatwirtschaftlichen Stakeholderpositionen ist diesem Postulat kaum in Kürze und womöglich gar nicht in gewünschter Konsequenz zu begegnen.

4.4.2.2 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils

Arnold sortiert Slowenien unter „klientelistischen Medienregulierungsstil“ ein und verweist auf die Dichte an Regelungen und Vorschriften, welche sich nicht selten widersprächen und deren Anwendung und Effizienz fraglich sei. „*Eine sehr restriktive, detaillierte und oft geänderte Mediengesetzgebung ist (...) für Slowenien kennzeichnend. In der Praxis werden ebenfalls viele der Regelungen, wie insbesondere die Maßnahmen zur Begrenzung von Medienkonzentration und Meinungsmacht nicht wirksam umgesetzt*.“[1183]

Eine Medienregulierung obliegt primär dem Kultusministerium. *Medieninspektor* und *Mediendirektorat* beobachten die gesetzliche Durchsetzung. Eine der Hauptaufgaben ist die Überwachung potentieller Konzentrationstendenzen vor allem im vitalen und für ausländische Investoren – ungleich anderer medialer Sparten – attraktiven privaten Fernsehmarkt. Augenmerk liegt auch auf den gesetzlichen Belangen bezüglich RTV SLO. In seiner Regulierungsarbeit wird das Kultusministerium unterstützt von der *Behörde für Post- und Telekommunikation* (*AKOS*) und dem *Rundfunkrat* (*SRDF*).

> „Die Aufgabe der ‘AKOS’ konzentriert sich auf die Sicherung der Durchsetzung des Telekommunikationsgesetzes und des Massenmediengesetzes. Zudem vergibt sie Rundfunklizenzen auf der Basis bindender Vorgaben des Rundfunkrates, einem unabhängigen Gremium, das unter anderem die Einhaltung der Lizenzbestimmungen seitens der Rundfunkveranstalter überwacht.“[1184]

Der Internetzugang ist prinzipiell einschränkungsfrei. Online-Medien sehen sich

[1182] Milosavljević/ Vobič 2017
[1183] Arnold 2014, S. 292
[1184] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b

wenig umfänglicher Limitierung unterworfen. AKOS als zuständige Instanz übersieht die Einhaltung und Durchsetzung des Gesetzes über elektronische Kommunikation (novelliert 2007). Angelegentlich ist es, den Wettbewerb auf dem Markt zu gewährleisten, „*um den Nutzern qualitativ hochwertige, moderne und bezahlbare Dienste zu ermöglichen*“[1185].

> „The Agency’s mission is to promote competition, to ensure equal conditions for the operation of electronic communication network operators and service providers, as well as providers of postal and railway services, to manage the radio frequency spectrum and numbering space, to monitor radio and television programming content, and to protect consumer rights in the Republic of Slovenia as well as the European Union.“[1186]

Eine Selbstregulierung obliegt seit 1997 dem slowenischen *Presserat* (*Novinarsko Castno Razsodišce*). Die vielgestalte enge Verschränkung von Staatspolitik und Medienmarkt resultiert im Falle Sloweniens repetierend in Kontroversen auf nationalen und internationalen Bühnen. Besonders die EU mahnt mit gewisser Regelmäßigkeit Verstöße an und trägt Veränderungen auf.[1187] Das Vertragsverletzungsverfahren 2011, von der EK auf den Weg gebracht, führt zur Verankerung der europäischen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMS) in Sloweniens nationaler Gesetzgebung. Andere supranationale Kritikpunkte blieben bislang nicht eingelöst. Stegherr und Liesem rekapitulieren: „*Nunmehr gehört Slowenien, das sich so sehr um europäische Standards bemüht, zu den wenigen Staaten Europas, in denen die Rundfunkregulierung in die Kompetenz der Regierung fällt.*“[1188] Bedenklich sei in diesem Zusammenhang, dass das Gründungsrecht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und somit dessen Ausgestaltung ebenfalls bei der Staatsführung liege.

„*Although established by the Republic of Slovenia, RTV Slovenia acts as an independent and autonomous public service broadcaster*“[1189], erklärt dagegen der Veranstalter. „*Programme management and journalists co-operate with government/official bodies on an equal level, and do not take or execute their orders or instructions*.“[1190] Dies übersetze sich in ein ausgewogenes Programm, dessen nachrichtliche Berichterstattung sich versteht als „*integral and detailed reporting on the work of government and other official bodies and cover(s) with due accuracy and in detail the viewpoints of the opposition and the representatives of civil society“*[1191].

[1185] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b; vgl. auch Milosavljevič/ Vobič 2009, S. 634ff.
[1186] AKOS 2017
[1187] Vgl. Stegherr/ Liesem 2010, S. 111
[1188] Stegherr/ Liesem 2010, S. 111
[1189] RTV SLO 2017b
[1190] RTV SLO 2017b
[1191] RTV SLO 2017b

Interne und externe Medienregulierung respektive regierungspolitische Andockstellen verweben. RTV SLO stehen zwei Gremien voran, eines das sich stärker in Inhalt und Management einbringt (*Programme Council; Programmrat*), ein zweites, das Kontrolle forciert (*Supervisory Council; Aufsichtsrat*). Der Programmrat besteht aus 29 Mitgliedern, die über einen gesellschaftlich-politisch austarierten Schlüssel besetzt werden. Die berücksichtigten Positionen wirken auf den ersten Blick vielleicht ausgewogen in der Abdeckung sozialer wie kultureller auch minderheitensensibler Aspekte, technischer und wirtschaftlicher Warten – auf nationalem und dezidiert regionalem Niveau. Engere Betrachtung sieht die Verbindung zur Regierung über die Institutionen, aus denen Repräsentanten entsandt werden und über eine Auswahl jener.[1192] „*Two members are appointed by the President of the Republic on a proposal from registered religious communities*“[1193], verlangt die Satzung oder legt des Weiteren fest:

> „Five members are appointed by the National Assembly on a proposal from political parties, as closely as possible reflecting the proportional representation of the parties in the National Assembly. Sixteen members are appointed by the National Assembly on a proposal from the viewers and listeners of the programmes of RTV Slovenia; universities, faculties and associations, associations' unions and their organizations, particularly in the fields of art, culture, science and journalism, and other civil-society organisations, with the exception of political parties and their forms of organisation.“[1194]

Selbst bei den drei aus RTV SLO-eigenen Reihen zu Bestellenden, die nach der Richtlinie von den Mitarbeitenden des Senders aus den Bereichen Information, Kultur und Kunst sowie Technik zu wählen sind, ergeben sich bei der Annahme der Vorschläge Steuerungsmöglichkeiten. Final hat die Nationalversammlung die Wahl abzusegnen. Der Programmrat nimmt seine Arbeit für vier Jahre auf, wobei nach jeweils zwei Jahren die Hälfte der Mitglieder ausgetauscht wird.[1195]

Die Tätigkeitsfelder sind auf Programmliches und in der Regel konkret Inhaltliches bezogen. Die Einflussnahme erschöpft sich meist in Beratung der Eingaben des *Generaldirektorats* oder des wesentlich potenter als der Programmrat ausgestatten Aufsichtsrats. Gehaltvoll könnten die Stimmen des Programmrats in allein einem Punkt werden, bei seiner Aufgabe „*to appoint and relieve the Director General and provide*

[1192] Vgl. Milosavljević/ Vobič 2017
[1193] RTV SLO 2017a
[1194] RTV SLO 2017a
[1195] Vgl. RTV SLO 2017a

prior consent as to the appointment and removal of radio and television directors“[1196]. Überraschungen sind hier keine zu erwarten.[1197]

„*The Supervisory Council consists of eleven members, five of which are appointed by the National Assembly, representing the proportional representation of political parties in the National Assembly; four are appointed by the Government and two are directly elected by the employed of RTV Slovenia*“[1198], sehen die Statuten vor. Die programminhaltliche Arbeit erfolgt unter Einbezug des beratenden Programmrats. Finanzpläne sind abzusegnen, Jahresberichte zu prüfen und die Managmenttätigkeit des Generaldirektors zu überschauen. Dem Aufsichtsrat kommt in seiner Konzentration auf wenige Repräsentanten, bei hoher regierungspolitischer Aufladung über direkte Ernennung sowie über Mehrheitsverhältnisse in der Nationalversammlung, welche weitere Entsendungen determinieren, maßgebliches Gewicht zu.

Die angesprochene Schieflage zwischen nach außen hin pluralistisch-demokratischer Anmutung in vielfacher Statutenhinsicht und einer de facto eng an Regierungsvoten gebundenen Praxis manifestiert sich abermals in der Wahl des Generaldirektors. Vom Programmrat auf vier Jahre bestellt, genauer nach öffentlicher Kandidatenanhörung bestätigt, laufen Ernennungswege über politische Brücken.[1199] „*The Director General appoints – on the basis of a public call and given a prior consent from the Programme Council – the Director of Radio and TV, Deputy Director General for national programmes and other editors-in-chief (on a proposal from directors of radio and television). All these functions require prior public calls*“ [1200], fordert das Prozedere. Die Option, von Radio- oder TV-Direktion vorgeschlagene Chefredakteursanwärter durch Einspruch der Mitarbeitenden im jeweiligen Feld zu verhindern, ist de jure gegeben. Sollte es dazu kommen, kann der Generaldirektor über die Positionsvergabe befinden, welcher der Programmrat – wie gewohnt pro forma – zuzustimmen hat. Milosavljević und Vobič warnen, die Machtkonzentration in der Position des Generaldirektors bedrohe die Unabhängigkeit von RTV SLO.[1201]

[1196] RTV SLO 2017a
[1197] Vgl. Milosavljević/ Vobič 2017
[1198] RTV SLO 2017a
[1199] Vgl. Stegherr/ Liesem 2010, S. 111
[1200] RTV SLO 2017a
[1201] Vgl. Milosavljević/ Vobič 2017

4.4.2.3 Kategorie: Finanzierung

„*The Public Institution RTV Slovenija is funded from several sources, namely RTV licence fee, commercial activities, the state budget and from sponsorship, donations and other sources, in accordance with the legislation and with the RTV Slovenija Statutes*“[1202], erklärt RTV SLO. Die Abgabe ist gekoppelt an Gerätebesitz und die Möglichkeit zum Empfang. „*RTV licence fee payers are natural or legal persons with a radio and television receiver in the territory of the Republic of Slovenia, where technical conditions enable the reception of at least one RTV Slovenija channel.*“[1203] Momentan fließen Beträge von mehr als 600.000 Einzahlern in die Töpfe. Etwa 2 Prozent dieser Einnahmen werden an das *Slowenische Filmzentrum* abgeführt. Der Rest verbleibt beim Öffentlich-Rechtlichen.[1204] Über die Beitragshöhe befindet das slowenische Parlament. Ein direkter politischer Durchgriff ist gegeben, anders als in Ländern, die eine dritte Position zwischenschalten, um ein Dreieck Öffentlich-Rechtlich/ Staatsorgane/ Mittelbeschaffung zu konstruieren.

Für RTV SLO addieren zu Obigem Erträge aus Veranstaltungen, Konzerten und Erlöse aus Merchandising oder dem Tonträgergeschäft. „*RTV Slovenija includes also the Symphonic Orchestra, the Big Band, the Chamber Choir, the Children's and Youth Choirs, a team of music producers, a music library ‘Nototeka’ and the RTV Slovenija Record Label*“[1205], zählt die Senderfamilie in diesem Zusammenhang auf. Im Vergleich zu den Beitragszuflüssen sind diese Posten marginal.

Abb. 2_RTV SLO: Finanzierung von RTV SLO (EUR in Millionen)

Art der Finanzierung (EUR in Millionen)	**2013**	**2014**	**2015**
Staatliche Zuwendungen	2.20	2.04	1.93
Beiträge/ Gebühren	90.31	91.37	93.51
Andere öffentliche Einnahmen	1.07	0.68	0.90
Werbung	12.38	13.55	11.75
Andere kommerzielle Einnahmen	10.82	10.30	10.19
Andere Einnahmen	0	0	0
Einnahmen gesamt	116.78	117.94	118.28

Quelle: EBU 2016e (Mitgliederdaten)

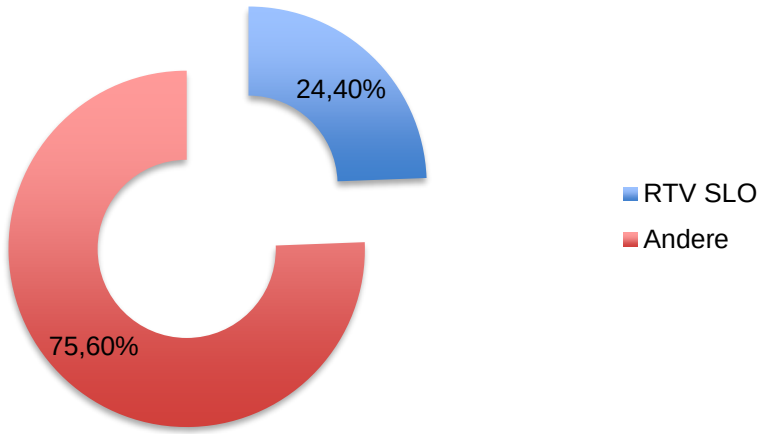
[1202] RTV SLO 2012a
[1203] RTV SLO 2012a
[1204] Vgl. EBU 2016d
[1205] RTV SLO 2012a

4.4.2.4 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform

Die in den rechtlichen Verankerungen angelegte Verjüngung auf die Stellung des Generaldirektorats und der Direktoren für TV und Radio, spiegelt das Organigramm, welches nach den beiden Ausspielformen ausdifferenziert. Eine eigenständige Säule „Online“ oder „Multimedia“ fehlt. Digitale Plattformaktionen koppeln an die genannten „Muttermedien“. Dies fügt sich in die dem gesamten slowenischen Rundfunkmarkt eigene rechtliche wie ökonomische Trennung in reine Audio- oder audiovisuelle Veranstaltungen. Konsequent sind zwei Wettbewerbsareale in der dualen Konkurrenz zu bedienen.

„*Trotz zahlreicher privater Radiosender, die in den vergangenen Jahren gegründet wurden, gehören die zwei öffentlich-rechtlichen Kanäle Val 202 und Ra SLO 1 noch immer zu den am meisten gehörten Programmen im Land*“[1206], belegt der *Atlas Medienfreiheit* als anhaltende Tendenz.

Abb. 3_RTV SLO: Top Radio-Betreiber in Slowenien 2015 nach Marktanteil



Quelle: EBU 2016e (Mitgliederdaten, mediana d.o.o.)

Abb. 4_RTV SLO: Top Radio-Stationen in Slowenien 2015 nach Marktanteil

Top Radio-Stationen	Gruppe/ Betreiber	Status	2015 Marktanteil
Radio 1	Infonet Media	privat	13,9%
Radio Aktual	Media 24	privat	13,3%
Val 202	RTV SLO	öffentlich-rechtlich	12,0%
Radio PRVI	RTV SLO	öffentlich-rechtlich	7,3%
Radio City	Radio City	privat	6,6%

Quelle: EBU 2016e (Mitgliederdaten, mediana d.o.o.)

Die für den öffentlich-rechtlichen Bestand ausgewiesene Staatsnähe – trotz augenscheinlich pluralitätswahrender juristischer Grundlagen – bestätigt sich für Privat-

[1206] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b

Kommerzielles. Thomas Klock beschreibt das Streben zu demokratischer Medienauffassung auf Seiten vieler Medienschaffender selbst. Politische Eliten hielten zeitgleich an Einflussmöglichkeiten fest, wie sie schon vor der Wende obligat waren und neue Entwicklungen hemmten oder wenigsten infiltrierten.[1207] Derlei geschuldet bliebe die Lage von Sloweniens Radiolandschaft unübersichtlich, beklagen Milosavljević und Vobič:

> „Precisely radio stations have never really recovered from the consequences of privatization and lack of strategy in Slovenian media system. No foreign investor is present in Slovenian radio broadcasting at the moment, while a number of stations are owned by the same or connected companies or persons. At the same time, allocation of broadcast licenses was mostly based on personal relations rather than on preset criteria.“[1208]

Klock erkennt die Wurzeln solch diffuser Zustände in der Historie: „*1991 besaß Slowenien zusätzlich zu den acht Radioprogrammen, die die staatliche RTV produzierte, auch 17 lokale und zwei Studentenradios, allesamt nichtkommerziell und von RTV unterstützt*.“[1209] Dies sei damals nicht sorgsam ausgerichtet an öffentlich-rechtlichen Programmauftragslinien oder vereinbarter finanzieller Ausstattung und Aufwendung geschehen, bringen Stegherr und Liesem falldeskriptiv vor.[1210] Klock erinnert daran, dass „*im Radiobereich schon in den 1980er Jahren munter Radiostationen, auch von offiziellen Stellen, gegründet wurden, die sogar den Zweck hatten, Werbegelder aus dem benachbarten Ausland via Overspill abzuschöpfen“*[1211]. *RTV Maribor* initiiert ein „*deutschsprachiges Urlauberradio*“[1212], welches in die Werbe- und Medienlandschaft der Steiermark einstrahlt und Gewinne abzieht. Der folgende Disput mit dem ORF und der EBU wird ausgesessen. „‘*Radio MM2’ trotzte allem Gegenwind, erst durch die slowenische Mediengesetzgebung wurde aus ihm ‘Radio Slovenia International RSI’, heute ein nichtkommerzielles, öffentlich-rechtliches Serviceprogramm in mehreren Sprachen*.“[1213]

Ebenfalls vor dem Umsturz angelegt ist die breite Palette an medialen Erzeugnissen im Print- genauso wie im elektronischen Bereich. Dieser entspricht keine adäquate Meinungsvielfalt. Über eine Konzentration in wenigen Händen kommt es zu keiner belebenden Konkurrenz auf überschaubarem Publikumsterrain.

> „Der politischen Doktrin entsprechend waren sie (die Radiosender,

[1207] Vgl. Klock 2003, S. 106
[1208] Vgl. Milosavljević/ Vobič 2017
[1209] Klock 2003, S. 107
[1210] Vgl. Stegherr/ Liesem 2010, S. 107
[1211] Klock 2003, S. 107
[1212] Klock 2003, S. 108
[1213] Klock 2003, S. 8

> Anm. d. Verf.) nicht in privaten Händen, sondern befanden sich in öffentlichem Besitz (Gebietskörperschaften, Bildungseinrichtungen, Behörden etc.). 1996 wurde mit der Umsetzung des neuen Mediengesetzes dahingehend begonnen, als diese Radios den Status von 'lokalen nichtkommerziellen' Programmen erhielten (2000: 22 Radios) und kommerzielle Radioprogramme ergänzend zugelassen wurden."[1214]

Angesichts der besprochenen Marktstruktur sei bis in diese Tage eine konstante Spitzenposition des öffentlich-rechtlichen Hörfunks erklärbar, werten Stegherr und Liesem.[1215]

Direkt nach der Öffnung des Marktes für private Betreiber verzeichnet das Jahr 2000 allein 46 Radio-Neugründungen. Deren Gros setzt auf Musik und Promiberichterstattung. Programmlich ähnlich ausgerichtete Gründungen folgen. Heute senden in Slowenien insgesamt rund 90 Radiowellen. Bisweilen sollen Nachrichten aus der unmittelbaren Umgebung für eine gewisse Hörerbindung qua suggerierter geografischer Themennähe sorgen. Realiter liegt hierin ein marginaler Mehrwert. Vieles ist Kolorit: „*Meist von Werbung und Musik dominiert, spielen diese Lokalsender bei der öffentlichen Meinungsbildung eine eher untergeordnete Rolle.*"[1216] Wo private Sender im Nachrichtengeschäft kaum punkten, erzeugt ein Einzelner über andere Inhalte Einschaltimpulse. *Radio Ognjisce* erreicht mit religiösen Einordnungen mehr als zwei Drittel der Gesamtbevölkerung.[1217]

Der Hörfunkprogrammkatalog von RTV SLO ist aus der lange monopolistischen Tradition heraus thematisch bunt. Die drei nationalen Sender sind in Ljubljana angesiedelt. Die regionalen Stationen stellen ihren Service in Slowenisch oder in Minderheitensprachen zur Verfügung. Eine Sonderrolle in den Statuten wie in der programmlichen Ausrichtung nimmt die Welle *Radio Slovenia International* ein. Der Marktanteil der RTV SLO-Radioangebote liegt 2015 bei 24,4 Prozent bei einer wöchentlichen Reichweite (basierend auf 15 Minuten konstanter Verweildauer) von 36,7 Prozent.[1218]

[1214] Klock 2003, S. 107
[1215] Vgl. IfM 2015b
[1216] Stegherr/ Liesem 2010, S. 108f.
[1217] Vgl. Stegherr/ Liesem 2010, S. 109
[1218] Vgl. EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Abb. 5_RTV SLO: Top Radio-Stationen innerhalb von RTV SLO

Top Radio-Stationen	Genre	2015 Wöchentliche Reich-weite	2015 Marktanteil
Val 202	Unterhaltung	22,7%	12,0%
Radio PRVI	Generalist	13,3%	7,3%
Radio Koper	Regional/ lokal	3,4%	1,9%

Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Weitere Radio-Stationen:
National: Ars (Kultur/ Bildung), Radio SI
Regional/ lokal: MMR, Radio Capodistria, Radio Maribor
Web-only: Sport 202

Abb. 6_RTV SLO: Art der Radio-Stationen innerhalb von RTV SLO

Art der Radio-Station	Anzahl
Nationale Stationen	4
Regionale/ Lokale Stationen	4
Regionale/ Lokale Fenster	0
Internationale Stationen	0
Nachrichtenstationen	-
„DAB-only"-Stationen	-
„Web-only"-Stationen	ja

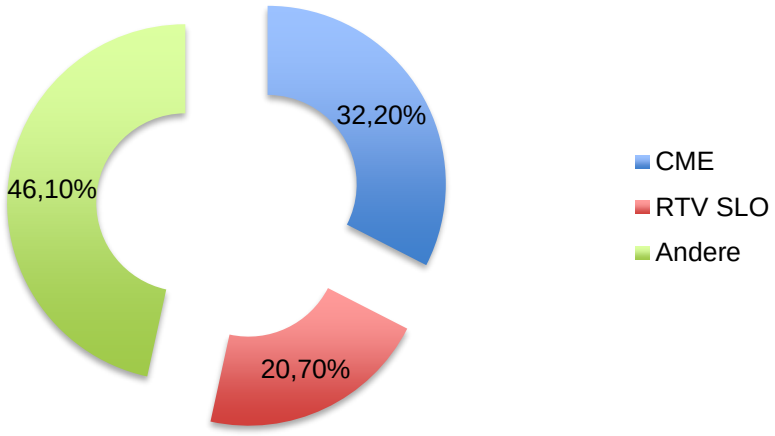
Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Wie der Hörfunkmarkt ist das Fernsehfeld in seiner augenscheinlichen Zersplitterung hoch verengt bezüglich der Betreiberadressen. Mehr als vierzig TV-Programme verzeichnet Sloweniens Gesamt-Portfolio, von denen manche reduziert auf reine Kabeldistribution eine Einhaltung strenger Lizenzvorschriften umgehen.[1219] Nahezu alle slowenischen Haushalte verfügen über ein Fernsehgerät, „*damit kann gerade das Fernsehen die Meinungsbildung erheblich beeinflussen*"[1220]. Kabelfernsehen empfängt rund die Hälfte, ein Fünftel aller Haushalte schaut auch über Satellit. „*In die slowenischen Kabelnetze werden neben den einheimischen Programmen noch an die 30 ausländische (deutsche, österreichische, britische, amerikanische u.a.) Programme eingespeist. Somit besteht auch hier ein vergleichbarer Wettbewerb zu den übrigen europäischen Staaten*."[1221] Von tatsächlichem Pluralismus kann wiederum kaum die Rede sein. Rechtliches Gerangel um Ausspielwege und Inhalte durchzieht die slowenische Medienpolitik seit Langem. In- und ausländische Stimmen fallen sich dabei oftmals ins Wort. Konträr zu den vorwiegend einheimisch bespielten Print- und Hörfunksektoren, verantworten außerslowenische Firmen die drei bedeutendsten kommerziellen Fernsehsender. *POP TV und Kanal A* des amerikanischen Konzerns *Central European Media Enterprises (CME)* und TV3 des kroatischen Unternehmers Ivan Caleta führen seit Jahren den Privatsektor an.[1222] Öffentlich-rechtliche Angebote

[1219] Vgl. Stegherr/ Liesem 2010, S. 108
[1220] Stegherr/ Liesem 2010, S. 109
[1221] Stegherr/ Liesem 2010, S. 109
[1222] Vgl. Milosavljević/ Vobič 2009, S. 637

in Marktanteilen und Reichweiten erheblich zurückzudrängen, gelingt bislang nicht. *„'RTVS' gilt als größtes Medienunternehmen Sloweniens und spielt aufgrund seines rechtlichen Status als öffentlicher Sender die wichtigste Rolle im Hinblick auf Vielfalt und Qualität seiner Produktionen*“[1223].

Abb. 7_RVT SLO: Top TV-Betreiber in Slowenien 2015 nach Marktanteil



Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Abb. 8_RTV SLO: Top TV-Sender in Slowenien 2015 nach Marktanteil

Top TV-Sender	Gruppe/ Betreiber	Status	2015 Marktanteil
Pop TV	Pro Plus (CME)	privat	19,8%
Slovenija 1	RTV SLO	öffentlich-rechtlich	13,5%
Kanal A	Pro Plus (CME)	privat	9,2%
Planet TV	Telekom Slovenije/ ANT1 Group	privat	8,0%
Slovenija 2	RTV SLO	öffentlich-rechtlich	6,7%
KINO	Pro Plus (CME)	privat	1,4%
Slovenija 3	RTV SLO	öffentlich-rechtlich	1,3%
TV3 Medias	Pink SI	privat	1,2%
Discovery	Discovery Communi-cations	privat	1,2%
Minimax	AMC Networks	privat	1,2%

Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Derzeit gibt es drei landesweite öffentlich-rechtliche, rein slowenischsprachige Fernsehsender: TV SLO 1, TV SLO 2 und TV SLO 3. Letzterer wurde 2008 mit der Digitalisierung der Übertragungswege eingeführt und ist als Parlamentskanal *(Parlamentarni Program)* konzipiert. Dazu addieren aus Maribor *Tele M* (teilweise ungarischsprachig) sowie im Küstenland das Programm aus Koper (*TV Koper-Capodistria*), wobei jenes überwiegend italienischsprachige Sendungen bietet. Seit dem

[1223] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b

Umstieg auf DVB-T haben sich deren Sendegebiete erheblich vergrößert. Der Marktanteil weist 21,7 Prozent (2015) auf bei einer wöchentlichen Reichweite von 58,5 Prozent.[1224]

Abb. 9_RTV SLO: Top TV-Sender innerhalb von RTV SLO

Top TV-Sender	Genre	2015 Wöchentliche Reichweite	2015 Marktanteil
Slovenija 1	Generalist	49,3%	13,5%
Slovenija 2	Generalist	38,1%	6,7%
Slovenija 3	Nachrichten	11,0%	1,3%

Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Weitere TV-Sender:
Regional/ lokal: TV Koper Capodistria, TV Maribor

Abb. 10_RTV SLO: Art der TV-Sender innerhalb von RTV SLO

Art des TV-Senders	Anzahl
Nationale Sender	3
Regionale/ lokale Sender	2
Regionale/ lokale Fenster	0
Internationale Sender	0
HD-Kanäle/ Simulcast(s)	ja
Nachrichtenkanal/ -kanäle	ja
Sportkanal/ -kanäle	-
Kinderkanal/ -kanäle	-
Jugendkanal/ -kanäle	-

Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Ende der 2000er beginnen die großen Tageszeitungen Produkte in integrierten Nachrichtenredaktionen multimedial aufzubereiten und die Spezifika der Ausspielwege in Format und Inhalt divergent zu bedienen. Nach und nach gehen auch TV- und Radiobetreiber dazu über, eigenständige vor allem Aktualitätenplattformen aufzunehmen. Online erzeugt damit Zusätzliches und Originäres, anstatt wie bis dahin anderswo Versendetes zu reproduzieren. Desolat erzeigt sich in diesem Zusammenhang der bleibend niedrige Status von „Online-Journalisten“. Deren Besoldung ist weit geringer als jene der Print-, Audio- oder Fernsehkollegen. Wenige Kunden finden sich, welche Online Werbung schalten wollen. Zahlwilliges Publikum für Internetinhalte gibt es kaum. Bei einer Durchsetzung von 73,1 Prozent wäre ein potentielles qua Internet erreichbares Publikum vorhanden.[1225] „*In recent years two issues emerged in the Slovenian digital media arena: first, the weak social status of online journalists, and second, the search for a new economic model*“[1226], überblicken Milosavljević und Vobič. Das derzeitige Konglomerat an Interessen sei geprägt von Ver-

[1224] Vgl. EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)
[1225] Vgl. FH 2017b
[1226] Milosavljević/ Vobič 2017

werfungen, die in einem unverkennbar politdurchdrungenen slowenischen Mediensystem immer wieder auf die Legislativgebung zurückfielen.

Eine Übervorteilung digitaler Konkurrenz etwa zu Gunsten öffentlich-rechtlicher respektive staatlicher Stakeholder ist damit nicht gemeint. Grundsätzlich soll Gleichberechtigung herrschen. 2013 garantiert Slowenien per Gesetz Netzneutralität. Providern ist es untersagt, den Internet-Datenverkehr zu beschränken, auch hinsichtlich ökonomischer Gesichtspunkte.[1227] „*Damit sichert Slowenien ein offenes und echtes Netz*."[1228] Anklang findet das in der Bevölkerung. 78 Prozent der Haushalte haben 2015 bereits einen Zugang,[1229] 2008 waren es erst 59 Prozent.[1230] Diese Freiheit des WWW ist zäh errungen. Die Mediengesetzgebungsprozesse Sloweniens überlagert ein lähmendes Hin und Her zwischen liberalen Neuerern, die etwa im Sinne der EU für Meinungspluralismus eintreten, und konservativen Kräften, welche den aus jugoslawischen Zeiten gewohnten Einfluss auf Markt und mediale Produkte nicht aufgeben wollen.[1231] Dieses anhaltende Gezerre prägt die Gestaltung einer kommunikativen Grundordnung seit der Unabhängigkeit.

Tatsächlich ist die Akzeptanz öffentlich-rechtlicher Online-Produkte bei den Rezipienten in Slowenien groß. Nach *Google*-Suchmaschinen, *Facebook*, *YouTube* und einem Kleinanzeigenformat, rangieren Nachrichtenquellen wie *24ur.com* (verbunden mit POP TV) oder *Siol.net* (Portal der slowenischen Telekom) mit *Rtvslo.net* auf obersten Rängen.[1232] Heute unter *Rtvslo.si* verfügbar ist ein Strauß an Texten, Videos und Audios, direkt angebunden an jeweilige auch im Livestream verfolgbare TV- und Radio-Erstausspielwege sowie eingebettet in oder erzeugt einzig für virale Berichterstattung.

Abb. 11_RTV SLO: Online Video- und Audioangebot von RTV SLO

Art	Im Angebot
Free replay/ Catch up	RTV 4D
TVOD (pay per view)	-
TV Internet simulcasts	ja
Sign in	ja
SVOD (pay subscription)	-
Radio Internet simulcasts	ja
Recommendation system	ja

Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

[1227] Vgl. Meister 2013
[1228] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b
[1229] Vgl. Statista 2016
[1230] Vgl. Milosavljević/ Vobič 2017
[1231] Vgl. IfM 2015b
[1232] IfM 2015b (Zahlen 2014: Alexa.com)

Abb. 12_RTV SLO: Apps und Innovationen von RTV SLO

Art	Im Angebot
Apps für Smartphones/ Tablets	ja
HbbTV	ja
Andere „Connected TV“-Angebote	ja
Apps für Smartwatch	-
Second Screen	-
Chatbots	-
360-Grad-Video/ VR	-

Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Abb. 13_RTV SLO: Social Media-Angebote von RTV SLO

Art	Im Angebot
Facebook	ja
Twitter	ja
YouTube	ja
Andere	-
Instagram	ja
Snapchat	-
Pinterest	-

Quelle: EBU 2016e (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Das Kaleidoskop an Ressorts und journalistischen Darstellungsformen – vom LiveTicker über Tagesaktuelles bis zu regionaler Hintergrundberichterstattung – entspricht dem öffentlich-rechtlichen Verständnis eines inhaltlich weitgreifenden Vollprogrammes. Die Anbindung an den Programmauftrag ist erkennbar gesucht. Exemplarisch lässt sich an der Evolution des öffentlich-rechtlichen Online-Auftritts eine Amplifikation für den gesamten slowenischen Internetmedienbetrieb festmachen:

> „The transition of print and broadcast media companies to the Internet has begun in the second half of the 1990s, when a ‘we-have-to-be-online’ attitude mentality prevailed in the Slovenian media system. Media companies thus implemented a ‘shovel ware’ concept, publishing only selected content of in-house print or broadcast news teams.“[1233]

Sloweniens öffentlich-rechtliche Veranstalter bewegen sich zusammenfassend in einem scheinbar pluralistischen Markt, der eine Fülle medialer Produkte kennt. Diese stammen aus wenigen Quellen. Rechtliche Setzungen würden für Pluralität sprechen, die politische Einflusspraxis auf die Medien zeigt ein anderes Bild. Insgesamt behaupten sich öffentlich-rechtliche Angebote am Markt, der vorrangig in den hergebrachten Säulen TV und Radio funktioniert. Abbildung 14_RTV SLO bringt eine kategoriengeleitete Kurzbilanz:

[1233] Milosavljević/ Vobič 2017

Abb. 14_RTV SLO: Kategoriengeleitete Übersicht RTV SLO

Kategorie	Ausprägung
Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils	Klientelistisch (Besonderheit: Wenig integriert aufgebaut)
Finanzierungsart	Mischfinanzierung (Besonderheit: Anteilig gebühren-, werbe- und sponsoringfinanziert)
Öffentlich-rechtliche Organisationsform	Anteilig zentralistisch und in regionalen Schwerpunkten organisiert

Quelle: Weichselbaumer 2017

4.5 MTVA (Ungarn)

4.5.1 Öffentlich-rechtliche Basisdaten

Abb. 1_MTVA: Öffentlich-rechtliche Anstalten im Überblick

EBU-Mitglied	Akronym	Aktivitäten	Webpräsenz
Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap	MTVA	TV, Radio	www.mtva.hu
Duna Médiaszolgáltató	DMS	TV, Radio	www.dunamsz.hu

Quelle: Weichselbaumer 2017

„*MTVA provides approximately 40,000 hours of television, as well as 52,000 hours of radio programming each year*“[1234], rechnet die veranstaltereigene Website vor. Täglich erreichten Inhalte der MTVA-Plattformfamilie geschätzt 99 Prozent der ungarischen Haushalte. Publika in ganz Europa, Amerika und Australien würden gleichfalls versorgt. „*Since its foundation in 2011, MTVA has unified and streamlined all content production and asset management for the entire Hungarian public service media, thus becoming the largest media service organization in Hungary*“ [1235], schreibt sich der zu Deutsch *Mediendienstleistungs- und Vermögensfonds* zu. Dessen Installierung, eine Maßnahme der Staatsführung, ruft im Land wie bei EU-Partnern Gegenwehr auf den Plan.[1236] Zu diesem Zeitpunkt, im Frühsommer 2011, sind die Gemüter bereits erhitzt. Ein halbes Jahr zuvor hatte die Regierung Orbán mit einem neuen Mediengesetz international massive Kritik erregt. *Der Spiegel* notiert: „*Das ungarische Parlament hat mit der Zweidrittelmehrheit der rechtspopulistischen Fidesz-Partei ein scharfes Mediengesetz verabschiedet. Print- und Onlinemedien*

[1234] MTVA 2017a
[1235] MTVA 2017a
[1236] Vgl. Verseck 2011

müssen danach existenzgefährdende Strafen fürchten, wenn sie gegen vage formulierte Richtlinien verstoßen.“[1237] Die Macht der *Nationalen Medien- und Infokommunikationsbehörde* NMHH (*Media Council of the National Media and Infocommunications Authority*) ist jetzt in der Verfassung fixiert. Sie dockt rechtlich und organisatorisch an das *Ministerium für Kommunikation und Information* an. Ihrem neu installierten *Medienrat* sollen mehrheitlich Mitglieder der Regierungspartei angehören. Der öffentlich-rechtliche Sektor hat sich unter einheitlicher Ägide zu versammeln. Unter dem Dach der extra gegründeten MTVA rücken die vier mit öffentlichen Mitteln betriebenen und bis dahin singulär agierenden Medienadressen zusammen. Somit wandern die Fernsehsegmente *Magyar Televízió* (MTV, seit 1957) und *Duna TV* (seit 1992), der Radiokomplex *Magyar Rádió* (MR, seit 1925) sowie die Nachrichtenagentur *Magyar Távirati Iroda* (MTI, seit 1880) im Zuge der rechtlichen Verschwisterung de facto unter die Kontrolle der Regierung.[1238] Dies gilt auch für mit Genannten evolvierende Internetpräsenzen der folgenden Jahre in ihrer jeweiligen Bindung an das Muttermedium.[1239]

„*MTVA operates 6 television channels, 9 radio stations, a news agency (MTI) and numerous new media outlets*“[1240], beschreibt sich das Angebot. Trotz solchen Portfolios stelle sich keine pluralistische Abdeckung gesellschaftlicher Meinungen ein, rügt das IfM. Die eigene, für alle Plattformen und Kanäle zuliefernde, ergo einzig Agenda-Setting betreibende Nachrichtenagentur MTI unterlaufe Ideen von Vielfalt. Reelle Programmalternativen gäbe es aufgrund rigider personeller Entscheidungen, welche wiederum inhaltliche Ausprägung determinierten, zusehends weniger:

> „Durch die staatliche Neuausrichtung haben die in der MTVA zusammengelegten Unternehmen rund 1000 Journalisten oder ein Drittel der gesamten Belegschaft entlassen. Offiziell wurden die Entlassungen als notwendige Sparmaßnahmen verkauft, nicht wenige innerhalb der Journalistenszene vermuten jedoch, dass sie politisch motiviert waren.“[1241]

Keno Verseck bestätigt diesen Eindruck. Das Ausmaß der Eingriffe in die Belegschaftsverhältnisse der MTVA nennt er im Sommer 2011 „*beispiellos*“ und beschreibt:

> „Knapp ein Drittel der 3400 Beschäftigten soll bis Herbst gehen. 550 Redakteure, Reporter und Techniker erhielten dieser Tage bereits ihre Kündigung, darunter ganze Abteilungen und Redaktionen wie etwa das

[1237] Spiegel 2010a
[1238] Vgl. zur Struktur vorher und angelegentlichen Prozessnahmen der Neuerung Stegherr/ Liesem 2010, S. 264ff.; Szekfü/ Somogyi 2009, S. 706ff.
[1239] Vgl. IfM 2015a
[1240] MTVA 2017a
[1241] IfM 2015a

> Korps der Parlamentskorrespondenten des Staatsfernsehens MTV. Unter den Entlassenen sind nicht nur solche, die als explizit regierungskritisch gelten. Gefeuert wurden auch viele prominente und preisgekrönte Journalisten, deren innen- und außenpolitische Berichterstattung für Ausgewogenheit und Qualität stand.“[1242]

2015 verschärft eine Gesetzänderung die Situation. Waren die Spartenunternehmen zwar in der „*Mammutorganisation*“[1243] MTVA gebündelt, aber wenigstens formal unabhängig, erfolgt jetzt die organisatorische Verschmelzung: „*From 1 July 2015 the Hungarian News Agency continues to operate within Duna Media Service Non-Profit Ltd. which was created by merging the four Hungarian public service media providers due to a change in media law*.“[1244] Anna Gyapjas führt eine Verquickungen von medienwirtschaftlichen und politischen Interessen an. Die von ihr reklamierte Transparenz, etwa was eine Aktenoffenlegung der NMHH oder allein deren Arbeitsweise und Entscheidungsfindung anbelangt, fehle bis dato. Das erschwert es, die Durchdringungen des ungarischen Medienmarktes gesamt wie hier seiner öffentlich-rechtlichen Konstruktion zu durchschauen.[1245] Der Versuch soll über die für die Sampleauswahl aufgestellten Kategorien erfolgen.

4.5.2 Mediengesetzgebung und Regulierung

4.5.2.1 Kommunikative Grundordnung

Geraume Weile galten Presse-, Informations- und Medienfreiheit über das Pressegesetz von 1986 sowie das Mediengesetz von 1996 in der Verfassung verankert.[26] „*Die Einführung neuer Medienangebote, die redaktionelle Freiheit sowie ein Zensurverbot werden hiermit gesichert*.“[1246] Volksverhetzung regelt das Strafgesetzbuch und wird strafrechtlich verfolgt.[1247] In jüngerer Zeit erzeigt sich die Mediengesetzgebung in Ungarn wie angesprochen als eine vital betriebene und zugleich höchst umstrittene.[1248] „*Ganz nach Orbáns Willen entfernt sich Ungarn derzeit konsequent immer weiter von europäischen Werten und Standards*“[1249], urteilen ausländische Beobachter. Der Nukleus des Disputs liegt 2010 in einer entschiedenen Einschränkung der Pressefreiheit durch die neue Mediengesetzgebung der Legislatur Orbán. Dessen führende Partei sichert sich umfassende Kontrolle über die medialen

[1242] Verseck 2011
[1243] Verseck 2011
[1244] MTVA 2017c
[1245] Gyapjas 2015
[1246] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[1247] Vgl. Beke 2008
[1248] Spiegel 2010a
[1249] Verseck 2011

Organe und findet Stellschrauben, um Druck bezüglich Personalia, ökonomischer Gangarten und nicht zuletzt journalistischer Darstellung auszuüben. Im Parallelschritt wird eine elementare Umstrukturierung der Medienlandschaft durchexerziert. Dabei blieben die Zusammenhänge der Stakeholderinteressen und -einflüsse im Sinne der Gesetzgeber nebulös, kritisiert Zielonka. Von jenen durchgesetzte „*bad laws*“ erkennt er als „*intended to muzzle the media and render their independence illusory. The rule of bad laws can hardly be conducive to democracy, of course*”[1250].

Der „Freedom of the Press Act“ und der „Mass Media Act“ legen die Medienaufsicht in Ungarn in eine Hand. „*Seitdem wacht eine einzige Behörde darüber, dass Printtitel, Fernseh- und Radiosender sowie Internetseiten nicht die Werte und das Ansehen des Landes beschädigen.*“[1251] Diese „*mächtige, ausschließlich mit Regierungsvertretern besetzte Medienbehörde NMHH (…), die mit weitreichenden Befugnissen und Sanktionsmöglichkeiten in die Arbeit von öffentlich-rechtlichen und privaten Medien eingreifen kann*“[1252], nennt Verseck als vorstechendes Beispiel einer Regierungspolitik, welche Freiheit kappen und die eigene Kontrolle sichern wolle.[1253] Dies geschieht in finaler Instanz über den politisch angepassten Medienrat der NMHH, der die Berichterstattung sämtlicher Medien allein überwacht und beschränkt.[1254] Der *Mérték Media Monitor* hält fest:

> „The adoption of the new media laws in 2010 not only laid the foundation for the complete overhaul of the Hungarian media system but at once represented one of the current administration’s first measures to scale back constitutional democracy. Fitting in comfortably with the broader arsenal of media policy, the new regulation provides a clear-cut picture of the way the government conceives of democracy.”[1255]

„*Folglich sorgte die Einführung des Gesetzes für landesweite Proteste und viele Tageszeitungen ließen ihre erste Seite aus Protest absichtlich leer*“[1256], erinnert das IfM. Externe Warten verweisen auf den Erhalt gemeinsamer Wertigkeiten und die Einhaltung kollektiver Verpflichtungen. „*Internationale Institutionen wie die OSZE, die Europäische Kommission und das Europäische Parlament kritisierten das Gesetz in scharfer Form*“[1257], die EK schließlich will keinen Kompromiss kennen. Ungarn lenkt ein und mildert 2011 und 2012 die Mediengesetze in ihrer zentralen Ausrichtung auf

[1250] Zielonka 2015, S. 8; vgl. auch Krygier 2015, S. 127
[1251] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[1252] Verseck 2011
[1253] Vgl. dazu auch Arnold 2014, S. 291
[1254] Vgl. FH 2015b; vgl. auch Beke 2008
[1255] Mérték Media Monitor 2015, S. 5
[1256] IfM 2015a
[1257] IfM 2015a; vgl. zu den Kritiken ausführlich Mérték Media Monitor 2012

den Staat und die führende Partei ab. Das Ausmaß ist als dezent zu bemessen, auch weil ein neuer Verfassungszusatz davon unangetastet bleibt, welcher dem Verfassungsgericht die Befugnis raubt, just jene „*Gesetze wie Orbáns Mediengesetz rückwirkend für verfassungswidrig zu erklären*“[1258].

Begleiten diese Entwicklungen seit geraumer Zeit Widerstandsäußerungen,[1259] bringt die Wiederwahl Orbáns 2014 „*eine neue Welle des Protests in der Öffentlichkeit und insbesondere von Journalistenseite*“[1260]. Das IfM nennt als Beispiel: „*Insbesondere der forcierte Abgang von Gergö Sáling, Chefredakteur von Origo.hu, der einen kritischen Artikel über einen Politiker aus dem Orbán-Zirkel publiziert hatte, sorgte für eine Solidarisierungsbewegung unter ungarischen Journalisten (30 weitere Origo-Mitarbeiter traten aus Protest zurück um ein Zeichen gegen Zensur zu setzen)*.“[1261] In den Kanon der deutlich kritischen Töne stimmten zuverlässig „*die unabhängige Wochenzeitung HVG, der führende Privatsender RTL Klub, die Radiostation Klubradio und Internetseiten wie Atlaszo.hu und Origo.hu*“[1262] ein, überblickt das IfM. Doch während einige Medien und deren Mitarbeiter weiter offen ihr Kontra bekundeten, nehme die Zahl jener zu, die sich in Selbstzensur übten. Bedeutend erscheint mir an dieser Stelle der Einwurf, dass es eben nicht eine Orbán-Regierung allein ist, die eine staatspolitische Überformung des Medienmarktes in Ungarn erzwingt. Traditionslinien aus den Jahren weit vor dem Umsturz sind auf eine solche Verlinkung durchaus angelegt und werden nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion gepflegt. Stegherr und Liesem führen in diesem Kontext „*politische Voreingenommenheit*“ als „*die wesentliche Erblast, die die kommunistische Epoche den freien ungarischen Medien hinterließ*“[1263] an.

2015 prangert die EU abermals an. Die Venedig-Kommission (Europäische Kommission für Demokratie durch Recht, ein Organ des ER) benennt in ihrem Report bestehende Missstände. Das System, Sender zu sanktionieren, öffne Willkür Tür und Tor. Politische Werbung solle über das gesamte Medienspektrum gestreut werden können, nicht nur öffentlich-rechtlichen Medien obliegen. Jenen würde so ungleich pekuniär in die Taschen gespielt; Deren parteipolitische Ausrichtung werde in Inhalt oder Besetzung unnötig verstärkt. Pluralismus einfordernd ergeht die dringende

[1258] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d; vgl. Mérték Media Monitor 2015, S. 7ff.
[1259] Zur regierungskritischen Auseinandersetzung innerhalb medialer Programme, deren Strukturen wie in der Öffentlichkeit gesamt versammeln Stegherr und Liesem Fallexempel seit den 1980er Jahren. (vgl. 2010, S. 249)
[1260] IfM 2015a
[1261] IfM 2015a
[1262] IfM 2015a
[1263] Stegherr/ Liesem 2010, S. 249

Empfehlung, die Befugnisse des Leiters der NMHH zu verengen – jener kann frei von parlamentarischer Draufsicht Verordnungen und Vorschriften ausgeben[1264] – und die Unabhängigkeit des Medienrates zu erweitern.[1265] Die europäische Öffentlichkeit und ungarische Oppositionelle begrüßen diese Vorschläge. Das investigative Niveau, auf dem sich publizistische Einordnungen bereits gewohnt abspielen, veranschaulicht ein Kommentar des *Spiegels*:

> „Annamária Szalai, die Präsidentin der nun nahezu allmächtigen Kontrollbehörde NMHH, wurde vom Ministerpräsidenten bereits im August ernannt – und zwar für neun Jahre. Die deutschsprachige 'Budapester Zeitung' erinnerte daran, dass die langjährige Vertraute von Viktor Orbán in den frühen Neunzigern Chefredakteurin der 'Miami Press' war – eines Erotikmagazins."[1266]

Aus akademisch-einordnender Sicht bewertet Arnold die Folgen einer solchen Personalie: „*Die Ernennung der Präsidentin der MRB (Medienregulierungsbehörde, Anm. d. Verf.), die mit einer unvergleichlichen Machtfülle ausgestattet ist, durch den Ministerpräsidenten, führt dazu, dass die zuständigen Regulierer in ihrer Entscheidungsfindung nicht unparteiisch sind und politisch bewirkte Entscheidungen treffen*."[1267]

Die ungarische Staatsführung bleibt bei einer konsequenten Linie für das mediale Gesamtspektrum. Nach tiefgehenden Eingriffen in öffentlich-rechtliche Felder, werden die Privaten zuvorderst über Zulassungsvergaben oder Werbereglements zu steuern versucht.[1268] Das Internet erfährt in der ungarischen Rechtssetzung keine Differenzbehandlung, sondern firmiert gleichauf mit anderen Gattungen. So finden sich Online-Medien gleichsam im Auge der „*Superbehörde NMHH*"[1269]. Verglichen mit europäischen Nachbarn nehme sich die ungarische Medienaufsicht höchst zentralisiert aus, wertet das IfM. Politische Verstrickungen ließen die Fäden bei der Regierung zusammenlaufen:

> „Die NMHH überwacht mittels Instrumenten wie Geldstrafen und Lizenzentzug, ob Medieninhalte politisch ausgeglichen sind und nicht gegen moralische Grundsätze verstoßen. Dem Medienrat gehören fünf Mitglieder an, die vom Parlament berufen werden. Der Vorsitzende des (sic!) NMHH wird hingegen vom Premierminister vorgeschlagen und muss vom Parlament mit einer Zwei-Drittel-Mehrheit bestätigt werden."[1270]

[1264] Vgl. Spiegel 2010a
[1265] Vgl. Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar 2016c
[1266] Spiegel 2010a
[1267] Arnold 2014, S. 291
[1268] Vgl. Verseck 2011
[1269] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[1270] IfM. Ungarn. 2017

„*The issue of the independence of public service broadcasting has been a central one in Hungarian media since 1990*“[1271], konkludiert Dániel Beke. „*Each successive government has applied financial and political pressure on Hungarian Radio and Hungarian Television to secure favourable coverage, which, coupled with weak ethical norms among journalists, has prevented the development of objective, independent news, and current affairs programming*.“[1272] Vetternwirtschaft sei genauso in den kommerziell ausgerichteten Medienbetrieben festzumachen, von denen viele eindeutig einem rechts- oder linkslastigen Standort zuzuordnen seien. „*In the absence of a strong, shared professional ethos among journalists, party political news management tends to drive the agendas and interpretations offered in the media.*“[1273] Derart medial gelebte politische Linientreue resultiere in einer sukzessiven Spaltung der ungarischen Bevölkerung. Nachvollziehbar ist ebenfalls ein weiteres Argument des Autors, der einhergehend mit der nachlassenden Durchsetzungskraft der Presse – gemessen an Printverkäufen – ein Erstarken elektronischer Medien hervorhebt. Die Rezeption verschiebe sich nicht nur zum gewohnten Marktführer TV: „*The space is filled by television and, recently, online media – although television still is overwhelmingly the most popular form of media in Hungary, online news portals have gained a considerable amount of popularity and trust.*“[1274] In einem staatspolitisch so durchtränkten Mediensystem wie dem Ungarns werde aus Sicht der Nutzenden „trust“, also „Vertrauen“, zur harten Währung. Deren Kurswert bestimmen oftmals die Tagespolitik und deren Akteure agierend in ihrer Stakeholderrolle.

Wenige Sekundärtexte trauen dem derzeitigen Mediensystem eine rasche sowie umgreifende Pluralisierung zu, die staatlichen Einfluss entkräftet oder sogar hemmt. Viele beklagen allein schon das Fehlen einer sanktionierenden Größe, welche Reglements anmahnt und deren Einhaltung durchsetzen kann. [1275] Der *Mérték Media Monitor* klopft etwaige solcher Positionen mit negativem Ergebnis ab:

> „The Constitutional Court has not examined the issues about the independence of the new media authority and the public service institution system. The legislative body has not been concerned with the issues relating to institutions in its decision about media law even though it has received a number of submissions about it and it has been the most significant element of international criticism. The European Council, the OSCE and the UN expert on press freedom and several international non-governmental

[1271] Beke 2008
[1272] Beke 2008
[1273] Beke 2008
[1274] Beke 2008
[1275] Vgl. IfM 2015a

organizations objected to the politically one-sided composition and the considerably broad scope of the media authority."[1276]

Die Orbán-Nomenklatur nutzt des Weiteren indirekte Hebel, um Druck an neuralgischen Stellen zu erzeugen. Staatliche Werbung findet ausschließlich in regierungsfreundlichen medialen Arealen statt. Verknüpfte Budgets fließen lediglich auf entsprechende Konten. Eine parteilich gefärbte – nicht selten nachdrückliche – Empfehlung, Reklame ergo Etats staatsnahen Medienorganen anzuvertrauen, bringt etliche Unternehmen auf Linie. Unerwünschte private Medienveranstalter werden diffamiert oder durch Lizenzentzug aus dem Markt gedrängt.[1277] Angesichts erläuterter Genese medialer Landschaftsarchitektur kann man die Überlegung anstrengen: „*Ob eine Abwahl von Fidesz und Orbán (...) zu einer unmittelbaren Besserung führen wird ist offen: die anderen Parteien haben ebenfalls in der Vergangenheit gezeigt, dass Medien- und Pressefreiheit nicht oberste Priorität besitzen*."[1278]

4.5.2.2 Kategorie: Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils

Arnold weist Ungarn den Ländern mit „klientelistischem Medienregulierungsstil" zu und unterstreicht die „*Diskrepanz zwischen der Regelsetzung einerseits und der Regeldurchsetzung andererseits*"[1279]. Die Anzahl der Rechtsvorschriften sei hoch, die einzelnen Regelungen stünden jedoch häufig in Widerspruch zueinander und seien aus varianten Gründen selten praktikabel. „*Die Maßnahmen der MRB sind unverhältnismäßig restriktiv und mit Einschränkungen der Medienfreiheit verbunden*"[1280], stellt der Autor heraus. Informelle und klientelistische Verbindungen zu Politik und Wirtschaft durchzögen die Arbeit der Regulierungsstellen. „*In hohem Maße Kontrolle auf die Medien in paternalistischer Weise*"[1281] gehe vom Staat aus.

„*The architects of the new democratic framework attributed special importance to the role of the media. As a consequence an explicitly new provision referring to PSBs was added to the constitution of 1989 among other provisions, with the aim of establishing a democratic playing field for political parties*"[1282], legt Márk Lengyel zu Grunde. Tatsächlich folgen Jahre der Auseinandersetzung zwischen verschiedenen parlamentarischen Kräften und Regierungspositionen. Mehrmals beschäftigt sich in

[1276] Mérték Media Monitor 2015, S. 10f.
[1277] Vgl. IfM. 2015a
[1278] IfM. 2015a
[1279] Arnold 2014, S. 289
[1280] Arnold 2014, S. 290
[1281] Arnold 2014, S. 290
[1282] Lengyel 2010, S. 245

dieser Phase der Verwaltungsgerichtshof mit Angelegenheiten den öffentlich-rechtlichen Rundfunk betreffend. Zur Verhandlung stehen vor allem eine unabhängige Organisationsform sowie angemessene Finanzierung. „*The period 1990-6 was characterised not just by the absence of proper legislation but also by fierce political struggles over governance of PSBs.*“[1283] 1996 soll der „Broadcasting Act“ (Act 1) diesen in der Literatur als „Ersten Medienkrieg“ geführten Konflikt lösen.[1284] „*It defined the legal framework for the operation of PSBs and meanwhile paved the way for the introduction of commercial broadcasting.*“[1285] Im Jahr darauf nehmen mit TV2 (MTM-SBS) und M-RTL zwei kommerzielle Fernsehkanäle den landesweiten Betrieb auf und setzen sich rasch in der Gunst der Rezipienten von Bisherigem ab. „*Their emergence proved to be a shock for the public broadcaster (MTV and Duna TV)*“[1286], verankert Lengyle unter anderem an massiven Quoteneinbrüchen. „*Such audience share loss was not merely extremely fast but also proved fatal.*“[1287] Die ad hoc ergriffenen Gegenmaßnahmen gehen in die Extreme: MTVs zweites Programm zersplittert ohne Rücksicht auf weitere Publikumsverluste das Inhaltsspektrum. Damit ist dem rechtlich fixierten Auftrag zur Pluralität Genüge getan. Der erste MTV-Kanal konzentriert sich darauf, Mainstreamiges in den Wettbewerb mit den aus eigener Sicht überraschend potenten privaten Konkurrenten zu schicken. Bald gerät er eher zu deren Kopie, denn weiter öffentlich-rechtlichen Ursprung oder Standpunkt erkennen zu lassen. Christian Nissen betitelt die so varianten Strategien des Managements als „*heroic hara-kiri*“ und „*rash kamikaze*“[1288]. Keine von beiden – selbst in Kombination – führt zu Erfolg. Im Radiobereich passieren ähnliche Wendungen, wirken sich aber aufgrund der stärkeren Position des öffentlich-rechtlichen Hörfunks in Verweildauer, Reichweite und inhaltlich breiter Aufstellung über die zur Senderfamilie Gehörenden weniger drastisch aus.[1289]

Der „Broadcasting Act” 1996 schreibt als Kernaufgabe „*serve the informational, cultural, civic and everyday needs of the local, regional and national audience in the area of reception of the broadcaster*“[1290] fest. Einbezogen sind kulturelle, wissen-

[1283] Lengyel 2010, S. 245
[1284] Vgl. Stegherr/ Liesem 2010, S. 252
[1285] Lengyel 2010, S. 245
[1286] Lengyle 2010, S. 246
[1287] Lengyle 2010, S. 246
[1288] Nissen 2006, S. 75
[1289] Vgl. Lengyel 2010, S. 246
[1290] Broadcasting Act, 1996 §2 (19) nach Lengyel 2010, S. 248

schaftliche oder erzieherische Inhalte, Repräsentation der Kirchen und religiöser Veranstaltungen, Kinderprogramme und Nachrichten. Vergleichbare Auflagen macht das ungarische Recht auch privat-kommerziellen Veranstaltern, überhaupt findet de jure kaum Scheidung statt. Auf den ersten Blick mag dies als ausbalancierende Gerechtigkeit anmuten. Lengyel pointiert jedoch:

> „It is striking that the public service nature of programming is much more scrutinised by the ORTT in the case of the public service obligations of the commercial broadcasters than in the case of the PSBs themselves. While the public service tasks carried out by the national terrestrial commercial televisions are subject to monitoring by the regulator twice a year there is no similar exercise concerning public sphere television at all."[1291]

Resultierend definiere sich der öffentlich-rechtliche Programmnukleus juristisch nicht erheblich anders als privat-kommerzieller. Die Folgejahre artikulieren vereinzelt Optimierungsbedarf. 2005 entfacht einen Disput über die Lancierung eines dritten MTV-Kanals, den die Gerichte schließlich primär ob prozeduraler Gewichtungen pro Öffentlich-Rechtlich bescheiden. 2007 entfacht die Änderung des Formatschemas von *Magyar Rádió* (MR) erneut Diskussionen: Aus einer Mischung bis dahin aus leichter Musik, Sport und Nachrichten wird *MR2 Petöfi* zum schwerpunktmäßigen Musikkanal. Gegner werfen auf, dies decke sich nicht mit dem Programmauftrag. Das ORTT bestätigt das 2008 und eröffnet die nächste Eskalationsstufe: Was will, kann, soll Ungarns Öffentlich-Rechtliches leisten? „*The radio scene has been quite eventful in the past few years*"[1292], fasst Beke diese Phase. In der Neusortierung des öffentlich-rechtlichen Radioangebots nach Themenkanälen stößt die angesprochene Entscheidung – MR1 liefert fürderhin Nachrichten, MR2 fokussiert auf Musik und Unterhaltung – Grund zu Kontroversen. „*This division sparkled a debate about whether playing music can count as public service, with the debate yet unsolved, the radio channels operate regardless.*"[1293] In zeitliche Nähe fällt eine weitere hart geführte Auseinandersetzung zur Ausgestaltung des ungarischen Hörfunkterrains. Seit Beginn dualer Strukturierung liefern sich zwei privat-kommerzielle Erfolgswellen ein Rennen um Platz 1 in der Gunst der Einschaltenden: *Danubius* versus *Sláger.* Public Service-Sender finden sich dagegen abgeschlagen. 2009 erfährt beschriebene Wettbewerbssituation eine radikale Umwertung, als das ORTT in einem Frequenzdisput für inländische Anbieterkonsortien votiert.

[1291] Lengyel 2010, S. 248; ORTT (Országos Rádió és Televízió Testület – National Radio and Television Committee) ist eine der rechtlichen Vorgängerorganisation der NMHH.
[1292] Beke 2008
[1293] Beke 2008

> „From 18 November FM1 Zrt.-owned Neo FM replaced the US company Emmis Broadcasting's Sláger rádió, while Advent International's Danubius rádió was replaced by Advenio Zrt.-owned Class FM. The change has been something unprecedented in Hungary's history, as in the last 12 years, Danubius and Sláger managed to hold on to their frequencies.“[1294]

Diese Entscheidung habe die Branche merklich verunsichert. „*Until recently, the market shares of the two major national commercial radios has been about the same, with both Danubius and Sláger listened to by about 25 percent of 15+ audiences*“[1295], summiert Beke. Hier regulatorisch einzugreifen habe andere Gründe und ziele nicht in erster Linie auf die Gewährleistung ausgewogener Konkurrenzverhältnisse. Gerade die Hörfunkbranche zeichne sich in Ungarn ohnehin durch einen lebendigen Wettbewerb aus, welcher besonders Metropolregionen zum umkämpften Pflaster mache. Allein in Budapest sitzen seit den 2000ern über 30 lokale und regionale Radio-Stationen.

Abb. 2_MTVA: Top Radio-Stationen in Ungarn 2015 nach Marktanteil

Top Radio-Stationen	Gruppe/ Betreiber	Status	2015 Marktanteil
Class FM	Advenio Zrt.	privat	29,6%
Kossuth Rádió	MTVA	öffentlich-rechtlich	18,0%
Petöfi Rádió	MTVA	öffentlich-rechtlich	8,0%
Music FM	Prodo Voice Stuido Zrt.	privat	7,5%
Dánko Rádió	MTVA	öffentlich-rechtlich	4,1%

Quelle: EBU 2016d (TNS Hoffmann/ RAME/ WRTH/ Mitgliederdaten)

In der deskribierten Lage verfange die EU als Leitplankengeberin kaum, diagnostiziert Lengyel. Die staatspolitische Unterstützung ungarischer öffentlich-rechtlicher Anbieter und deren sukzessive Eingliederung in regierungsanhängige Organisationsformen liefen supranationalen Ansinnen zuwider. „*The Council of Europe concluded that the term 'Public Service Media' better reflects the role of such service providers than the traditional notion of 'Public Service Broadcasting'*“[1296], nimmt er grundsätzlich:

> „But in Hungary the perception of PSB still dominates over the concept of PSM. However, it is also clear for the national regulator that in response to the general trends of development of the media it should make provisions for the transformation of the country´s PSBs into real PSM providers by properly adjusting the public service remit to the needs of the information society and extending the scope of this remit to new media.”[1297]

[1294] Beke 2008
[1295] Beke 2008
[1296] Lengyel 2010, S. 250
[1297] Lengyel 2010, S. 250

Die erläuterte neue Mediengesetzgebung, eine Transferierung behördlicher Zuständigkeit zur NMHH und ein Aufgehen aller öffentlich-rechtlichen Medieneinheiten in der MTVA vereiteln fruchtbringende Diskurse zu deren Aufgabenkern und Inhaltsspektrum. *Hungary Today* greift 2015 die Klage der parlamentarischen Opposition bei Lancierung des öffentlich-rechtlichen Nachrichtenfernsehens auf der ehemaligen Frequenz von M1 auf. Eine zu bis dato verabschiedeten öffentlich-rechtlichen Etats vergleichsweise überbordende Finanzausstattung von der Regierung angetrieben, die Verabschiedung früher wenigstens in Ansätzen ausgewogener Politberichterstattung – beispielsweise in Übertragung ganzer Parlamentsdebatten – zugunsten nunmehr vor allem Stimmen aus der Staatsführung, zielten am Programmauftrag vorbei. Die Missbilligung verhallt: „*Opposition laments public media news channel kicks rather poorly.*“[1298] Wunder nimmt das wenig. Zum einen ist der regierungspolitische Einfluss über sichere Mehrheiten im Parlament enorm. Zum anderen krankt der öffentlich-rechtliche Bestandswert und logisch dessen Selbstverteidigungskraft an der vagen Bestimmung dessen, was den Programmauftrag ausmacht. Lengyel führt das auf hergebrachte Linien zurück. „*The lack of a clear definition of the public service remit by the regulator*“[1299] habe bereits seit Langem und über mehrere Gesetzesgänge hinweg zu Unsicherheiten auf allen Seiten geführt. „*The broadcasters have no real freedom to interpret this remit on their own and the lack of legal certainty prevents form embarking upon new initiatives.”*[1300]

4.5.2.3 Kategorie: Finanzierung

„*The most definitive characteristic of the funding system is that it is not linked to the public service remit or public service tasks at all*”[1301], pointiert Lengyel. Der Finanztopf füllt sich aus verschiedenen Quellen, die jedoch alle am von der Regierung kontrollierten Budgethahn hängen.

[1298] Hungary Today 2015
[1299] Lengyel 2010, S. 250
[1300] Lengyel 2010, S. 250; vgl. auch Josephine 2015, S. 26
[1301] Lengyel 2010, S. 252

Abb. 3_MTVA: Finanzierung von MTVA (EUR in Millionen)

Art der Finanzierung (EUR in Millionen)	2013	2014	2015
Staatliche Zuwendungen	233.84	235.00	233.25
Beiträge/ Gebühren	0	0	0
Andere öffentliche Einnahmen	0	0	0
Werbung	13.12	12.49	12.99
Andere kommerzielle Einnahmen	6.21	7.04	6.12
Andere Einnahmen	47.34	25.04	36.85
Einnahmen gesamt	300.51	279.57	289.22

Quelle: EBU 2016d (Mitgliederdaten)

Über diverse Gesetzesverhältnisse in der Historie puffern situationsflexible Dreingaben aus dem Zentraletat des Staates unerwartete Extrakosten ab, etwa für den Umstieg von Analog auf Digital oder die Reorganisation von MTV. Das wesentliche Volumen, das dem Öffentlich-Rechtlichen bis in die 1990er Jahre über die „licence fees“ zugeht, koppelt an keinerlei dezidierten Programmauftrag. „*This makes the current system of financing PSBs questionable from the point of view of Community competition law*.“[1302] Den Löwenanteil steuert damals der *Rundfunkfonds* (*Broadcasting Fund*) bei. 1996 etabliert der *Broadcasting Act* so einen „*pool of resources serving the purposes of public service and the financial background of the administration of the media segment (Broadcasting Act §§77-8)*“[1303]. Das Management liegt in der Kompetenz der ORTT. Die Argumentation verläuft dahin gehend:

> „The intention behind establishing the BF (Broadcasting Fund, Anm. d. Verf.) was to create a system of media financing that would be completely independent from the central state budget. Thus, the purpose was to minimise external intervention in the functioning of PSBs and the regulatory authority by financial means. However, the practice of financing PSBs in the past decade shows that this regulatory objective was not fully met.“[1304]

Über das Werkzeug der ad-hoc-Anweisung nehme die Parlamentsmehrheit indirekt erheblichen Einfluss auf monetäre Belange des Öffentlich-Rechtlichen. 2002 erfolgt eine Verjüngung hin auf dieses Instrument. Der „licence fee“ wird abgeschafft. Öffentlichkeitswirksam erlässt die Regierung den Bürgern direkte Abgaben und schultert den öffentlich-rechtlichen Unterhalt komplett aus der Staatskasse. Diese Umgestaltung habe nichts mit weitblickenden medienpolitischen Überlegungen zu tun gehabt, legt Lengyel offen. „*Instead, the aim of the then newly elected government was to fulfil its corresponding electoral promise made during the campaign and*

[1302] Lengyel 2010, S. 252
[1303] Lengyel 2010, S. 252
[1304] Lengyel 2010, S. 252

to boost its popularity with regard to the forthcoming elections of local governments."[1305] Während sich durch diese Maßnahme an der pekuniären Ausstattung des Öffentlich-Rechtlichen unterm Strich nichts änderte, erlangte die parlamentarische Majorität volle Kontrolle. „*In effect, the system of funding became exceptionally vulnerable to political influence.*"[1306]

Insgesamt attestiert Lengyel: „*Having examined the regulatory system applied to Hungarian PSB we can identify three major sources of shortcomings: Insufficient definition of the public service remit; Poor PSB connection with the society; Questionable solutions of funding from the point of view of the EC state aid regulation*."[1307] Der *Mérték Media Monitor* führt solcherlei anhaltende Mankos auf eine unzureichende Rechtslage zurück. Die lasse Auslegungen offen und statte keine Stelle mit einschreitender Wirkmacht aus.

> „Regarding financing there is no decision which specifically states that in order to perform public service tasks the state is obliged to provide suitable financial sources but it does not state that the sustainment of public service broadcasting is a state function in which the provision of the required fund (including the determination of taxes) as well as its division are public authority functions deriving from the Constitution and other legislations."[1308]

Die Schlüsseleinheit bildet der *Fund* (*Media Service Support and Asset Management Fund*). Nach dem Media Act ist jener mit dem Abgleich von Urheberrechten und öffentlich-rechtlichen Etats überhaupt betraut, was bis in die Produktion hineinreicht. Eines eigenen Kostenmanagements enthoben, laufen jedwede monetären Aktionen über Anträge an den Fund. „*The Fund is headed by an executive director appointed and relieved from office without explanation by the president of the Media Council. The executive director does not report to the Board or to any other external body*."[1309] MTVA verteile also bloß mehr die vom Fund für den öffentlich-rechtlichen Betrieb vorgesehenen Mittel auf Aufgabenfelder im Sinne des wie diskutiert unklar formulierten Programmauftrags. An diesem Punkt bindet das System zurück an dargestellte Einflusssphären des Medienrates und wiederum an (regierungs-)politische Positio-

[1305] Lengyel 2010, S. 253
[1306] Lengyel 2010, S. 254
[1307] Lengyel 2010, S. 255
[1308] Mérték Media Monitor 2015, S. 11
[1309] Mérték Media Monitor 2015, S. 30

nen. Der EBU-Länderbericht führt exemplarisch an: „*In the end of 2015, the Hungarian parliament made amendements to the budget law in order to write off the debt of the public broadcaster MTVA.*“[1310]

2017 beläuft sich das Budget für MTVA auf projektierte „*revenues and expenditures of just under HUF 80 billion (USD 275 million), or roughly HUF 219 million (USD 755,000) per day*”[1311]. Umgerechnet 176 Millionen US-Dollar sind für Materialkosten angesetzt, 48 Millionen für personellen Aufwand und 17 Millionen US-Dollar für Investitionen. „*The budget projects advertising revenues of HUF 8.7 billion (USD 30 million). The balance, or roughly HUF 70 billion (USD 241 million), is to be provided by the state. According to the Beacon's calculations, this amounts to roughly HUF 7,400 (USD 25) per inhabitant, Hungary having a population of just under 10 million*”[1312], schlüsselt das Online-Nachrichtenportal *Budapestbeacon* auf und setzt hinzu: „*MTVA continues to downsize as it outsources media production and sales and marketing to companies close to the governing Fidesz party.*”[1313] Neben derlei inhaltlichen Verwerfungen sei die ungarische Medienlandschaft insgesamt vor allem ökonomisch ein Umfeld, das kaum auf einem ausgewogenen Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage basiere. Neuere und konventionelle Medienprodukte stünden in ihrer schlichten Vielzahl einem zu geringen Publikumsvolumen gegenüber. Das schlüge sich in der Finanzierungsfrage nieder: „*With its population of 10 million, Hungary is a small market, where the diversity of media cannot be ensured through market mechanisms exclusively. Consequently, the country's media landscape is characterised by a duality of market principles and different forms of state intervention*.“[1314]

4.5.2.4 Kategorie: Öffentlich-rechtliche Organisationsform

„*One of the most obvious fiascos of recent media regulation in Hungary has been the transformation of the public service system*”[1315], konstatiert der *Mérték Media Monitor*.

> „Despite massive increases in funding, public service media are losing audiences rapidly, and routinely feature in reports on news doctoring, severely prejudiced journalistic practices, employees let go en masse based

[1310] EBU 2016c
[1311] Budapestbeacon 2017a
[1312] Budapestbeacon 2017a
[1313] Budapestbeacon 2017a
[1314] Beke 2008
[1315] Mérték Media Monitor 2015, S. 29

on non-transparent criteria, internal power strife, and on attempts to thwart demonstrations protesting abuses in the public service media."[1316]

Strukturelle und institutionelle Defizite seien maßgebend für jene Dysfunktionalität, die aus einer konsequenten regierungspolitisch betriebenen Zentralisierung resultiere. Einerseits ließe sich solches Vorgehen aus der ehedem unübersichtlichen Zerklüftung des Systems erklären, „*particularly as regards the inefficient mechanism of supervision, and the restructuring is obviously aimed at encouraging better efficiency in the use of available resources*"[1317]. Auf der anderen Seite habe ein zu extremes Zusammenlagern ein Unternehmensgefüge geschaffen, „*that is opaque and vulnerable to political influence, in which the lines separating responsibilities have been blurred*"[1318]. Seit 2015 gebündelt in der MTVA als verantwortlich für alles öffentlich-rechtliche Radio-, Fernseh-, Online- und nachrichtenagenturliche Betreiben, unterstehen Sämtliche einem Rat oder Gremium, dem *Public Service Board*. Dieser *Öffentlich-rechtliche Ausschuss* ist das einzige medienüberwachende Organ in Ungarn, das qua Gesetz auch wenigstens ein Mitglied der Opposition aufnehmen muss. Die Delegierten werden auf neun Jahre entsandt. Die Hälfte davon schicken die regierenden Parteien, die andere Hälfte wird unter Einbezug oppositioneller Stimmen ernannt. In letzterem Fall bedarf es auch einer Zweidrittelmehrheit im Parlament. Das macht wiederum eine wenigstens anteilige Zustimmung des Regierungslagers unabdingbar. Zwei Teilnehmende und der Vorsitz addieren aus den Reihen des Medienrats. Ihre Auswahl liegt abermals bei der Regierung.

Thematisch soll das Gremium umgreifende soziale Kontrolle ausüben. Vertreter aus gemeinnützigen Vereinen, Menschenrechtsorganisationen oder selbst aus journalistisch-berufsständischen Verbindungen sind – wie in den Rundfunk-, Fernseh- oder Medienräten bei anderen öffentlich-rechtlichen Veranstaltern in Europa durchaus üblich – nicht berücksichtigt. „*The Board is vested with general regulatory powers in connection with public service provision and management, most notably including the appointment of executive directors to the public media service providers*"[1319], summiert der *Mérték Media Monitor* zentrale Tätigkeiten. In diesem weiten Aktionsrahmen führe speziell die Personalgestaltung zu Bedenken. Das überrascht wenig. Die Direktorenebene und selbst die genaue inhaltliche Gestaltung deren Verträge geschieht auf Vorschlag des Präsidenten des Medienrats und wird wiederum vom

[1316] Mérték Media Monitor 2015, S. 29
[1317] Mérték Media Monitor 2015, S. 29f.
[1318] Mérték Media Monitor 2015, S. 29f.
[1319] Mérték Media Monitor 2015, S. 30

Medienrat beschlossen. „*The provision of the selection process makes no mention of tendering, professional qualifications, or the presentation of a professional concept.*" [1320] Im Anschluss sind die Empfehlungen des Öffentlich-rechtlichen Ausschusses in Zweidrittelmehrheit anzunehmen – „*which is to say, relying on the votes of members delegated by the ruling party and the Media Council*"[1321].

Neben den akzentuierten Kompetenzen verdichtet der Medienrat seine Macht über die alleinige Befugnis, den sogenannten „Public-Service Code" anzunehmen. Dieser Programmauftrag legt die Grundsätze öffentlich-rechtlichen Wirkens fest und versucht die Handlungsfelder an gesetzlichen Prämissen abzustecken. „*However, this document serves as a sort of ethical code rather than providing an in-depth definition of the law's generic public service objectives in the form of specific tasks to which providers could be held accountable.*"[1322] Dem Public Service Board verbleibt lediglich die Annahme derart getroffener Verabredungen. An dieser Stelle träten Ungenauigkeiten in der Rechtslage besonders gravierend zu Tage, die Zuständigkeiten im Vagen halten. De facto gerate das Mehrgewicht aufgrund politischer Munitionierung meist auf die Waagschale des Medienrates. Dem hat MTVA jährlich Rechenschaftsberichte vorzulegen. Dazu gehören seit 2014 Absichtspapiere, die Entwicklungsstrategien des Betriebes referieren und Geleistetes an Public Service Value-Kriterien bemessen. Letztere fanden auf intensives Betreiben der EU doch Implementierung. „*In this way, the media authority plays a decisive role in all matters of staffing, organization, and content, in addition to being liable to monitor the legitimacy of public service media provision."*[1323] Die künftige Richtung des Unternehmens und die angezeigte Gangart bestimme ergo der Medienrat, weniger das in Abhängigkeit stehende MTVA-Management. Aufladung gewinnt dies in finanzieller Hinsicht, wie Kapitel 4.5.2.3 angerissen hat. Die von diesen Geldern bestrittenen Programmflächen zeigen sich in Umfang wie Reichweite über die Jahre von einer erkennbaren Konstanz, die zögerlich – und wenn punktuell – Innovativem weicht.

Die Marktanteile für die MTVA-Radioangebote liegen 2015 bei 31,6 Prozent, die wöchentliche Reichweite (basierend auf 15 Minuten konstanter Verweildauer) macht 51,0 Prozent aus. [1324]

[1320] Mérték Media Monitor 2015, S. 30
[1321] Mérték Media Monitor 2015, S. 30
[1322] Mérték Media Monitor 2015, S. 30
[1323] Mérték Media Monitor 2015, S. 30
[1324] Vgl. EBU 2016b (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Abb. 4_MTVA: Top Radio-Stationen innerhalb von MTVA

Top Radio-Stationen	Genre	2015 Wöchentliche Reich-weite	2015 Marktanteil
Kossuth Rádió	Nachrichten	31,0%	18,0%
Petöfi Rádió	Musik	28,0%	8,0%
Dankó Rádió	Musik	14,0%	4,1%
Bartók Rádió	Musik	7,0%	1,5%

Quelle: EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

Weitere Radio-Stationen:
National: Nemzetiségi Rádió (Minderheitenprogramm), Parlament Rádió (Parlamentsberichterstattung)
International: Duna World Radio

Abb. 5_MTVA: Art der Radio-Stationen innerhalb von MTVA

Art der Radio-Sstation	Anzahl
Nationale Stationen	6
Regionale/ Lokale Stationen	0
Regionale/ Lokale Fenster	0
Internationale Stationen	1
Nachrichtenstationen	ja
„DAB-only"-Stationen	-
„Web-only"-Stationen	-

Quelle: EBU 2016b (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ Mediana d.o.o)

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen bietet mit *Magyar Televizio Zrt* und *Duna TV* lange eine bewährte, wenn auch semiprominente Doppelschiene. Diese Pole untergliedern sich in M1, den Hauptnachrichtensender, M2 für Kinder und Jugendliche, M3 Archivsendungen, M4 Sportkanal, M5 Bildung und Kultur sowie *Duna TV* und *Duna World* mit Sendungen für Ungarn, die im Ausland leben. Der Marktanteil aller MTVA-Hörfunkwellen zusammengerechnet erholt sich nach einem Tief in 2010 (13,5 Prozent) und 2011 (12,0 Prozent) und erreicht 2016 mit 16,1 Prozent fast wieder ein Niveau wie Anfang der 2000er. Die wöchentliche Reichweite (basierend auf 15 Minuten konstanter Verweildauermessung) liegt 2016 bei 55,7 Prozent.[1325]

Abb. 6_MTVA: Top TV-Sender innerhalb von MTVA

Top TV-Sender	Genre	2015 Wöchentliche Reich-weite	2015 Marktanteil
Duna TV	Generalist	32,1%	5,5%
M1	Nachrichten	26,3%	4,0%
M2	Kinder	18,5%	2,1%

Quelle: EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

Weitere TV-Sender:
National: M3 (junge Erwachsene), M4 (Sport)
International: Duna World

[1325] Vgl. EBU 2016c (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

Abb. 7_MTVA: Art der TV-Sender innerhalb von MTVA

Art des TV-Senders	Anzahl
Nationale Sender	5
Regionale/ lokale Sender	0
Regionale/ lokale Fenster	0
Internationale Sender	1
HD-Kanäle/ Simulcast(s)	ja
Nachrichtenkanal/ -kanäle	ja
Sportkanal/ -kanäle	ja
Kinderkanal/ -kanäle	ja
Jugendkanal/ -kanäle	ja

Quelle: EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

Unter den Privatkanälen setzen sich nach dualer Öffnung zwei ernstzunehmende Mitstreiter ab: *RTL Klub* und TV2.

> „Before the collapse of communism, commercial broadcasting did not exist, and the state-controlled Magyar Televízió (MTV – Hungarian Television) enjoyed a monopoly. A decisive step in transforming MTV from a state-controlled monolith to a public service channel was the 1996 Media Law, which opened the way for creating a dual broadcasting system, modelled after Western European traditions.“[1326]

Bald kann sich das öffentlich-rechtliche Erste Programm MTV nicht mehr an den Quoten messen, die TV2 – Mehrheitseigner ist *Scandinavian Broadcasting System* (SBS) – und *RTL Klub* – im Besitz des Konsortiums CLT-Ufa, *Bertelsmann*, *Pearson* und *T-com* – verzeichnen. Seit ihrem Markteintritt 1997 bestimmen sie die ungarische Fernsehlandschaft. So zersplittert diese heute in an die 100 Kanäle ist, deren Majorität ausländische Handschrift trägt, und die ein im Themeninteresse hoch fragmentiertes Publikum zu bedienen suchen, so deutlich offenbart sich eine Schlussposition im Rennen um Zuseher. „*Public broadcaster MTV is threatened by the loss of its audience, bankruptcy and political pressure*“[1327], bringt Beke schon 2008 auf den Punkt, was Trend sein wird. Zulange filterten zu viele politische und ökonomische Interessen in das vorab staatliche, nun als „öffentlich-rechtlich“ ausgeschilderte Gebilde hinein. Als logische Konsequenz setzt der Autor: „*The situation of MTV is characterized by recurring threats of bankruptcy and political pressure, as each government so far has treated the channel as an important terrain of extending its political influence.*“[1328]

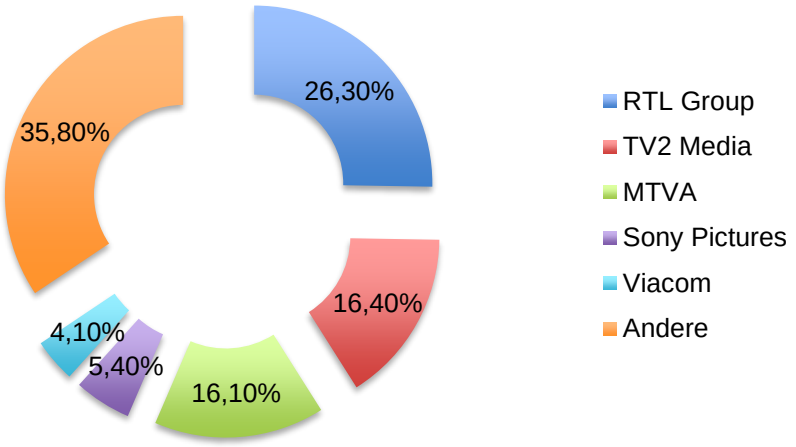
Die 2002 im ungarischen Mediengesetz vorgenommenen Veränderungen hin zu einer Harmonisierung mit audiovisueller EU-Legislativsetzung betreffen den öffent-

[1326] Beke 2008
[1327] Beke 2008
[1328] Beke 2008

lich-rechtlichen Sektor peripher. Dessen gängige Usurpation durch Politik und Wirtschaft ist mitnichten geschmälert. Im privat-kommerziellen Segment nicht zuletzt aufgrund der Unterhaltungslastigkeit der Sendungen ein politfreies Gegenstück zu Public Service-Veranstaltungen zu erwarten, greift fehl. Nebulöse Besitzverhältnisse werden selten in der Öffentlichkeit aufgedeckt.[1329] TV2 sei wohl mitfinanziert von einer wirtschaftlichen Gruppe, die zur Regierungspartei *Fidesz* gehört, vermutet der *Mérték Media Monitor* und bilanziert: „*Es ist unumstritten in den ungarischen Medien, dass die Regierungspartei immer mehr Publicity will, weil die Einschaltquoten bei den öffentlich-rechtlichen Medien sehr niedrig sind*."[1330] Eine weitgehende Umsortierung der Angebote ändert daran nichts. Die MTVA-Onlinepräsenz wirbt:

> „On 15 March 2015 M1 was renewed as a news and current affairs channel, and is broadcast from a state of the art studio designed by award winning set design company Jago Design. At the same time Petőfi TV was launched. The youth channel was incorporated into the structure of the M2 children's channel. Duna became the main public service TV channel broadcasting a wide variety of programmes."[1331]

Abb. 8_MTVA: Top TV-Betreiber in Ungarn 2015 nach Marktanteil



Quelle: EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

[1329] Vgl. Métek Media Monitor 2015, S. 31ff.
[1330] Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar 2016c
[1331] MTVA 2017e

Abb. 9_MTVA: Top TV-Sender in Ungarn 2015 nach Marktanteil

Top TV-Sender	Gruppe/ Betreiber	Status	2015 Marktanteil
RTL Klub	RTL Group	privat	13,4%
TV2	TV2 Media Group	privat	12,5%
Duna TV	MTVA	öffentlich-rechtlich	5,5%
Cool	RTL Group	privat	4,4%
Film+	RTL Group	privat	4,1%
M1	MTVA	öffentlich-rechtlich	4,0%
Viasat 3[1332]	Sony Pictures	privat	3,0%
ATV	Faith Church	privat/ öffentlich	2,6%
M2	MTVA	öffentlich-rechtlich	2,1%
Super TV2	TV2 Media Group	privat	1,9%

Quelle: EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

Online-Medien gewinnen das ungarische Publikumsinteresse, wenn auch zögerlich. Zum einen resultiert dies aus dem im Vergleich zu anderen europäischen Ländern schleppenden Netzausbau. „*So besaßen im Jahr 2000 nur 3 Prozent der Erwachsenen (15+) Internetzugänge, im Jahr 2006 waren es schon 21 Prozent*“[1333]. 2017 beziffert FH die Durchsetzungsrate bei 72,8 Prozent.[1334] Zum anderen sperren sich herkömmliche Medienanbieter lange gegen eine engagierte Onlinestrategie, die mehr bedeutet, als eine bloße Zweitverwertung im Web. Radios offerieren Live-Streams oder konvertieren Audiobeiträge in ihre Textversion. Printverantwortliche setzen Zeitungsartikel auf die Homepage des Blattes und generieren nur alternativen Zugang, keinen formalen oder inhaltlichen Mehrwert. Andere, neue Player sind es, die auf dem Online-Markt schneller und erfolgreicher Fuß fassen als alteingesessene Medienhäuser.

Seit 2009 hat sich als wesentliche ungarische Web-Domain *Orgio*, ein Nachrichtenportal, etabliert, daneben der Link-Sammler *Startlap* und *Index*, erneut ein Nachrichtenformat.[1335] Soziale Netzwerke wie *iwiw.hu* oder *mywip.com* schafften den Sprung ins Mediengeschäft über Bündelung mit journalistisch geprägten Produkten. „*Durch den Aufkauf unterschiedlicher Netzwerk-Portale und Webseiten, unter anderem ‘iwiw.hu’ im Jahr 2006, konnte T-Online seine dominante Stellung auf dem Online-Markt behaupten.*“[1336] Der Schlüssel zu hohen Klickzahlen liege laut Beke in einer dezidierten Web-2.0-Ausrichtung dieser Plattformen mit bequemer Hypertexturierung: „*Next to the news portals themselves, the companies own or are related to*

[1332] Im Februar 2015 verkauft MTG Viasat 3 und Viasat 6 an Sony.
[1333] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d
[1334] Vgl. FH 2017a
[1335] Vgl. Szekfü/ Somogyi 2009, S. 707
[1336] Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d

community sites, mail systems, blogging solutions, video- and photo-sharing tools etc.“[1337] Anders als bei den konventionellen Medien, die sich weiters stark in ihrer Senderrolle definieren – und das auch bezüglich ihrer Online-Präsenz –, fußt das Selbstverständnis der eben Vorgestellten auf Interaktion in der Kommunikation. Dadurch erfährt die Fremdwahrnehmung der Inhalte eine neue Aufladung, die sich abhebt vom gängig in Ungarn praktizierten Agenturjournalismus. „*The oldest, and previously monopoly, national news agency, Magyar Távirati Iroda (MTI) continues to dominate the market of news agencies. It is a state-owned company, managed by a board of trustees which is set up from delegates of the political parties in Parliament*“[1338], deskribiert Beke. Daneben existieren kleinere Nachrichtenagenturen wie *Havaria Press* oder *Független Hírügynökség*, die sich als Alternative zu MTI ins Spiel bringen wollen. Dem bewährten Nachrichtenkoloss Claims abzuringen, ist schwierig. Ebenfalls zu kämpfen haben kleine Agenturen, die sich auf Spezialthemen konzentrieren. „*EduPress and Espresso, focusing on higher education, MediPress on health and medicine, and C-Press, a small, non-profit news agency dedicated to covering the issues of the Roma minority*“[1339], suchen sich in thematischen Nischen zu etablieren und über Hintergrundinformationen zu punkten.

Dass regierungskritische oder alternative Sichtweisen auf Interesse stoßen exemplifizieren die Erfolgswege von Online-Plattformen wie *444.hu.* Gestartet 2013 betreibt das Portal auch Berichterstattung, die sich kontrovers mit *Fidesz* wie anderen Regierungsorganen und deren PR auseinandersetzt. „*Der Stil der Journalisten ist amüsant und witzig, immer mehr junge Leute lesen die Artikel von 444.*“[1340] Diese Haltung abgerückt vom Strang des staatspolitisch gerichteten und übergewichtigen Agenturjournalismus macht genauso *Index* attraktiv für nachwachsende Zielgruppen. Diese Portale sind in skizzierter Medienlandschaft so starr im Korsett politischer Eliten Repressalien ausgesetzt. „*A number of outlets, most of them online, feature critical or investigative reporting, but their status is precarious in the face of government pressures*“[1341], erklärt FH die Lage. Bemerkenswert ist jedoch, dass oppositionelle Aufmachungen Kopie finden: „*Im September 2015 startete eine neue Online Zeitung, die regierungsnahe 888.hu, mit einem Design und Stil ähnlich der Seite von*

[1337] Beke 2008
[1338] Beke 2008
[1339] Beke 2008
[1340] Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar 2016c
[1341] FH 2017a

444.hu.“[1342] Indiz mag das dafür sein, dass sich die Regierung nicht auf Zensur, Druck, Infiltration verlassen will, um Medien zu lenken und zu kontrollieren. Von anderer Seite her operierend wird auf propagandistische Sogwirkung gesetzt. Das öffentlich-rechtliche Online-Angebot dringt in diesem dynamischen und facettierten Umfeld wenig durch. Eher konservativ orientiert es seine Aktionsweise beharrlich an den jeweiligen Muttermedien TV und Radio.

Abb. 10_MTVA: Online Video- und Audioangebot von MTVA

Art	Im Angebot
Free replay/ Catch up	MediaKlikk
TVOD (pay per view)	-
TV Internet simulcasts	ja
Sign in	-
SVOD (pay subscription)	ja
Radio Internet simulcasts	ja
Recommendation system	-

Quelle: EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

Abb. 11_MTVA: Apps und Innovationen von MTVA

Art	Im Angebot
Apps für Smartphones/ Tablets	ja
HbbTV	ja
Andere „connected TV“-Angebote	-
Apps für Smartwatch	-
Second Screen	ja
Chatbots	-
360-Grad-Video/ VR	-

Quelle: EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

Abb. 12_MTVA: Social Media-Angebote von MTVA

Art	Im Angebot
Facebook	ja
Twitter	ja
YouTube	ja
Andere	-
Instagram	ja
Snapchat	-
Pinterest	-

Quelle: EBU 2016d (Eurodata TV Worldwide/ Nielsen Audience Measurement/ TNS Hoffmann/ RAME)

Massive staatspolitische Einflüsse hemmen Ungarns öffentlich-rechtliche Anbieter in mehrfacher Hinsicht. Zwar rücken einzelne Ausspielwege unter einem öffentlich-rechtlichen Dach zusammen, bleiben aber in konservativer Tradition geschieden. Digitale Produkte und Online-Angebote haften eng an den Muttermedien TV und Radio. Der Programmauftrag ist nicht eindeutig fixiert. Die de facto staatliche Finanzierung und Regulierung binden das Öffentlich-Rechtliche enger an die Politik als an das Publikum. Abbildung 13_MTVA bündelt noch einmal die kategorialen Befunde.

[1342] Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar 2016c

Abb. 13_MTVA Kategoriengeleitete Übersicht MTVA

Kategorie	Ausprägung
Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils	Klientelistisch (Besonderheit: Teilweise konvergent integriert strukturiert)
Finanzierungsart	Staatliche Zuwendung (Besonderheit: de facto rein staatlich finanziert)
Öffentlich-rechtliche Organisationsform	Absolut zentralistisch organisiert

Quelle: Weichselbaumer 2017

5 Ergebnisse der Delphi-Erhebungswellen

5.1 Auswertung der qualitativen ExpertInnenbefragung (Vorrunde)

5.1.1 Vorbemerkung

Eingeladen in die Vorrunde der Delphi-Studie waren 15 Teilnehmende. Diese Schnittmenge aus den 36 Gesamtpartizipierenden rekrutierte Experten[1343] aus den Gruppen „Unternehmensplanung/Innovationsmanagement“ sowie „Redaktionsleitung/Ressortführung“ für jedes der vier Sampleobjekte ARD, ORF, RTV SLO und MTVA. Zu jenen acht subsumierten sieben Probanden aus dem Segment „Wissenschaft/Forschung“. Gruppen- und länderüberlappend aggregierten verschiedene Wissensniveaus bei nahezu allen Beteiligten. Die standardisierten Fragebogenwellen 1 und 2 zogen entsprechend Selbsteinschätzungen nach Kenntnisfeldern und Wissensgraden in die Matrix ein.[1344] Für die Auswertung der Vorrunde genügten die verbal artikulierten Auto-Beurteilungen der Mitwirkenden. Dies legitimiert sich, da sämtliche Befragte der Vorrunde in den quantitativen Wellen 1 und/ oder 2 aktiv gewesen sein werden. Zudem sollten die qualitativen Vorabbefunde in erster Linie der Genese von Fragebogenthemen und -dimensionen dienen. In ihrer Aufbereitung im Anschluss werden Expertenzitate gemäß der präferierten Eigenzuordnung ausgewiesen. Bei Wissenschaftlern entfällt eine Angabe des Ortes ihrer Forschungs- oder Lehrtätigkeit. Diese koppelt nicht zwingend an die von jenen bearbeiten Untersuchungsgebiete, wie Methodenkapitel 3.2.3 und 3.2.4 erläutert haben. Abbildung 1_Vorrunde schlüsselt die Zusammensetzung der Teilnehmenden auf.

Abb. 1_Vorrunde: Teilnehmerübersicht

Anzahl der Teilnehmer: 15 **Zusammensetzung der Teilnehmer**: Innovationsmanagement/Unternehmensplanung: je 1 ARD, ORF, RTV SLO, MTVA Redaktionsleitung/Ressortführung: je 1 ARD, ORF, RTV SLO, MTVA Wissen/Forschung: 7 **Zeitraum**: Dezember 2016 bis Februar 2017 **Art des Interviews**: Persönlich, telefonisch, über Skype **Sprachen**: Deutsch, Englisch **Art der Dokumentation**: Audioaufzeichnung; Keine veröffentlichte Transkription auf Wunsch der Probanden und im Sinne der Anonymität der Delphi-Anlage[1345] **Umgang mit dem gewonnenen Material**: Für den internen Gebrauch zeigen sich Transkriptionen als praktikabel für eine fundierte Inhaltsanalyse.

Quelle: Weichselbaumer 2017

[1343] An dieser Stelle sei erneut auf die genderneutrale Benutzung der männlichen Begriffe verwiesen. Explizit sind damit wertungsfrei Frauen und Männer angesprochen. Wo es speziell um Meinungen einer oder mehrerer Expertinnen versus Statements eines oder mehrerer Experten geht, benutzt die Arbeit die jeweils angezeigte Form zur klaren Scheidung.
[1344] Siehe Kapitel 3.4.2.3; 3.4.2.4
[1345] Die zur Auswertung genutzten Transkripte liegen bei der Autorin vor.

Die telefonischen, über Skype und persönlichen Leitfadeninterviews fanden im Zeitraum Dezember 2016 bis Februar 2017 statt. Die Dauer betrug im Durchschnitt 60 Minuten. Als Konversationssprachen dienten nach Wahl der Probanden Deutsch und Englisch. Bei unklaren Bezügen konnte in der Live-Situation nachgehakt werden, so dass Verständnishürden leicht auszuräumen waren.[1346] Die aus den theoretischen Vorarbeiten kompilierten Gesichtspunkte erwiesen sich hinsichtlich brancheninterner wie metabezüglicher Diskussion als treffend. Sie finden als deduktiv verankerte sowie bezüglich vorliegender Analyseerkenntnisse facettierte Kategorien Eingang in die Fragebögen. Ebenfalls ist die Gewinnung induktiver Dimensionen dargelegt, welche sich über die Leitfadenöffnung für persönliche Erfahrungen der Experten, deren Wünsche, Visionen oder Ideen zum Phänomenkomplex ergaben.

Das oft geäußerte Bedürfnis der Beteiligten zu erfahren, was andere Samplezugehörige vor ihnen proponiert hatten, verstärkte zum einen die Aufmerksamkeit für diesen oder jenen bereits aufgeworfenen Faktor. Zum anderen brach über solche Volte häufig der Damm. Die Experten setzten weitere – nicht selten völlig unabhängige – Schlaglichter. Indirekt bestärkt beziehungsweise befreit von möglicher Befangenheit fanden sich etliche aufgrund der Tatsache, dass zwar gesammelte Ideen im Pool – in diesem Fall über die befragende Autorin – offen ausgetauscht wurden, die Anonymität der Delphi-Teilnehmenden aber stets gewahrt blieb. Namen und Einsatzorte wurden in keiner Phase der laufenden Untersuchung preisgegeben. Dies schuf Vertrauen in das Studienvorhaben und animierte einige zusätzlich zum Durchhalten über alle drei Runden hinweg.

Den standardisierten Wellen dieser Delphi-Konzeption eine qualitative Runde voranzustellen half, das theoretisch und praktisch dynamische Objektareal abzustecken. Angesichts momentaner gleichwohl prognostizierender Relevanzbestimmungen ließen sich Verläufe in der argumentativen Gewichtung ausmachen. Die Kopplung mehrerlei Wissensarten (Betriebs-, Kontext-, Deutungswissen) zu gleichen Themenstellungen erwies sich als fruchtbar. Resultierend sollen inhaltsanalytische Befunde aus der Vorrunde näher expliziert sein. Eine tabellarische, stichpunktartige Dimensionenaufbereitung bliebe im Vergleich fragmentarisch und gäbe wertvolle (Zusatz-)Informationen aus dem Erkenntnisprozess verlustig.

[1346] Zitate aus den Interviews werden in der Arbeit der leichteren Lesbarkeit halber im Deutschen reproduziert. Da es beim inhaltsanalytischen Vorgehen um das Herausfiltern von Themenkomplexen und -aspekten geht, ist ein detailliertes Verhandeln übersetzerischer Nuancen verzichtbar. Vielmehr ist es Aufgabe dabei auftretende Unklarheiten bereits vor einer methodengeleiteten Zuordnung zu beseitigen, um kategoriale Bestimmung und Facettenbildung auf eine begrifflich eindeutige Datenbasis zu stellen.

5.1.2 Begriffsklärung

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

„Medienkonvergenz“ als dehnbar, überstrapaziert, ambivalent gefülltes semantisches Gefäß unbrauchbar vs. Genug flexibel vs. Obsolet etc.

Das in der Zusammenschau multi- wie transdiziplinärer Theoriepositionen evidente Dilemma, den Begriff „Medienkonvergenz“ definitorisch dingfest zu machen, findet seine Entsprechung in den qualitativen Wertungen der Experten. Sowohl den Ist-Zustand apostrophierend als auch Zukünftiges antizipierend fällt es den Befragten überwiegend nicht leicht, eine konzise semantische Bestimmung abzugeben. Ihre Begründungen hierfür sind diverse. Als zu wenig markant, überpointiert oder als inzwischen zu ambivalent attribuiert stellt die Majorität den Nutzen einer knappen Worterklärung in Abrede. Einige befinden einen einzelnen Terminus wie „Medienkonvergenz“, „Medienwandel“, „Medientransformation“ nicht gehaltvoll genug, um einer realiter derart komponentenreichen Erscheinung gerecht zu werden. Für die wissenschaftliche, unternehmensplanerische sogleich journalistische Praxis heißt das laut einer Teilnehmerangabe: „*Weil es so viele Bewertungen und Definitionen gibt, reden wir oft aneinander vorbei. Aber ein Konsens wäre nicht realistisch. Wichtig ist, dass das Bewusstsein da ist, dass mein Gegenüber das anders sieht, und man sucht zunächst mal auf einen gemeinsamen Nenner zu kommen*.“[1347] Derlei gemeinsame Nenner liegen in den Interviews auf verschiedenen Ebenen. „*Konvergenz ist als Überthema eigentlich durch, es zerfällt in der Analyse in Einzelaspekte*“[1348], kommentiert ein Kommunikationswissenschaftler die seiner Meinung nach zunehmende Fokussierung vieler Forschender auf Momente der Meso-, vor allem aber Mikroebene. Eine Abwendung von einem etwaigen „Großen Ganzen“ hin zu Elementen mittlerer Tragweite bis Feinjustierungen im theoretischen wie praktischen Detail durchziehen auch die Angaben der Probanden aus den Gruppen „Unternehmensplanung/Innovationsmanagement“ und „Redaktionsleitung/Ressort-führung“. „Medienkonvergenz“ erfährt dann eher Paraphrasierung oder Konkretisierung an Konzeptionen wie Umsetzungem aus dem direkten eigenen Umfeld:

> „*Das Zusammenwachsen klassischer Medien wie Radio, Fernsehen, Teletext und Online in eine Redaktion, das macht Konvergenz für uns Journalisten aus*.“[1349]

[1347] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ORF
[1348] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1349] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung RTV SLO

> *„Über die Definition von 'Medienkonvergenz' wird nie diskutiert. Wenn wir zum Beispiel vom 'multifunktionalen Newsroom' reden und das ist bei uns das Wording, dann ist das für alle das Zusammenziehen an einen gemeinsamen Standort. Aber was das für alle dann bedeutet, da haben sich die wenigsten Kollegen, denke ich, Gedanken darüber gemacht."*[1350]

Unabhängig des öffentlich-rechtlich orientierten Betrachtungsausschnittes spielen – makro-, meso-, mikrosystemisch – somit für die Befragten mehrere Konvergenzarenen zugleich eine Rolle. Dies geschieht in unterschiedlicher Gewichtung technischer, wirtschaftlicher, inhaltlicher, rechtlicher Faktoren oder solcher der Nutzung.

> *„Es ist eine Mischung aus Vielem: Eine fortschreitende Digitalisierung, ein geändertes Nutzerverhalten, das wir beobachten, Sparzwänge und auch ein Legitimationsdruck, denn für uns zahlen alle. Da können wir nicht sagen, tut uns Leid, die unter 35 Jahren erreichen wir nicht, Pech gehabt*."[1351]

> *„Man hat ganz neue Formen der Verarbeitungsmöglichkeiten, der Schnittmöglichkeiten, der Datenkompression, das ermöglicht auch ganz neue Vertriebswege, so dass die Digitalisierung der Ausgangspunkt ist für die Medienkonvergenz. Zum anderen hat es aber auch gesellschaftliche Aspekte, weil sich die Mediennutzung in der Gesellschaft deutlich verändert hat*." [1352]

Bindet man diese Aussagen zurück an die synoptisch referierten Forschungspositionen, ergeben sich Parallelen in der Ableitung wesentlicher Desiderate. So konturiert sich in der ersten qualitativen Erhebungswelle ebenfalls der Mangel grundlegender Begrifflichkeit. Diese Lücke soll der Fragebogen ansprechen:

Fragebogenitem „Definition 1":

1. Um Prozesse eines seit geraumer Weile beobachtbaren Medienwandels zu beschreiben, fällt oft der Begriff „Medienkonvergenz". Was verstehen Sie knapp gefasst darunter?

Weitergedacht empfiehlt sich, innerhalb der deduktiv gewonnenen und in den empirischen Leitfadengesprächen bestätigten Typenlisten konvergenter Ausprägungen zunächst eine gewichtende Sortierung vorgeschlagener Subkategorien vorzunehmen.

[1350] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ORF
[1351] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ARD
[1352] Gruppe Unternehmensplanung/Innnovationsmanagement ARD

Fragebogenitem „Definition 2“:

2. Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?[1353]
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Technische Konvergenz
Wirtschaftliche Konvergenz
Inhaltliche Konvergenz
Konvergenz der Nutzung
Zusätzliche konvergente Ausprägungen

Wie aus den Experteninterviews abzuleiten, sind die Zeiträume, über die sich Probanden Prognosen zutrauen, tendenziell eher kurz. Nichtsdestoweniger tarieren viele ihre temporären Festlegungen am Kontext aus. Belange technischen Wandels kommen etlichen maximal für die nächsten zwei Jahre, einigen noch auf fünf Jahre, wenigen für eine volle Dekade wägbar vor. Anders sieht das bezüglich rechtlicher oder organisationsstruktureller Bezugspunkte aus. Hier mahlen für den überwiegenden Teil der Befragten die Zukunftsmühlen langsamer. Mehr setzen jetzt fünf oder zehn Jahre als Intervallgrößen an. Manche beharren auf einer Verknappung des zu verhandelnden Zeitvolumens. Der Fragebogen respektiert diesen Umstand und baut über einen prognosegerichteten Zweischritt von „zwei bis fünf Jahren“ und „sechs bis zehn Jahren“ eine argumentative Schleife ein. Unterbleibt eine Einschätzung, weil der gefasste Zukunftszenit als zu weit erachtet wird, schließen sich die Optionen einer tiefergehenden Darlegung dieses Urteils an. Damit sichert Fragebogenwelle 1 womöglich wertvolle Hinweise für die Themensetzung in Welle 2.

Hatten sich einleitende Items dem Gegenstand „Medienkonvergenz“ grundlegend und allumfassend zugewandt, verjüngen die anschließenden Erhebungsteile auf öffentlich-rechtliche Objektspezifika. Neben deduktiv abgeleiteten und im Leitfaden angesprochenen Motiven, finden induktive aus den Gesprächen gewonnene Denkweisen Eingang. Folgende – noch generalisierende – Einschätzung bekräftigt die Wahl eines *Most different systems*-Zugangs zur Samplezusammenstellung:

> „*Wächst eh alles zusammen – die These hätte ich jetzt nicht. Es kommt immer auf die Strategie von einem Medienhaus oder einer Redaktion an, welche Kanäle man da jetzt bespielt, wie man das Publikum erreichen will, welche Themen sich für welche Kanäle eignen.*“[1354]

[1353] Absolut, in Teilen, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1354] Gruppe Wissenschaft/Forschung

5.1.3 Arten der Konvergenz aus öffentlich-rechtlicher Perspektive

5.1.3.1 Technische Konvergenz

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

Treibend vs. Kaum konkret zu prognostizieren vs. In der Hand vor allem von Playern außerhalb des öffentlich-rechtlichen Systems etc.

Die Mehrheit der Teilnehmenden nennt das technische Segment als treibend für medialen Wandel. Damit kommt diesem Bereich innerhalb der deduktiv erarbeiteten Typologie technische, wirtschaftliche, inhaltliche und Konvergenz der Nutzung dominante Stellung zu. Viele Probanden markieren diesen Bereich jedoch als den am wenigsten vorhersehbaren. Sie verweisen auf ein Kaleidoskop technischer Erfindungen, welche in minimaler Zeitspanne in vielfacher Hinsicht zu vollkommen anderer Medienproduktion wie Anwendung geführt hätten. Digitalisierung der Herstellung wie Distribution, Ausdifferenzierung der Ausspielplattformen, Etablierung dialogischer journalistischer Angebote, welche das vormals disperse Publikum vom Rezipienten zum Kommentator und Produzenten erheben – derlei Beschreibungen fördern die Interviews vielfach zu Tage. Ursachen und Wirkmechanismen werden dabei im globalen Blick meist pauschal ähnlich empfunden. Kontrovers beurteilt findet sich indessen die Schubkraft technischer Entwicklung bezüglich öffentlich-rechtlicher Systeme. Hier überlegen die Beteiligten zugehörige Programmaufträge, rechtliche Rahmungen, Organisationsstrukturen oder Finanzierung mit. Während auf der einen Seite Experten anführen: „*Man kann sagen, dass die Digitalisierung und das Internet den öffentlich-rechtlichen Journalismus vor sich hertreiben*“[1355], erfährt auf der anderen Seite eine Parallelbewegung Betonung:

> „*Man kann auch sagen, dass Journalisten Ideen der Umsetzung haben, Ideen des Storytelling, und da gibt es noch keine technische Umsetzung dafür. Man kann da vielleicht sogar einen Paradigmenwechsel sehen, dass die Journalisten technische Innovationen einfordern oder befördern und einige Öffentlich-Rechtliche haben da bereits entsprechende Projekte oder sogar Abteilungen dafür.“*[1356]

Dieses Spannungsfeld macht eine Einordung dahin gehend sinnvoll:

[1355] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1356] Gruppe Wissenschaft/Forschung

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“:

3. Öffentlich-rechtliche Veranstalter in Europa werden technische Innovationen vorantreiben…[1357] *In den nächsten zwei bis fünf Jahren* *In den nächsten sechs bis zehn Jahren* *Gründe für Ihre Einschätzung sind…*

Nachzuhaken ist in doppelter Hinsicht:

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“:

Auf welche Arten von Technologien oder Technikbereiche werden Europas Öffentlich-Rechtliche vermutlich einen Schwerpunkt legen…

Anhand der in der qualitativen Vorrunde meistgenannten Technikspezifika lassen sich Schlaglichter herausfiltern. Aus einem digitalen Wandel in Produktion und Distribution sowie veränderten Rezeptionsvorlieben leiten viele Befragte aus den Gruppen „Unternehmensplannung/Innovationsmanagement“ und „Redaktionelle Leitung/Ressortführung“ eine Ausweitung der non-linearen Produktpaletten ab. „*Wir sehen, dass die Nutzung von linearen Angeboten abnimmt und die Nutzung von digitalen zunimmt, und wenn wir den Stellenwert halten wollen, den wir heute haben, dann müssen wir was tun, dann müssen wir mehr digitale Angebote machen und das heißt, dass die anywhere anytime verfügbar sein müssen*“[1358], lautet eine Argumentation, die skizzierten Tenor spiegelt. Dennoch sind nicht alle Probanden darin einig, in welchem Ausmaß Non-Lineares tradiert linear ausgespielte Programme duplizieren, ergänzen oder ersetzen soll.

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“:

4. Das lineare öffentlich-rechtliche Programmangebot in Europa wird durch non-lineare Produkte ersetzt werden…[1359] *In den nächsten zwei bis fünf Jahren* *In den nächsten sechs bis zehn Jahren* *Gründe für Ihre Einschätzung sind…*

Filigraner in die Besonderheiten medialer Form und Gestaltung dringen die Gesprächspartner bei der Verkopplung technischer Anforderungen oder Neuerungen mit journalistischen Inhalten ein. Deren optimale medienprofessionelle Aufbereitung für das gewählte Ausspielumfeld gibt zu denken. „*Für Journalisten wird technische Kompetenz immer bedeutungsvoller, polymediale Hard- und Software sind auf dem*

[1357] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1358] Gruppe Unternehmensplanung/Innnovationsmanagement ARD
[1359] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

Vormarsch, doch geht der technische Aufwand eventuell zu Lasten intensiver Recherche, für die keine Zeit mehr bleibt“[1360], warnt ein Vertreter der Gruppe „Redaktionsleitung/Ressortführung“ vor einem gegeneinander Aufwiegen von technischer Raffinesse oder allgemein Umsetzung versus wünschenswerter Content-Tiefe. Der Experte bilanziert: „*Was in allen unseren Funkhäusern weitestgehend fehlt, sind Leute, die beides gut können, nämlich den technischen und den journalistischen Bereich abdecken*.“[1361] Rückendeckung bekommt dieses Votum über Aussagen wie diese aus der Gruppe „Wissenschaft/Forschung“: „*Und da glaube ich schon, dass sich die beiden Berufe annähern, dass Techniker mehr mit Journalistenköpfen denken müssen und Journalisten sich auch eine technische Ausbildung angedeihen lassen müssen, damit sie diese Dinge zusammenbringen in der Zukunft*.“[1362]

Im Zentrum findet sich ein Nach- oder gar Neuverorten dessen, was als geteilter Wert einer journalistischen Kernkompetenz erachtet werden mag. Im weiteren Ausblick koppelt daran, was als Anforderungsprofil öffentlich-rechtlichen Journalismus gelten kann und soll. Die Strömung zunächst in vielen privaten, jetzt genauso öffentlich-rechtlichen Medienhäusern, Journalisten Beiträge, Filme, überhaupt Inhalte selbst technisch aufbereiten zu lassen und auf traditionelle Berufsbilder wie Kamerafrau, Cutter oder Bildmischerin zu verzichten, erkennt das Sample unisono seit geraumer Weile. Zu klären bliebe, äußern die Experten genauso übereinstimmend, wie sich in Anbetracht öffentlich-rechtlicher Programmaufträge und Zielsetzungen journalistische und gestalterische Ressourcen analog zum technischen Wandel veränderten beziehungsweise verändert werden würden. Zukünftiges einschätzend sehen dabei nicht alle einen Kausalzwang, der aus der technischen Option die journalistische Adaption ableitet. „*Die Technik schreitet voran, es ist aber nicht ausgeschlossen, dass NutzerInnen und JournalistInnen, die Technik nicht auch mal überholen*“[1363], wirft ein Proband aus der Gruppe „Wissenschaft/Forschung“ auf. Akzentuiert ist die – zugleich – reziproke Verlinkung: Journalisten beeinflussen über Ideengebung und Bedienungsverhalten im täglichen Praxisgebrauch technische Entwicklungswege innerhalb ihrer Tätigkeitsbereiche. Dies strahlt ins Branchenumfeld aus. Spätestens an dieser Stelle wird es komplex etwa bezüglich Herstellungs- und Produkti-

[1360] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1361] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1362] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1363] Gruppe Wissenschaft/Forschung

onswerkzeugen, die redaktionellem Arbeiten in öffentlich-rechtlicher Einbettung, inhaltlichem Gehalt und Umsetzungsästhetik adäquat erachtet werden. Das „Aktuelle Wort“, so die Tendenz im Sample, werde zunehmend in Eigenregie wie Selbstproduktion von einzelnen Nachrichtenjournalisten multimedial aufbereitet. Für das Feld „Künstlerisches Wort“ leitet sich aus den Statements der Befragten ein weniger klares Richtungsbild ab. Gerade in Abteilungen erwünscht hoher Erfahrungsdichte, Versiertheit, Originalität und Kreativität im Umgang mit einer spezifischen medialen Gattung (Hörspiel, Feature, Fernsehserie, Spielfilm, Dokumentarfilm, Social Media Live-Event etc.), einem bestimmten Editionstool oder komplizierten technischen Hintergrundaufbauten (Sat-Mobil- und Ü-Wagen-Einsatz, Live-Übertragung, Veranstaltungsbegleitung etc.), driften die Einschätzungen der Probanden auseinander: Wo sind heute schon und sukzessive kommend Szenarien vorstellbar, die JournalistInnen, AutorInnen, RegisseurInnen zugleich zu TechnikerInnen machen und das erfolgreich? Wo wird es weiterhin der Unterstützung ausgebildeter TechnikerInnen, IngenieurInnen, BildmeisterInnen, CutterInnen bedürfen? Das Binnen-I ist hier bewusst gesetzt, um die geschlechtsunabhängige Durchdringung aller Tätigkeitsprofile als selbstverständlich zu betonen.

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 3“:

5. Journalistinnen und Journalisten bei öffentlich-rechtlichen Anbietern werden technische Aufgabenfelder übernehmen…[1364]
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Audiovisuelle Herstellung digitaler Inhalte
Distribution von digitalen Inhalten
Design digitaler Plattformen
Weitere technische Aufgabenfelder, die Sie nennen möchten…

Häufig führt die Vorrunde monetäre Momente als technische Ambitionen dämpfend ins Feld. Debattiert wird die Reduktion auf wenige ideal bestückte Ausspielflächen oder ein Abwägen von Inhalt, nachrichtlicher Wertigkeit wie Dringlichkeit und technischem Anspruch. Einige überlegen, wonach sich künftig – technische – „Qualität“ bemessen werde. Dieses Urteil falle von Macherperspektive und Warte der Nutzenden nicht unbedingt ident aus:

> „*Auf der einen Seite wird die Technik immer anspruchsvoller zu bedienen, auf der anderen Seite wird der Zuschauer immer anspruchsvoller. Wenn sie zuhause 1,5 Meter breite Bildschirme haben, dann wollen sie*

[1364] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

gescheite 4K- oder 8K-Qualität sehen und keine verwackelten Handyaufnahmen von irgendeinem Journalisten, der eigentlich aus dem Hörfunk kommt und mal eben noch schnell in paar Bilder einholt.“[1365]

In derlei Kontext befinden die Probanden beachtenswert, wie die öffentlich-rechtlichen Anbieter im Vergleich zu konkurrierenden Unternehmen in Eigen- und Fremdwahrnehmung des Portfolios abschneiden. Ein Gedankengang, den ich später in der Fragebogenerhebung unter öffentlich-rechtlicher Legitimation sowie möglicher öffentlich-rechtlicher Alleinstellungsmerkmale intensiver verhandeln möchte. Annahmen gehen auch dahin wie Europas Öffentlich-Rechtliche ihre technische Entwicklung fürderhin finanzieren werden plus in welche – innovativen – Angebotsformen investiert werden soll. Somit ist bereits das nächstbesprochene Konvergenzsegement tangiert.

5.1.3.2 Wirtschaftliche Konvergenz

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

Einsparpotentiale vs. „Qualitäts“-versprechen der Öffentlich-Rechtlichen vs. Kopplung an gesellschaftliche oder gesellschaftsanteilige Finanzierungsmodelle etc.

„*Wir brauchen im digitalen Zeitalter einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der alle technischen Plattformen ausloten kann, der Apps erstellen kann, der Inhalte über die 7-Tage-Regel hinaus anbieten kann. Wir haben die Inhalte bezahlt als Gebührenzahler, als Haushaltsabgabenzahler. Und die wollen wir ja auch sehen*.“[1366]

Adressiert sind in diesem Zitat mehrere Komponenten technischer, rechtlicher wie inhaltlicher Provenienz, die gleichwohl alle gekoppelt sind an den einen Parameter Finanzierbarkeit. Drei der öffentlich-rechtlichen Anstalten im Sample beziehen ihre Ausstattung aus Beiträgen/Gebühren und zum Teil aus Werbung. Eine de facto staatlich subventionierte Rundfunkvariante ist in der Fallauswahl berücksichtigt. Allenthalben sehen sich Sämtliche aus den Gruppen „Unternehmensplanung/Innovationsmanagement“ und „Redaktionelle Leitung/Ressortführung“ vor der Herausforderung: Welche Inhalte müssen, wollen, können wir bei welchem Aufwand in welcher Form wo abrufbar halten? Wie stellen wir uns als funktions- und überlebensfähige Unternehmen in konvergierenden Medienumfeldern auf? „*Bei uns schwelt immer der Konflikt Fortschritt versus Sparmaßnahmen. Das beeinflusst ganz klar und verzögert*

[1365] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1366] Gruppe Wissenschaft/Forschung

letztendlich den Umstrukturierungsprozess“[1367], beschreibt ein Proband. Ein anderer drückt das ähnliche Dilemma so aus: „*Wir müssen sparen, wir haben nicht mehr die Mittel wie früher zur Verfügung, müssen aber mehr, weil im Zuge der Konvergenz auf mehr zusätzlichen Feldern arbeiten*.“[1368]

Der über die Gruppengrenzen hinweg betonte „Sparzwang“, „Spardruck“, „Sparwunsch“ erfährt in öffentlich-rechtlichen Zusammenhängen Verschärfung über die Tatsache, dass den Organisationen bestimmte Finanzvolumen respektive deren Gewinnung über die jeweilige rechtliche Verfassung vorgegeben sind. Wo private Veranstalter Inhalte, Produkte, aber ebenso Einnahmewege – zum Beispiel Werbeanteile oder Drittverwertungen – autarker wählen können, bewegen sich Europas Öffentlich-Rechtliche in gesonderten Zwängen. Auch die wirtschaftliche Zielsetzung ist abweichend. Statt Überschussmaximierung geht es um die Erfüllung in der Regel gesellschafts- und staatsvertraglich fixierter Programmaufträge. Ob medienkonvergente Bestrebungen einem Ansinnen entgegenkommen, Kosten generell zu mindern, ist für alle Befragten disputabel.

Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“:

6. Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten im öffentlich-rechtlichen Segment…
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Erheblich steigern
Etwas steigern
Wie heute belassen
Erheblich verringern
Weiß nicht
Gründe für Ihre Einschätzung sind...

Eine vorderste ökonomische Rechnung werde bezüglich des Organigramms und dessen personeller Befüllung aufzustellen sein. Das betonen besonders die Experten aus den Segmenten „Unternehmensplanung/Innovationsmanagement“ und „Redaktionsleitung/Ressortführung“. In einer zweiten Bilanz, stünden sich inhaltliche Verpflichtungen der öffentlich-rechtlichen Sender und die Kosten dazu passender Angebote gegenüber. Insgesamt teilen die Experten über die Befragungsgruppen hinweg die Überzeugung, Öffentlich-Rechtliche bedürften im digitalen Zeitalter neuer unternehmerischer Finanzkonzepte. Jene sollten Traditionslinien aus analogen Tagen zukunftsfähig geradeziehen. Dafür würden Einsparungen im Dafürhalten der meisten Investitionen gegenüberstehen müssen. Die Rede ist in den Leitfadengesprächen

[1367] Gruppe Redaktionelle Leitung/Ressortführung ORF
[1368] Gruppe Redaktionelle Leitung/Ressortführung ARD

gleich häufig von „Streichungen“, „Veränderungen der Bedarfszuschnitte“, „Umlagerungen der Etats“ oder „Neuimplementierungen“. Generell erfolgt jene Szenariobildung entlang unwesentlich erhöhter Finanzvolumen. Keiner der Beteiligten imaginiert eine entschieden ansteigende Ausstattung der Public-Service-Medien. Daraus leite sich die Notwendigkeit ab, Vorzüge zu benennen.

Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“:

Öffentlich-rechtliche Anstalten werden ihre Budgets (bei nicht zu erwartenden erheblichen Mehreinnahmen) bevorzugt verwenden auf...

Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1c“:

Öffentlich-rechtliche Anstalten werden (bei nicht zu erwartenden erheblichen Mehreinnahmen) Einsparungen vor allem in folgenden Bereichen ansetzen...

Das Sample geht davon aus, dass die Einnahmen über gesellschaftliche Beiträge, staatliche Zuwendungen oder Werbung in der kommenden Dekade kaum wesentliche Veränderung erfahren werden. Dennoch entwerfen einige probehalber Gedankenzüge, bislang untersagte oder gedeckelte Quellen zu erschließen oder die Finanzierung grundsätzlich umzugestalten. Derlei Entwürfe geraten an Grenzen: „*Das Hauptproblem besteht darin, dass die Werbekunden glauben, dass Internetwerbung kostengünstig sein sollte. Insofern ist hier für Öffentlich-Rechtliche kein signifikanter Zusatzverdienst zu machen*“[1369], resümiert ein Wissenschaftler. Ein anderer hebt nicht nur auf Werbekunden ab, sondern überblickt die Gesamtrezeption: „*Die Leute haben das Gefühl, dass Internetangebote nichts kosten sollten, weil sie ja nebenher passieren, also als Anhängsel von TV- und Radioprogramm. Also warum sollte man da mehr Beiträge, Gebühren, Steuern zahlen oder Subventionen verteilen?*“ [1370] Demnach ist es sinnvoll, die Fragestellung testhalber zu modifizieren.

Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 2“:

7. Welche grundlegende öffentlich-rechtliche Finanzierungsform halten Sie künftig europaweit für wahrscheinlich?

[1369] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1370] Gruppe Wissenschaft/Forschung

5.1.3.3 Inhaltliche Konvergenz

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

Mediengattungsspezifika vs. Content-geleitete Distribution unter Einebnung etwaiger Ausspielwegwesenheiten vs. Plattformpluralismus etc.

Inhaltliche Konvergenz analytisch an Objektarealen integrierter Nachrichtenredaktionen durchzuexerzieren oder multimediale Datenbanktypen für die Bestückung varianter Plattformen zu prüfen, halten die Beteiligten im Sample für obsolet. Aus theoretischen Studien und einigen Jahren Praxiserfahrung bei öffentlich-rechtlichen Anstalten – als Vorreiter werden BBC, DR oder generell „*Die Skandinavier*“[1371] gelistet – liege am Tage: Journalisten, die aus einer Hand alle Konvergenzmedien des Hauses bedienten, fänden sich kaum. Sie stellten keineswegs zwingend eine Art „Prototyp“ dar. Aktuelle Nachrichtenlagen verlangten vielmehr polyplattformstrukturierte Teamleistung, aufwendige Dokumentationen oder Fiktionales dagegen oftmals monomediale Professionalität bis Genialität. Dennoch ergäben sich in der „*Post-integrated-newsroom-Ära*“[1372] offene und gesondert für öffentlich-rechtliche Veranstalter bedeutsame Überlegungen, bestätigen die Experten. Bedenken zielen weniger darauf wer macht was. Die Probanden versuchen vielmehr zu fassen, was da genau gemacht wird.

> „*Nicht einer macht alles, sondern die Koordination sollte so laufen: Einer macht eine Geschichte für einen Kanal perfekt und arbeitet mit den Kollegen der anderen Kanäle so intensiv zusammen, dass die dann dort perfekte Geschichten machen können.*“[1373]

> „*Der ‘Multimediale Newsroom’ ist eine Manageridee, die vor allem zum Ziel hat dem Spardruck durch Ressourcenbündelung zu begegnen und Redaktionen zusammenzulegen. Dadurch geht redaktionelle-journa-listische Pluralität verloren, unabhängige thematische Zugänge und Entscheidungen finden nicht mehr statt. Die Koordinatorenposition bekommt umfassende Auswahlkompetenz*.“[1374]

> „*Welche Qualitätssicherungsmaßnahmen helfen, um Einheitsbrei auf allen Ausspielwegen zu vermeiden?*“[1375]

Daraus ergibt sich für die Fragebogenwelle 1:

[1371] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1372] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1373] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1374] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1375] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung MTVA

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“:

8. Europas Öffentlich-Rechtliche richten ihre Redaktions- und Ressortgrenzen an inhaltlichen Markern aus…[1376] *In den nächsten zwei bis fünf Jahren* *In den nächsten sechs bis zehn Jahren* *Gründe für Ihre Einschätzung sind...*

Signifikant ist den Experten neben „dem Inhalt“ – basal betrachtet als Information, aufbereitetes Quellenmaterial, dargestellte Daten – die Präsentationsform. Hierbei träten rein technische Merkmale zurück, argumentieren nicht wenige: „*Technische Konvergenz und inhaltliche Konvergenz sind voneinander nicht mehr zu trennen.*“[1377] Oder anders ausgedrückt: „*Neue Tools ohne Inhalt spielen keine Rolle.*“[1378] Eine ideale – künftige – Verpackung von Inhalten allerdings imaginieren die Experten verschieden. Die einen stellen jede Formatierung hinten an und folgen dem Credo: „*Content ist nicht nur King, sondern Content ist God.*“[1379] Andere betonen die Bedeutung bestimmter Konventionen: „*Bei uns konsumieren viele Unterhaltungsformate aus dem Ausland, Nachrichten sucht man aber zuvorderst von hier respektive eigenen öffentlich-rechtlichen Quellen, deren Anmutung und politische Positionierung man kennt*.“[1380] Dritte konzentrieren sich auf brauchbare neue oder angepasste Gefäße für öffentlich-rechtlichen Gehalt. Letzterer findet sich später in der Item-Abfolge an Dimensionen von Legitimierung und Selbstverständnis (USP) abgeklopft. An dieser Stelle lässt sich bereits die Diskussion um Formate oder journalistische Gattungen anschneiden, die inhaltliche Konvergenz erst generiert. Das geschieht aus sich heraus wie im Austausch mit aktuell erlebten oder medial vermittelten Lebensumgebungen.

> „*Man muss irgendwie neue Wege finden, um dem Publikum zu zeigen, diesen Fakten kannst du vertrauen. Welche Formate muss man da entwickeln? Denn alte Objektivitätsbehauptungen können es ja nicht mehr sein. Hat viel mit Quellentransparenz zu tun, aber landet man dann nicht in einem Bereich, wo jeder dem anderen vorwirft: Fake News?“*[1381]

Kritische Stimmen finden sich gerade, wenn es um die – inhaltsgetriebene – Zusammenlegung von Abteilungen oder Ressorts geht. Angemahnt ist dabei eine Sen-

[1376] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1377] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1378] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung RTV SLO
[1379] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1380] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1381] Gruppe Wissenschaft/Forschung

sibilität für zu erhaltenden internen und nach außen übersetzten Meinungspluralismus in journalistischem Arbeiten und Angebot. Der Fragebogen klopft Haltungen hierzu ab.

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“:

9. Im redaktionellen Zusammenwachsen von Hörfunk, Fernsehen und Online setzen etliche öffentlich-rechtliche Veranstalter in Europa auf die Einrichtung inhaltlicher Koordinationsstellen. Diese sollen Aufträge über alle Ausspielwege des Hauses hinweg bündeln und zentral an Autorinnen und Autoren verteilen. Was bedeuten solche Maßnahmen aus Ihrer Sicht für künftige inhaltliche Meinungspluralität?

Neben sich wahrscheinlich wandelnden Darstellungsarten von Nachrichtenlage und Tagesgeschehen sehen die Experten Chancen für Öffentlich-Rechtliche in der Aufbereitung unterhaltender oder bildender Inhalte. Mitgedacht ist zum linear erarbeiteten Portfolio als Einwegkommunikation das Offenhalten von Rückkanälen für publikumsgenerierte Einträge. Non-lineare Erzählstrategien sortieren Inhalte nach neuen Spielregeln oder solchen, die im Live-Event gemeinsam oder im individuellen Nachgang vom Nutzenden allein festgelegt werden. Mitunter seien derlei Formate teuer, personalintensiv in der Betreuung, weniger passend zum programmauftraglichen Rahmen geben Probanden zu bedenken. Es wird also zu reflektieren sein, welche Arten der Aufbereitung kommend denkbar sind und für öffentlich-rechtliche Zusammenhänge als sinnvoll erachtet werden.

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 3“:

10. Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden ihre inhaltlichen Formate dahin gehend schärfen…[1382] *In den nächsten zwei bis fünf Jahren* *In den nächsten sechs bis zehn Jahren* *Mehrmediales Storytelling* *Monomediale Ursendungen* *Präsentation von Eigenrecherche* *Aufbereitung von Agenturmaterial* *Faktenchecks* *Optimierung eigener Plattformen (Apps, Mediatheken etc.)* *Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter*

Wie die Beurteilungen der Experten durchgängig erkennen lassen, sind inhaltliche Ausformungen und Richtungsentscheidungen im digitalen Zeitalter, das Rückkanäle nicht nur öffnet, sondern den Austausch mit einem längst nicht mehr einwegwirksam „besendeten“ Publikum befördert, unabdingbar an die Position der Nutzenden gekoppelt. Die Beschreibung jener Rezeptionswarte, besser jener Rezeptionswarten wirft in den Leitfadeninterviews unterschiedliche Gesichtspunkte auf.

[1382] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

5.1.3.4 Nutzungskonvergenz

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

Technische Angebote als den Nutzenden lenkend vs. Das avisierte Publikumssegment determiniert per Zugangspräferenz den vom Medienunternehmen reichweitenreferentiell potentiell erfolgreich zu bespielenden Verbreitungsweg etc.

„*Das Publikum will die Information möglichst schnell, möglichst akkurat, möglichst auf allen Kanälen, auf denen sie gerade zuhause sind. Und zwar relativ wurscht ob das Snapchat ist oder What´s App oder Twitter oder Facebook oder welche Plattform es da sonst noch gibt*“[1383], schätzt ein Protagonist der Gruppe „Redaktionsleitung/Ressortführung“ die Adressatenlage ein. Ein Vertreter des Segments „Wissenschaft/Forschung“ konstatiert ähnlich: „*Der Wunsch des Publikums ist immer da, dass es Inhalte gibt, die schnell verfügbar sind.*“[1384] Für einen Teilnehmenden aus dem Bereich „Unternehmensplanung/Innovationsmanagement“ bedeutet dieses Streben nach der raschen Belieferung des Kunden mit dem, was er erwartet auf dem Zugangsweg, den er bevorzugt, ein Abholen des Gegenübers just da, wo sich jenes befindet: „*Die Frage muss jetzt immer über den Nutzenden gehen: Warum seid ihr dort? Wie kommt ihr wieder zu uns, was können wir tun? Oder wie kommen wir zu euch?*“[1385] Neben dieser primär plattformbezogenen Lokalisierung bedürfe es für Öffentlich-Rechtliche weiterer Bestimmung bestimmter Charakteristika ihrer Publika. „*Heute ist es so, dass unsere ganze Zielgruppe wieder lauter kleine individuelle Zielgruppen aufweist und die wiederum lauter eigene kleine Medienkonsumverhaltensweisen an den Tag legen. Wenn wir die Leute nicht abholen, gehen sie einfach woanders hin.*“[1386] Öffentlichkeitsgefüge in zunehmend subkulturell auffächernden Prozessen abzubilden, um programmstrategisch orientiert etwaige gemeinsame Nenner zu destillieren, über welche man doch wieder breitere Bevölkerungsteile erreichen könne, ergeben die Leitfadengespräche als eine Aufgabe derzeitiger Medienforschung. Im Sinne von Meinungsforschung wird diese hausintern von sämtlichen Sendern im Sample betrieben.

Experten aus der Gruppe „Wissenschaft/Forschung“ beklagen ebenfalls Desiderate. Für die institutionalisierten Kommunikations-, Publizistik-, Medien- oder Sozialwissenschaften erachten sie das Feld der Nutzung als das meistanalysierte unter den

[1383] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung RTV SLO
[1384] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1385] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ORF
[1386] Gruppe Unternehmensplanung/Innnovationsmanagement MTVA

Konvergenztypen. Damit bestätigen sie in Kapitel 2 subsummierte Theoriepositionen zu Aneignung technischer Neuerungen und Nutzungsweisen, welche Konsumierende zugleich zu Gestaltenden machen. Dennoch mangle es an soliden Informationen zu Zustand und Verhalten sukzessive auseinanderdriftender oder splitternder Zuhörer- und Zuschauerschaften. Womöglich müsse man sich von gewohnter Manier verabschieden, „seine Klientel“ immer weitgehend kennen zu wollen, argumentieren Andere:

> „*Mediennutzungsverhalten ist eine Tochter der Zeit. Ich glaube, dass wir eine gewisse Leichtigkeit an den Tag legen müssen und sagen, gut, es ist jetzt so, und vielleicht nicht mehr so wie wir das seit zehn Jahren gewohnt sind, und da müssen wir uns halt etwas anderes überlegen.*“[1387]

> „*Wir sind erst am Anfang, wir begreifen vieles noch nicht. Dass da zum Beispiel Communities entstehen, die sich in einer Echokammer bewegen, also ich bin nur noch mit Gleichgesinnten unterwegs – da ändert sich was Dramatisches.*“[1388]

Beobachtbar sei ein Auseinanderfallen in Publikumsfragmente. Diese fänden sich mit verschiedenen Halbwertszeiten über diverse geteilte Motivationslagen auf jeweils präferierten Plattformen zusammen. Programm- und Distributionsofferten auf ein solch kaleidoskopierendes Rezeptionsgefüge zuzuschneiden, werten die Teilnehmenden im Sample als utopisch oder lediglich bedingt umsetzbar. Nichtsdestotrotz sei aus öffentlich-rechtlichen Programmaufträgen eine gewisse Spanne pluralistischer Angebote abzuleiten. Beispielsweise müssten neue Minderheiten gleichsam alter angesprochen werden.

Mit erwartbar zunehmend dynamischen wie hybriden Nutzergruppen und Nutzungsgewohnheiten umzugehen halten die Experten für diffizil. Für einige determiniert schon heute die – meist intern angesiedelte – Medienforschung im Sinne von Meinungsforschung das Aktionsspektrum öffentlich-rechtlicher Adressen. Sie erkennen einen auffälligen Umschwung dahin gehend, dass Programminhalte und Distribution mittlerweile rein vom Empfänger, dessen technischer Ausstattung, inhaltlicher Präferenz, Bereitschaft für Neues, Anderes, Überraschendes oder seiner Abneigung gegen alles, was der eigenen sozialen Blase widerspricht, gedacht würden.

Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“:

11. In einem digitalisierten Zeitalter sind Nutzende nicht mehr nur Konsumenten medialer Produkte, sondern werden selbst zu Kommentatoren und Produzenten von Inhalten. Wie werden öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten in Europa ihre Angebotspalette auf diese veränderte Art der Nutzung umstellen?

[1387] Gruppe Unternehmensplanung/Innnovationsmanagement ORF
[1388] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ARD

Hierin erfolgt die Überleitung zum nächsten Komplex, der auf rechtliche Bedingungen abhebt. Öffentlich-Rechtliche können sich „ihr" Publikum nicht autark aussuchen und nach dessen oder selbstgewählten Vorlieben bedienen. Gesellschaftspolitische Verankerung garantieren Rundfunkstaatsverträge oder spezielle Mediengesetze, dies wiederum entlang der EU-Rahmengebung. Bei bestimmten Themen greifen international weitergefasste Setzungen.[1389]

5.1.4 Rechtlicher Konvergenzrahmen

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

Beständigkeit und Wettbewerbsfähigkeit Öffentlich-Rechtlicher in dualen Medienmärkten national, EU-weit, global vs. Entwicklungspotentiale legislativ unterstützt, eingeschränkt, unterbunden etc.

In der Einflusspotenz rechtlicher Umgebungen stimmen die Befragten überein. Eine kritische Grundhaltung verbindet die Probanden, die in nationalen wie übernationalen Gesetzgebungen Hemmnisse für medienkonvergente Entfaltung Öffentlich-Rechtlicher konstatieren. Als rudimentär bis gänzlich unzureichend gelöst heben sie vielfach Vorschriften zu öffentlich-rechtlichen Online-Präsenzen hervor. „*Wir stoßen immer wieder an juristische Grenzen: Was darf ich online stellen? Wie lange darf ich es online stellen?*"[1390], klagt ein Experte aus der Gruppe „Redaktionsleitung/Ressortführung". Aus dem Bereich „Unternehmensplanung/Innovations-management" erfährt dies Zustimmung: „*Der Gesetzgeber hinkt da der Realität hinterher. Der Nutzer ist heute gewohnt, wenn ich im Internet was suche, dann finde ich das, ansonsten existiert es ja nicht.*"[1391] Hoffen etliche der Beteiligten zwar auf eine baldige – liberale – Einigung wenigstens auf EU-Ebene, so fürchtet doch die Mehrheit national sehr unterschiedliche Umsetzungen. Jene schränkten nicht selten bereits jetzt EU-Vorgaben durch strikteres Regelwerk ein: „*Dem ORF sind echte Betonbackerl angebunden, was den Online-Bereich betrifft mit den gesetzlichen Beschränkungen, was wir alles nicht dürfen*."[1392]

Viele der Involvierten erläutern ihre Sicht auf die rechtliche Konvergenzdimension anhand aktueller Einzelbeispiele. Mehrfach angeführt werden innovationsbehindernde Barrieren und Verzögerungen aufgrund eines „Drei-Stufen-Tests". Unisono

[1389] Vgl. Kapitel 2
[1390] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ARD
[1391] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ARD
[1392] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF

fordern die Leitfadengespräche landes-, europaweite und überhaupt international verbindliche Urheberrechtsvorschriften. Die „7-Tage-Beschränkung“ für den Online-Abruf öffentlich-rechtlicher Produktionen nach deren linearer Ausstrahlung halten die Experten für disputabel.

> „*Wenn sie Faktencheck-Geschichten haben, wenn Parteien irgendwelche Sachen verbreiten. Die lassen das dann auf ihrer Homepage drauf und der Faktencheck verschwindet bei uns nach sieben Tagen. Das ist doch kein öffentlich-rechtlicher Mehrwert.*“[1393]

> „*Es ist ja ein Problem, was viele öffentlich-rechtliche Sender haben, diese ‘7-Tages-Beschränkung’, wobei man merkt eh, bei einer normalen Geschichte hört es auf nach drei Tagen, dass die Leute sich das anschauen, es sei denn es hat historische Relevanz oder könnte was Größeres werden.*“[1394]

Streitbar nennen die Experten bestehende rechtliche Setzungen, die es verhindern öffentlich-rechtliche Archive gänzlich oder wenigstens in etwas größerem Umfange als momentan zugänglich zu machen. „*Da ist natürlich eine marktwirtschaftliche Komponente dabei: Wo öffentlich-rechtliche Medien hier aus dem Vollem schöpfen könnten, sehen sich private Konkurrenten hier erheblich benachteiligt und lobbyieren dagegen*.“[1395] Eine andere Stimme aus dem Bereich „Wissenschaft/Forschung“ gibt des Weiteren zu bedenken: „*Wie ändert der Zugang zu Archivmaterial das Geschichtsbild eines Landes? Das ist ja schon mal die politisch-rechtliche Grundüberlegung*.“[1396] Evident wird daraus, dass die oben akzentuierten Anliegen allesamt bereits in den legislativen Diskurs eingebracht sind. Wesentlicher als über das Wann und Wie entsprechender juristischer Entscheidungen in supranationalen wie in konsekutiver Implementierung einzelstaatlichen Kontexten zu spekulieren, erscheint es der Vorrunde, das legislative Prozedere in die Metadiskussion zu heben. Spannend befinden interne wie externe Probanden eine Debatte losgelöst vom Singulären – sei es Urheberrecht, Archivöffnung, „Drei-Stufen-Test“ – hin zu Strategien im öffentlich-rechtlichen Umgang mit herrschenden und künftigen konvergenten Gesetzeslagen.

> „*Wir versuchen es mit Guerillataktik. Bis vor zwei Jahren war es dem ORF verboten, auf sozialen Netzwerken unterwegs zu sein und dann haben wir das halt so gelöst, dass die Journalisten und Redakteure der Sendungen ihre eigenen Facebook- und Twitteraccounts eröffnet haben und halt dazugeschrieben haben, das ist kein ORF-Account, ich mache das hier privat. Das hat zur Folge gehabt, dass unter den zehn Top-Twitter-*

[1393] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1394] Gruppe Wissenschaft/Forschung; Der reformierte Telemedienauftrag lößt für Deutschland Mitte 2018 einige diese Forderungen wie bereits in Vorkapiteln angemerkt ein.
[1395] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1396] Gruppe Wissenschaft/Forschung

Menschen in Österreich acht ORF-Redakteure und Moderatoren waren, die das privat betrieben haben. Und vor zwei Jahren ist dann vom Verfassungsgerichtshof dieser Passus aufgehoben worden und seitdem dürfen wir und machen wir.“[1397]

„*Da gibt es schon innovative Ansätze, wo man halt oft fragen muss, wie kann ich das Gesetz da ausdehnen oder umgehen.*“ [1398]

„*Was wir in Deutschland da erleben, mit einem Gesetz, das um den Öffentlich-Rechtlichen da gebunden wurde im digitalen Bereich, das hemmt die Entwicklung extrem und ist meiner Ansicht nach auch nicht mit der Bestands- und Entwicklungsgarantie, die das Bundesverfassungsgericht aus dem Grundgesetz ableitet, kompatibel. Das muss man prüfen.*“[1399]

„*Ich denke, dass die rechtliche Lage hier vollkommen veraltet ist, das neue Set an Mediengesetzen ist gerade im Parlament zur Diskussion. Und ein Ziel davon ist, besser mit den technischen Veränderungen umzugehen. Treiber sind aber nicht die Medien, sondern das Kulturministerium, die Motivation ist hauptsächlich jene, EU-Direktiven zu entsprechen, nicht so sehr ein Engagement für den Aufbruch in eine neues Medienzeitalter.*“[1400]

Aus diesem Konvolut metabezüglicher Positionen schälen sich als Fragedimensionen:

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“:

12. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk sieht sich in dualen nationalen, EU-weiten, globalen Medienmärkten unter vielfältigem Konkurrenzdruck. Auf welcher Ebene oder welchen Ebenen sollte Ihrer Meinung nach eine legislative Rahmengebung ansetzen, um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa zukünftig wettbewerbsfähig zu halten?

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b“:

Worin besteht für Sie im Blick auf Europas öffentlich-rechtliche Zukunft mehr Regulierungsbedarf als bisher?

5.1.5 Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

„Medienbehörde“ vs. Teilweise Anpassung des Organigramms vs. (Konvergenz-) Lernendes Unternehmen etc.

Eine in den Vorrundengesprächen betonte Komponente medialen Wandels stellt die mögliche Anpassung öffentlich-rechtlicher Organisationsstrukturen dar. Vertretende aller Probandengruppen sehen die Unternehmen mit gesellschaftlichem Angebotsauftrag europaweit im Transit. Konservative „Medienbehörden“ stünden bereits

[1397] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1398] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung MTVA
[1399] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1400] Gruppe Wissenschaft/Forschung

teilweise aufgebrochenen und reformierten Organigrammen gegenüber. Prozesse nahezu gänzlicher Umgestaltung schließlich vollzögen einige Spieler im Public-Service-Sektor, die sich als konvergenzorientiert Lernende verstünden und engagiert Adaptionen erprobten. Dabei sind die filtrierbaren Facetten in der Meinung der Teilnehmenden einerseits eng gekoppelt an das jeweils bestehende Anstaltsgefüge: „*Es gibt nicht den Masterplan. Jede Organisation muss das für sich selber rausfinden, weil sie eigene Regeln hat, Strukturen hat, die historisch gewachsen sind.*“[1401] Oder anders formuliert: „*Über Jahrzehnte gewachsene Strukturen machen Öffentlich-Rechtliche langsam. Da ist man nicht so beweglich, wie wenn man jetzt ein Start-Up hat*.“[1402]

Andererseits erwüchsen nicht zuletzt über den bilateralen oder multilateralen Austausch mit anderen öffentlich-rechtlichen Standorten Vergleichswerte, die als richtunggebend erachtet werden könnten. Als Vorbild technischer, inhaltlicher und organisationsstruktureller Konvergenzenentsprechungen gilt allen im Sample die BBC als innovativster und investitionsfreudigster EBU-Partner. Erfolgreiche Aktualitätenzusammenlegung und deren funktionierender alltäglicher mehrmedialer Betrieb erscheint der Mehrheit der Interviewten bei DR und weiteren skandinavischen Häusern als inzwischen gesetzt. Bedenkenswert befinden gerade Vertretende der Gruppe „Redaktionsleitung/Ressortführung“ allerdings, ob sich solche „Best Practice“-Beispiele direkt in eigene betriebliche Zusammenhänge einfügen. Oder lasse sich zwar aus den Fehlern anderer lernen, seien eigene Lösungen aber maßzuschneidern.

> „*Zusammensitzen macht noch kein Zusammenarbeiten. Da einfach Großraumbürokonzepte zu kopieren und da sitzen die Onliner und da die Radiomenschen und da die TV-ler, das geht nicht. Also bei uns zumindest nicht. Die müssen schon miteinander reden*.“[1403]

> „*Viele, die vor Jahren schon umgestellt haben auf konvergente Produktion, haben mittlerweile das System schon wieder geändert. Also diese Idee der Medienmanager war ja, man findet die eierlegende Wollmilchsau, ein Journalist, der Radio, Fernsehen, Online kann, der selber dreht, der selber schneidet, Regisseur ist, eine super Stimme hat und jede Menge Ideen für tolle Geschichten. Das findet ja in der Praxis kaum mehr statt, weil: diese Einhörner gibt es halt leider nirgends.*“[1404]

[1401] Redaktionsleitung/Ressortführung ARD
[1402] Wissenschaft/Forschung
[1403] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1404] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ORF

So zwingend eine Umwandlung bestehender Unternehmensstrukturen aus den Sampleaussagen hervorgeht, so kontrovers lauten die Befunde in den Vorgesprächen bezüglich Umfang, prozessualer Zeiträume, Art und Weise. Aus der Gruppe „Unternehmensplanung/Innovationsmanagement“ fasst eine Stimme die Vorgehensschritte zusammen: „*Der Versuch, uns Leute zu holen, die internationale Erfahrung haben zum einen, zum zweiten, dass Leute von uns sich andere Stationen anschauen, wie die das machen, und zum Dritten halt auch die Überlegung, wie wollen wir das aufstellen, so dass es für uns eine funktionierende Lösung gibt.*“[1405] Im Segment „Redaktionsleitung/Ressortführung“ lautet eine Praxisüberlegung zu solch „funktionierenden Lösungen“: „*Ist die multimediale Chefredaktion der Schlüssel zum Glück oder Online-, Radio- und TV-Chefredakteur im gleichberechtigten Turnus bis Übergang zu einer multimedial ausgebildeten Führungsbesetzung?*“[1406] Entscheidungen struktureller Umgestaltung oder Nach- bis Neubildung gilt es also auf mehrfachen Ebenen abzuprüfen.

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1“:

13. Öffentlich-rechtliche Unternehmen werden ihre Organisationsstruktur dahin gehend verändern…[1407]
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Beibehalten tradierter Trennung in Hörfunk, Fernsehen, Online
Schaffung mehrmedialer Zuständigkeiten
Inhaltliche Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen, Ressorts etc.
Anpassung der Gremienstruktur an mehrmediale Zuständigkeitsbereiche
Abstoßen obsoleter Unternehmensbausteine (Abteilungen, Ressorts, Redaktionen etc.)
Integration neuer Unternehmensbereich
Und zwar jeweils welcher...

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 2“:

14. Erkennen Sie unter Europas öffentlich-rechtlichen Anstalten „Vorbilder" als richtungweisend für andere Öffentlich-Rechtliche?

Anknüpfend an diese Frage nach organisationalem Exempelpotential ergibt sich jene nach möglichen Synergien unter den öffentlich-rechtlichen Standorten. Nicht zuletzt dockt dieser Komplex an die Zugehörigkeit zur EBU an, welche die Grundgesamtheit der ausgewählten Samplegrößen bestimmt.

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 3“:

[1405] Gruppe Unternehmensplanung/Innnovationsmanagement RTV SLO
[1406] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ORF
[1407] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

15. In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen...[1408]
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Gegenseitiger programmlicher Austausch
Gemeinsame Programmerstellung
Länderübergreifende Organisationsstruktur
Gemeinsame Plattformen

5.1.6 Öffentlich-rechtliche Legitimation in gesellschaftlich-medien-systemischem Zukunftskonsens

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

Post-faktisches Offertenumfeld oder Faktencheck? Mainstream und Minderheiten? Bedingt populärer Pluralismus vs. Massentaugliche Kommerzialisierung? Region vs. Nation vs. Internationalität etc.

Über das Auslesen induktiver Elemente ergibt sich ein Kaleidoskop an Argumenten, die eine öffentlich-rechtliche Legitimation im Blick auf gesellschaftlich-medien-systemischen Zukunftskonsens im Kern tragen.

> *„Es ist einfach notwendig, dass wir den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in der digitalen Medienwelt erhalten. Viele andere Medien bieten nur kommerziellen Mainstream.*“[1409]

> *„Man muss da an alle denken, es macht keinen Sinn für ein zahlendes Gesamtpublikum, Schwerpunkte nur auf die Jungen zu setzen.*“[1410]

> *„Für uns stellt sich die Frage, was können wir, wenn uns immer weniger Geld zur Verfügung steht, noch anbieten und da müssen wir wissen: Was wollen wir, wo stehen wir und wo ist unser Auftrag?*“[1411]

Als „legitimierend“ werden von den Probanden einige Blickwinkel mehrfach angeführt und in ihrer Gewichtung oft mit einem – als weitaus weniger erstrebenswert erachteten – Gegenpol kontrastiert. Das nachfolgende offene Herangehen im Fragebogen will Statements anregen, die knapp Essentielles bergen lassen.

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“:

16. Im Zuge des Medienwandels setzen sich öffentlich-rechtliche Medienanstalten auch jenseits der in den Programmaufträgen und Staatsverträgen verankerten Positionen mit ihrer Stellung in der Gesellschaft auseinander. Auf welche Programmbestandteile (Formate oder Inhalte) könnten öffentlich-rechtliche Medienhäuser ihre Anstrengungen zur Legitimitätssicherung richten?

[1408] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1409] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1410] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung MTVA
[1411] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ARD

Neben legitimitätssichernden Allgemeinbedingungen nennen die Experten als besonders zu klären, inwiefern es den Öffentlich-Rechtlichen gelingen könne, in und von der Gesellschaft als positiv zur Meinungsbildung beitragend anerkannt zu werden. Die Befragten aus allen Bereichen heben in diesem Zusammenhang darauf ab, nicht nur aus dem Eigenverständnis einer öffentlich-rechtlichen Anstalt heraus meinungsbildend wirken zu wollen. Das Rezipientengegenüber müsse diese Funktion auch zuverlässig zuschreiben. Eine hinreichend valide Informationsdistribution schlagen viele dazu an erster Stelle vor:

> *„Es geht um Information, um politische Information vor allem, die wir als unabhängig brauchen, gerade in einem Zeitalter von Hasspostings und Fake News, dass wir da einen verlässlichen Informationsanbieter haben und die Vertrauenswerte in Deutschland in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind ja nach wie vor sehr hoch.“*[1412]

> *„Gerade große Sportereignisse sind ja die letzten großen medialen Lagerfeuer, wo sich die Gesellschaft vor den Medien versammelt, weil es Live-Ereignisse sind, und mitfiebert und dabei ist, seien es Fußballspiele oder Olympische Spiele – und dann sind wir halt nicht dabei. Aber da sind wir halt bei einer rechtlichen Frage, wenn der Gesetzgeber sagt, hey das ist doch eigentlich euer Auftrag, aber wenn wir uns das aus den Beiträge nicht leisten können, wären schon medienrechtliche Konsequenzen nötig.“*[1413]

Als Spannungsfelder zwischen Legitimierung, Meinungsbildungsanspruch und Erfüllung programmauftraglicher Verpflichtungen bezeichnen die Interviewten den Erwerb teurer Sportrechte, Serien- und Filmlizenzen oder das „Einkaufen“ großer Stars und Sternchen. Auch die kostenintensive Eigenproduktion von Shows und Unterhaltungsangeboten sei in diesem gedanklichen Dreieck auszuloten:

> *„Ich denke, wir werden ziemlich viel sein lassen in Zukunft. Unsere Reichweite ist mit fünf UKW-Programmen fast 50 Prozent der Bevölkerung, wir erreichen mit unseren Fernsehangeboten um die 20 Prozent, mit unseren Online-Angeboten erreichen wir gerade mal 5 Prozent, wissen aber, dass Menschen gerade wenn sie jung sind, zum Teil Stunden lang im Internet unterwegs sind. Wir machen viele Webseiten, die nicht wirklich große Wirkung beim Publikum haben, da müssen wir fokussieren und auswählen, was wir machen wollen.“*[1414]

Kondensieren lassen sich die zitierten technisch, inhaltlich, wirtschaftlich, rechtlich und nutzungsorientiert gelagerten Phänomensegmente auf die unterliegende Diskus-

[1412] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1413] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ARD
[1414] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ARD

sionlinie eines „USP Öffentlich-Rechtlich“. Diese induktiv stark akzentuierte Kategorie ist schwer zu fassen. Die Argumentation hierzu wird aus mannigfachen Blickwinkeln betrieben.

5.1.7 USP Öffentlich-Rechtlich

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

Qualität, Objektivität, Vertrauen vs. Zugängliche, auffindbare und verlässliche Inhalte vs. Dachmarke, Wellenmarke, Sendungsname, ModeratorInnenpersönlichkeit etc.

Die unter dieser Überschrift zu subsumierenden Ansichten der Experten betonen „Qualität“, „Objektivität“, „Vertrauen“, „Verlässlichkeit“ etc. als Wesensmerkmale oder zumindest als anzuvisierende Attribute öffentlich-rechtlicher Produkte. Die semantische Unterfütterung dieser Schlagworte wiederum fällt vielen nicht leicht. „*Vertrauen ist ein großes Wort, das verschiedene Dimensionen hat*“, leitet ein Teilnehmender aus „Wissenschaft/Forschung“ seine Ausführungen ein und präzisiert: „*Ist beim Vertrauen die Medienmarke wichtig oder zunehmend die Marke des einzelnen Journalisten wichtig?*“[1415] Ähnliche Überlegungen beschäftigen auch andere im Sample:

> „*Auf jeden Fall sind hier die Öffentlich-Rechtlichen eine der großen Bastionen, die Informationsgarant sind, im Sinne von Qualität. Fragt sich nur, wie sie sich positionieren gegen oder in Filterkammern und Echoblasen*.“[1416]

> „*Das Alleinstellungsmerkmal muss sich über die Marke ‘öffentlich-rechtlich’ definieren und zugleich über den Inhalt*.“[1417]

> „*Ich denke, dass beim Öffentlich-Rechtlichen die Medienmarke in Sachen Vertrauen ungemein wichtig ist. Ich denke aber, dass man nicht in ein Vorinternetzeitalter zurückfallen darf, wo man sagt, die einzelnen Journalisten sind gar nicht wichtig. Sie sind gerade in einem Internetzeitalter als Marke relevant, weil sie eben sichtbar sind im Fernsehen und da Vertrauenspersonen sind, sollten sie auch auf anderen Online-Kanälen sichtbar sein als Vertrauensperson*.“[1418]

Genauso genannt zur Verankerung eines „USP Öffentlich-Rechtlich“ sind neben der Marke als Dachmarke der Gesamtorganisation auch Wellen- und Plattformmarken, einzelne Sendungstitel oder Persönlichkeiten unter den ModeratorInnen, ReporterInnen, KorrespondentInnen, PräsentatorInnen. Die zugeschriebenen oder erwünschten Termini „Qualität“, „Vertrauen“, „Objektivität“, „Verlässlichkeit“, um die

[1415] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1416] Gruppe Wissenschaft/Forschung
[1417] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ORF
[1418] Gruppe Wissenschaft/Forschung

häufig genannten vorzustellen, koppeln einige der Probanden zudem an Inhalte. Diese beschreiben sie als idealiter „hochwertig", „objektiv", „geprüft", „ausgewogen" etc., um einen USP zu untermauern. „*Recherchetiefe*"[1419] oder „*Recherchequalität*"[1420] fallen als addierende Kenngrößen.

> „*Einen Sack Reis, der umfällt, das kann jeder filmen. Aber dann brauche ich halt den Journalisten, der sagt: War das ein wichtiger Sack Reis? Warum ist der umgefallen? Sind hier schon zehnmal Reissäcke umgefallen und es ist nichts passiert? Und beim elften Mal ist es wichtig, weil... und die Geschichte und die Hintergründe… und dafür braucht es den Journalisten nach wie vor*."[1421]

Der respektive ein wie zu diesem Zeitpunkt der Analyse auch immer angenommener „USP Öffentlich-Rechtlich" verwebt nicht selten mit derzeit prominenten Branchen- wie Fachdiskursen zu „Public Value"[1422] als öffentlich-rechtliche Zielversprechung, als Gradmesser von Selbstevaluation und Fremdbetrachtung. „Public Value" als momentaner Spiegel oder sogar als mögliche Korrektivfolie medienkonvergenzgetriebenen öffentlich-rechtlichen Wandels durchzieht die Leitfadengespräche auffallend häufig.

> „*Eigentlich geht es um eine Rückbesinnung auf den ursprünglichen Auftrag der öffentlich-rechtlichen Anbieter auch im Hinblick auf neue Medien, hey, wir schauen in dieser Flut von Informationen, die es im Internet gibt, wo oft nicht ganz klar ist, ist das eine politische, wirtschaftliche Quelle etc. – das ist die Herausforderung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dass wir sagen: Wir wollen prüfen, wir wollen einordnen, wir wollen Objektivität als den Kernwert guten Journalismus aufrechterhalten. Das wäre die Chance für die Öffentlich-Rechtlichen und eigentlich alle Qualitätsmedien, den Public Value zu betonen.*"[1423]

> „*Public Value müsste eben auch heißen, dass man nicht nur Sprachrohr der Staatsführung zu sein hat und die inhaltliche Ausrichtung mit den jeweils Machthabenden wechselt.*"[1424]

Fragebogenitem „USP Öffentlich-Rechtlich 1":

17. Öffentlich-rechtliche Medienanbieter werden künftig ihren „USP Öffentlich-Rechtlich" zu gründen suchen auf Begriffen wie…
Vertrauen
Qualität
Objektivität
Verlässlichkeit
Überparteilichkeit
Public Value
Was ist jeweils darunter zu verstehen…

[1419] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung RTV SLO
[1420] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung MTVA
[1421] Gruppe Redaktionsleitung/Ressortführung ARD
[1422] „Public Value" steht hier bewusst in Anführungszeichen, da im Sample noch zu diskutieren und semantisch auszutarieren.
[1423] Gruppe Innovationsmanagement/Unternehmensplanung ORF
[1424] Gruppe Wissenschaft/Forschung

5.1.8 Resümee der Vorrunde

Mit den proponierten Komplexen ist das Gerüst für die erste Fragebogenrunde erstellt. Die Ausdifferenzierung in Multiple-Choice („absolut"; „in weiten Teilen"; „anteilig"; „weniger"; „gar nicht"; „Weiß nicht") und qualitative Kurzstatements lädt die Probanden zur Präzisierung des eigenen Antwortverhaltens ein. Die allzeit bestehende Möglichkeit, bei Fragen, für die sich Experten selbst als nicht ausreichend kompetent begreifen, auf eine Einschätzung zu verzichten (oder eben „Weiß nicht" auszuwählen) und im Bogen weiterzugehen, führt bestmöglich zu einer Diskussion auf fachlich hohem und vergleichbarem Niveau.

Als weitere Komponente, die eigene Expertise noch einmal zu reflektieren und für – als freiwillige Zusatzangabe – die Studienautorin zu definieren, sieht der Fragebogen eine dreigliedrige Abschlusssequenz vor. In optionaler Gewichtung und Mehrfachnennung ist eine Gruppenzuordnung selbst vorzunehmen. Medienkonvergente Bereiche können je nach eigener Einordnung des persönlichen Kenntnisstandes separat ausgewiesen werden. Öffentlich-rechtliche Standorte sind über ein individuell erweiterbares nationalverankerndes Raster als Wissensgebiete zu markieren.[1425]

Die im Obigen (Kapitel 5.1) vorgestellten Fragenformulierungen wollen eine optimale Verständlichkeit bei maximaler Genauigkeiten dessen, was erfahren werden soll. Dies zahlt auch darauf ein, die Diskussion für ein mehrsprachiges Experten-Panel auf möglichst gleichem Level zu halten. In der qualitativen Vorrunde zeigten sich Sämtliche bereit, anschließende Fragebogen in Deutsch oder Englisch zu bearbeiten. Zusätzliche Übersetzungen ins Ungarische oder Slowenischen hielten Teilnehmende aus diesen Arealen für nicht notwendig. Viele objektbezogene Begrifflichkeiten seien anglo-amerikanischer Terminologie entnommen. Im internationalen Programm- sowie Informationsaustausch etwa auf EBU-Ebene fungiere Englisch ebenfalls als Verkehrssprache.

[1425] Vgl. Anhang 3 und 6

5.2 Auswertung der quantitativen ExpertInnenbefragungen (Welle 1 und 2)

5.2.1 Vorbemerkung

Die beiden aufeinanderfolgenden standardisierten Delphi-Wellen 1 und 2 entfalten ihren Gehalt für Analyse und Interpretation am besten in der Zusammenschau. Die im Vorkapitel erläuterten Fragendimensionen werden dabei nach ihren dort illustrierten Item-Ausprägungen im Ergebnis der Welle 1 abgetragen. Direkt schließt die Weiterführung jedes Items in der Welle 2 mit den nunmehr erzielten Resultaten an. Manche in Welle 1 ausreichend „geklärte“ Aspekte finden aus pragmatischen Gründen keinen Eingang mehr in die konsekutive Befragung. Von den Experten kontrovers bewertete oder als zusätzlich angemahnte Standpunkte werden abermals oder neu aufgelegt, so dass insgesamt eine Reduktion der Items im Vergleich zur vorherigen Fragebogenrunde möglich wird.[1426] Dies kondensiert die Erhebungsarbeit auf neuralgische Stellen, wie sie der Delphi-Verlauf bis dahin aufgezeigt hat. Darüber hinaus vermindert sich der zeitliche Aufwand für die Probanden. Letzter Gesichtspunkt ist nicht zu unterschätzen. Viele der Beteiligten agieren in beruflich engen Zeittaktungen und limitieren ihre – freiwillige und zusätzliche – Teilnahme an wissenschaftlichen Projekten auf ein gerade Machbares.[1427] Die Darlegung der Einzelitems wird im Folgenden auf Faktoren wie Panelmortalität und Ergebnisevolution bei Mitwirkung in zwei oder allen drei Delphi-Runden eingehen und Ableitungen immer auch in Transparenz der zugrundeliegenden Probandenkonfiguration aufzeigen. Beachtenswert wird sein, inwieweit die Rezeption der Feedbackbogen zwischen den Wellen 1 und 2 ergebnisverändernde Wirkungen hervorgebracht haben könnte. Da die Feedbackbogen mit einfachen Häufigkeitsverteilungen und unsortierter Listung qualitativer Statements operiert hatten,[1428] sollten sie so untendenziös als gangbar Gesammeltes abtragen.[1429] Inwiefern Involvierte daran Orientierung nahmen ist aus wenigen Anmerkungen am Fragebogenende nicht abschätzbar.

Welle 1 und 2 bitten nach Fragebogenfinalisierung um freiwillige Selbsteinordnung nach beruflichem Hintergrund sowie um die Einschätzung eigener Expertise nach Konvergenzsektoren und Medienumgebungen. Nicht alle Beteiligten machen Anga-

[1426] Der Fragebogen der Welle 1 umfasst 17 Items, Welle 2 kommt mit zehn – teilweise identen oder modifizierten – Items aus. Siehe Anhang 3 und 6
[1427] Vgl. Kapitel 3.2.3 und 3.6
[1428] Vgl. Anhang 4 und 5
[1429] Vgl. Kapitel 3.4.2.3

ben. Insofern können die kommenden Darstellungen nur für Teilmengen der Grundgesamtheit Aussagekraft reklamieren. Dennoch sollen sie ausgeleuchtet werden, um einen annähernden Eindruck der Panelverteilungen zu bieten und die Wichtung der Delphi-Beiträge zu diskutieren, ehe eine Analyse der Fragebogenitems erfolgt. Abbildung 1_Welle 1 bietet einleitend eine Übersicht:

Abb. 1_Welle 1: Teilnehmerübersicht

Anzahl der Teilnehmer: 30
Zeitraum: Juni 2017 bis August 2017
Art der Befragung: Onlinefragebogen
Sprachen: Deutsch, Englisch
Art der Dokumentation: Excel-Listen zur Datenaufbereitung
Umgang mit dem gewonnenen Material: Für die Bearbeitung und Darstellung im Rahmen eines Delphi, welches Meinungen von Expertinnen und Experten zusammenfasst und erklärbar machen will, ist eine Aufbereitung mittels Excel hinreichend.

Quelle: Weichselbaumer 2017

Wie in der Methodenerstellung (Kapitel 3.4) antizipiert vermengen eigene Berufszuordnungen. Sowohl aus dem Sektor „Innovationsmanagement/Unter-nehmensplanung“ als jenem der „Redaktionsleitung/Ressortführung“ reichen Stränge in den Forschungsbereich. Jene, welche sich primär als Wissenschaftler ausweisen, geben in der abstufenden Präferenz der Eigeneinordnung mitunter Anker in einem der oder beiden anderen Feldern an. Dies spiegelt die erwartete Spanne an abzugreifenden Kenntnislagen und zahlt auf die Delphi-Anlage ein. Gehaltvolle Expertenpositionen können inkludiert werden. Eine Analyse nach rein kategorial scheidbaren Gruppenmeinungen muss allerdings aufgegeben werden. Eine gewinnbringende Zusammenstellung des Pools aus Hand des Delphi-Forschenden bedeutet eine Orientierung weit vehementer an realen Kenntnislagen. Berufsrollen dienen als Krüke, um erwartbare Innen- und Außensichten sowie eine hinreichende Samplepluralität zu sichern.

30(W1)a. Wo ordnen Sie sich beruflich am ehesten ein?

Abb. 2_Welle 1: Delphi_Teilnehmende Berufszuordnung (n=25)

Item	Präferenz 1	Präferenz 2	Präferenz 3
Innovationsmanagement/Unternehmensplanung	15,38 %	75,00 %	0,00 %
Redaktionsleitung/Ressortführung	38,46 %	12,50 %	50,00 %
Wissenschaft/Forschung	46,15 %	12,50 %	50,00 %

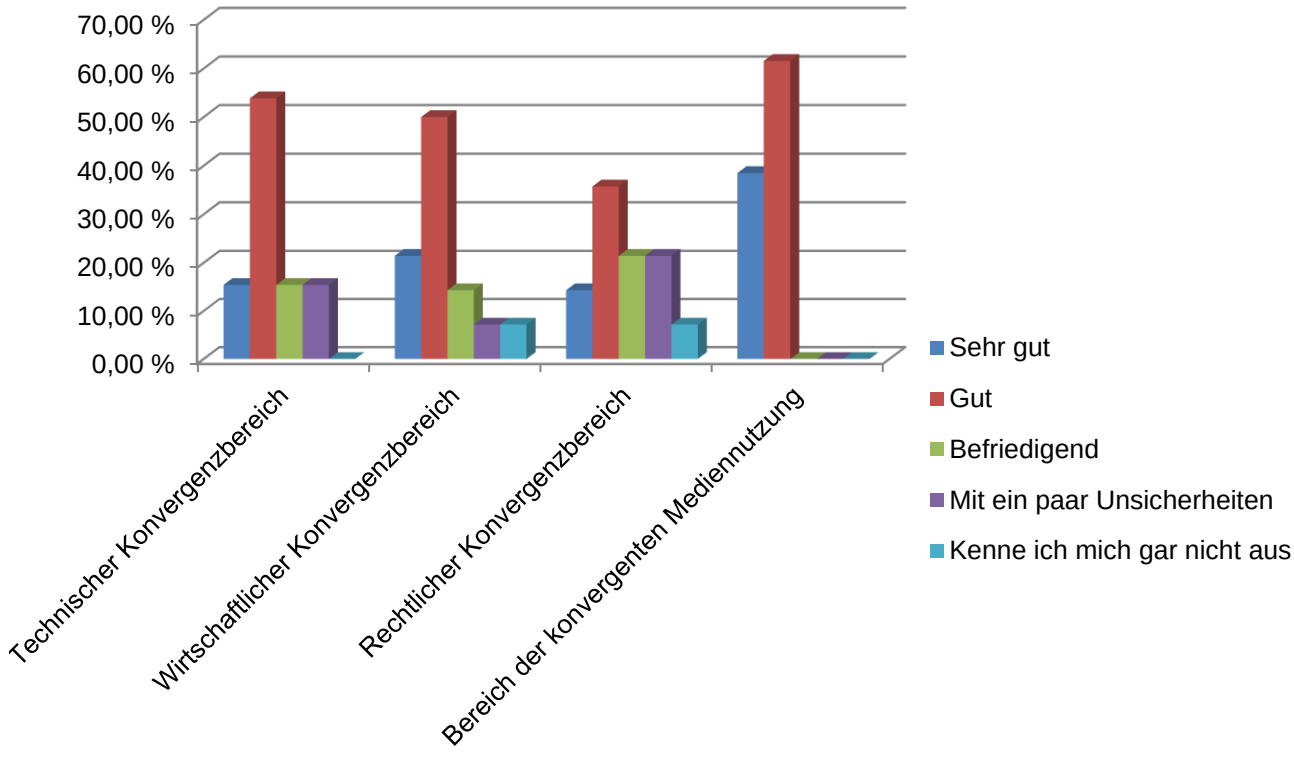
Quelle: Weichselbaumer 2017

Gehaltvoller nimmt sich die Justierung persönlicher Wissensareale aus, um auf die Profundität der Einschätzungen im Fragebogenverlauf zu schließen. Anzumerken ist an dieser Stelle die in der Umfrage stets gegebene Option eines „Weiß nicht“ bei punktbezogener Unsicherheit oder Unkenntnis. Allgemein betrachtet sehen sich die meisten Probanden als *gut* (61,54 Prozent) oder *sehr gut* (38,46 Prozent) im *Bereich konvergenter Nutzung* informiert. An dieser Stelle verweben nicht zuletzt berufliche

oder akademische Wissensgehalte mit der individuellen User-Erfahrung. Hinsichtlich *Wirtschaflicher Konvergenz* ordnen 21,43 Prozent ihren Kenntnisstand als *sehr gut*, 50,00 Prozent als *gut* ein. Im technischen Areal sieht sich über die Hälfte (53,85 Prozent) als *gut* präpariert, 15,38 Prozent als *sehr gut*. Interessanterweise wird das in der kommenden Datenaufbereitung mit als prominentester Konvergenzsektor ettikettierter sein. Unterstreichenswert ist die vergleichsweise schwächere Expertisezuschreibung im *Bereich rechtlicher Konvergenz,* bei dem sich die Selbstbeurteilungen über das Spektrum verteilen. Auch das wird nachstehend ein Gebiet sein, das die Teilnehmenden an mehreren Stellen in Welle 1 als diskussionswürdig für Welle 2 anmahnen. Bedarf nach Zusatzinformation oder persönlicher Meinungsentwicklung ist anzunehmen.

31(W1)b. Wie würden Sie in den folgenden Bereichen Ihr Wissen bezüglich des Umfragethemas einschätzen? (freiwillig)

Abb. 3_Welle 1: Delphi_Teilnehmende Wissenszuordnung (n=14)



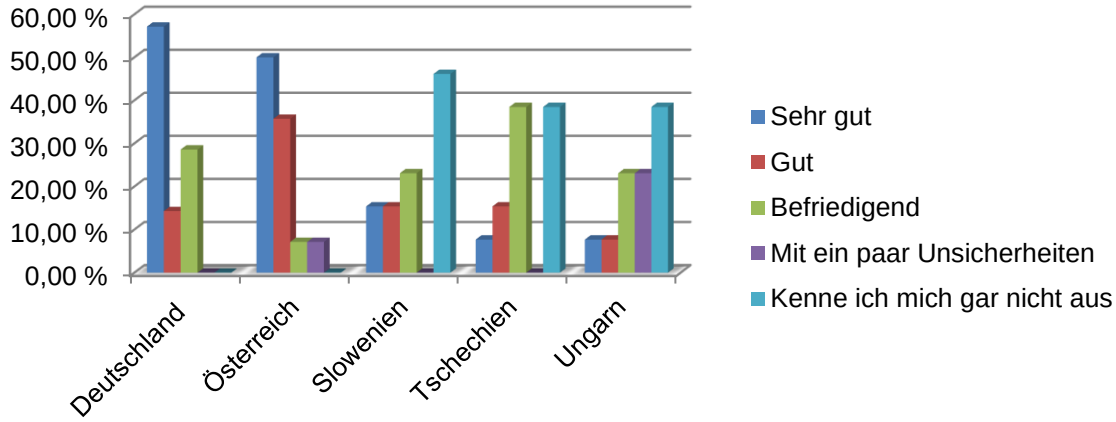
Item	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Mit ein paar Unsicherheiten	Kenne ich mich gar nicht aus
Technischer Konvergenzbereich	15,38 %	53,85 %	15,38 %	15,38 %	0,00 %
Wirtschaftlicher Konvergenzbereich	21,43 %	50,00 %	14,29 %	7,14 %	7,14 %
Rechtlicher Konvergenzbereich	14,29 %	35,71 %	21,43 %	21,43 %	7,14 %
Bereich der konvergenten Mediennutzung	38,46 %	61,54 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die nationalverankerten Medienlandschaften Deutschland und Österreich sind vielen im Sample ein Begriff. Slowenien und Ungarn nennen vor allem Probanden aus dem entsprechenden öffentlich-rechtlich internen Kontext als vertraut oder Wissenschaftler, die auf Medienlandschaften Osteuropas fokussieren. Etliche geben unter „Sonstiges“ Wissen für westeuropäische und US-amerikanische Mediensysteme an. Insgesamt erlaubt eine substanzhafte Kenntnislage der Experten über alle vier Fallbeispiele hinweg die gewinnbringende Auswertung.

32(W1a). Wie schätzen Sie ihr Wissen über folgende nationalverankerte Medienlandschaften ein?

Abb. 4_Welle 1: Delphi_Teilnehmende nationalverankernde Wissenszuordnung (n=14)



Item	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Mit ein paar Unsicherheiten	Kenne ich mich gar nicht aus
Deutschland	57,14 %	14,29 %	28,57 %	0,00 %	0,00 %
Österreich	50,00 %	35,71 %	7,14 %	7,14 %	0,00 %
Slowenien	15,38 %	15,38 %	23,08 %	0,00 %	46,15 %
Ungarn	7,69 %	7,69 %	23,08 %	23,08 %	38,46 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Hatten von den 15 Experten in der Vorrunde neun auch in Welle 1 mitgewirkt, springen davon für Welle 2 wenige ab und kommen andere aus der Vorrunde erneut ins Boot. Elf Probanden aus Welle 1 kreuzen in Welle 2, neun werden für die finale

Welle nachrekrutiert, um Teilnehmerzahl und Zusammensetzung des Panels möglichst relationierbar zu halten. An dieser Stelle sind Erläuterungen zu treffen, wie sie die Methodenevaluation in Kapitel 3.7 retrospektierend dargestellt hat.

Abb. 1_Welle 2: Teilnehmerübersicht

Anzahl der Teilnehmer: 22
Zeitraum: August bis September 2017
Art der Befragung: Onlinefragebogen
Sprachen: Deutsch, Englisch
Art der Dokumentation: Excel-Listen zur Datenaufbereitung
Umgang mit dem gewonnenen Material: Für die Bearbeitung und Darstellung im Rahmen eines Delphi, welches Meinungen von Expertinnen und Experten zusammenfasst und erklärbar machen will, ist eine Aufbereitung mittels Excel hinreichend.

Quelle: Weichselbaumer 2017

Eine vergleichbar durchmischte Lagerung ergibt sich in den Berufszuordnungen. Welle 2 sieht ebenfalls eine Mehrfachorientierung des Gros der Teilnehmenden, wobei sich ein klareres Bild bezüglich jener abzeichnet, die entweder ganz oder gar nicht am Programm beteiligt sind. Beachtlich ist die Wertung „2“ für Aufgaben aus „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung“. Naheliegend geben Experten aus „Redaktionsleitung/Ressortführung“ solch Zweitstimme ab, weil Organigramme sie nicht als bloß journalistisch ergo in der handfesten Angebotserstellung verorten, sondern perspektivische Projektaufgaben auf einer übergeordneten Ebene daran koppeln.

19(W2)a. Wo ordnen Sie sich beruflich am ehesten ein? (freiwillig)

Abb. 2_Welle 2: Delphi_Teilnehmende Berufszuordnung (n=15)

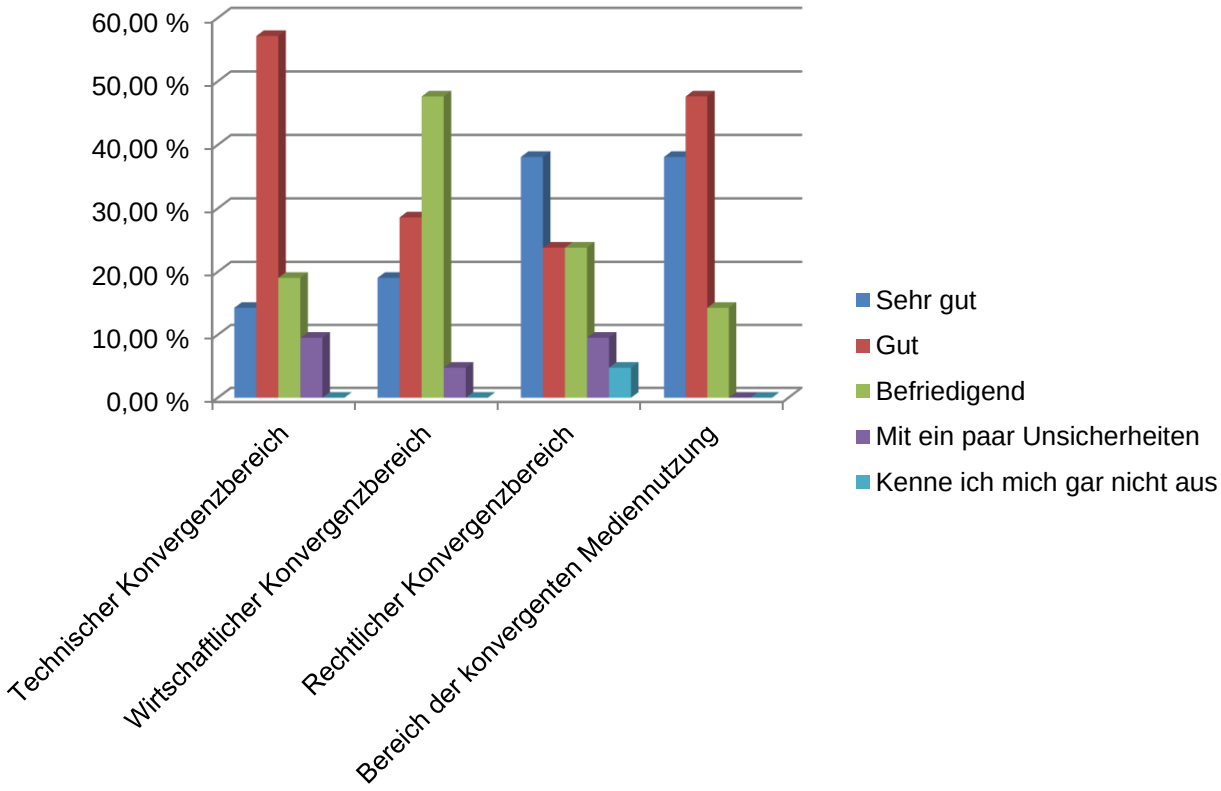
Item	Präferenz 1	Präferenz 2	Präferenz 3
Innovationsmanagement/Unternehmensplanung	18,18 %	71,43 %	0,00 %
Redaktionsleitung/Ressortführung	36,36 %	0,00 %	57,14 %
Wissenschaft/Forschung	45,45 %	28,57 %	42,86 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Welle 2 bestätigt die Expertiseannahmen bezüglich der Wissensverteilungen zum Teil.

20(W2)a. Wie würden Sie in den folgenden Bereichen Ihr Wissen bezüglich des Umfragethemas einschätzen? (freiwillig)

Abb. 3_Welle 2: Delphi_Teilnehmende Wissenszuordnung (n=21)



Item	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Mit ein paar Unsicherheiten	Kenne ich mich gar nicht aus
Technischer Konvergenzbereich	14,29 %	57,14 %	19,05 %	9,52 %	0,00 %
Wirtschaftlicher Konvergenzbereich	19,05 %	28,57 %	47,62 %	4,76 %	0,00 %
Rechtlicher Konvergenzbereich	38,10 %	23,81 %	23,81 %	9,52 %	4,76 %
Bereich der konvergenten Mediennutzung	38,10 %	47,62 %	14,29 %	0,00 %	0,00 %

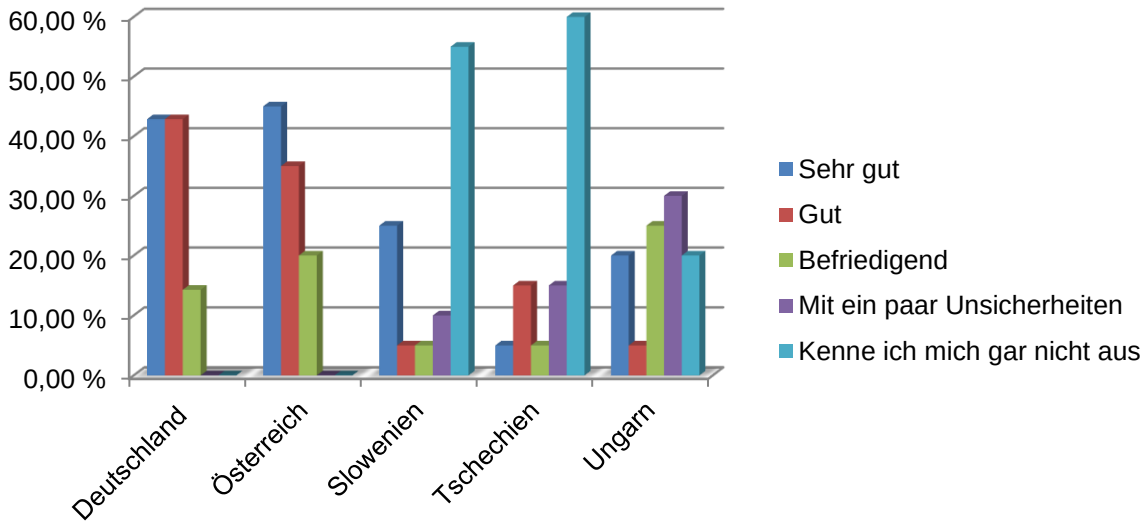
Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Majorität bewertet sich als *sehr* (38,10 Prozent) oder *gut* (47,62 Prozent) kenntnisreich im *Bereich der konvergenten Mediennutzung*. Anders staffeln sich die Einschätzungen nunmehr bei *Technischer Konvergenz*, wo sich 57,14 Prozent bei *gut*, 19,05 Prozent bei *befriedigend* sehen. Einmal aufs Tapet gehoben ergeben sich beim Thema *Rechtliche Konvergenz* Verschiebungen in der Kompetenzbeurteilung. Nicht nur über neu rekrutierte Panelisten wandern die Werte in Welle 2 auf 38,10 Prozent *sehr gut* und 23,81 Prozent *gut* oder *befriedigend*. Experten, die in Welle 1 eine verstärkte Auseinandersetzung in dieser Richtung wünschen, setzen den eigenen Kenntnisstand für Welle 2 zum Teil höher als vorher. Indirekt lässt sich der in den

Kapitel 3.2.2.2 aufgeschlüsselte Effekt von Feedbackschleife und anonymer Diskussion als Anreiz zu vertiefender Beschäftigung ausmachen. Das bewahrheitet sich ebenfalls für die Eigenbekundung der Expertise zu nationalverankerten Medienlandschaften.

21(W2)a. Wie schätzen Sie ihr Wissen über folgende nationalverankerte Medienlandschaften ein?

Abb. 4_Welle 2: Delphi_Teilnehmende nationalverankernde Wissenszuordnung (n=21)



Item	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Mit ein paar Unsicherheiten	Kenne ich mich gar nicht aus
Deutschland	42,86 %	42,86 %	14,29 %	0,00 %	0,00 %
Österreich	45,00 %	35,00 %	20,00 %	0,00 %	0,00 %
Slowenien	25,00 %	5,00 %	5,00 %	10,00 %	55,00 %
Ungarn	20,00 %	5,00 %	25,00 %	30,00 %	20,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Besonders zu Ungarn scheinen Probanden Informationen zwischen den Wellen gewonnen oder gesucht zu haben, zu Slowenien hingegen weniger. Deutschland und Österreich als *sehr gut* (42,86 Prozent und 45,00 Prozent) bekannte Größen firmieren weiterhin vorne. Die anstehende Aufbereitung der Ergebnisse wird darauf zu achten haben, ob sich Teilnehmergruppen wenn nicht nach beruflicher Provenienz so nach Kenntniszuschreibung ziehen lassen. Unreflektiert könnte das bei einzelnen Fragen verzerrend wirken – gen Westen. Lassen sich solche Unwuchten nicht herausfiltern, spricht das wiederum für eine in konvergenten Grundeinstellungen womöglich ähnlich taktende europäische öffentlich-rechtliche Umgebung.

5.2.2 Begriffsklärung

Erkenntnisinteresse der Vorrunde hier:

„Medienkonvergenz“ als dehnbar, überstrapaziert, ambivalent gefülltes semantisches Gefäß unbrauchbar vs. Genug flexibel vs. Obsolet etc.

Der Einstieg in den Fragebogen – *Fragebogenitem „Definition 1“* – lässt Teilnehmende begrifflich Grundlegendes festschreiben. Auf diese prägnanten Basisaussagen sind Gewichtungen der varianten Konvergenzausprägungen später rückzubeziehen. Die Konzeption wählt einen Seitenumbruch direkt nach der Einstiegsfrage, so dass die im Anschluss unter *Fragebogenitem „Definition 2“* einzuordnenden Konvergenzrichtungen für die initiale Beantwortung noch nicht unbedingt eine Präjudizierung darstellen. Es ist damit zu rechnen, dass Probanden mehrere bis alle Bogenseiten durchklicken, um dann mit dem Ausfüllen zu beginnen. Letzteres muss – im Falle, dass – der Anlage geschuldet in Kauf genommen werden. Bewusst zwingt der Online-Vorgang die Mitmachenden nicht, bestimmte Komplexe oder Themen abzuarbeiten, um fortschreiten zu können. Das Delphi soll nicht Expertise abprüfen, sondern Kenntnisse zugänglich machen. Wenn Partizipierende sich in den Fragen beliebig vor- und zurückbewegen können, erhöht das mitunter die Intensität der Auseinandersetzung und Präzision der abgegebenen Urteile. Die Option eines Pausierens in der Fragebogenbehandlung trägt dem Umstand Rechnung, dass viele der Eingeladenen in beruflich engen Zeitkorsetts operieren und womöglich eine Umfrage eher in kurzen Intervallen „zwischendurch“ bedienen möchten. Entsprechend erfolgt erneut der Hinweis darauf, dass die hier zum Tragen kommende Delphi-Methodik dezidiert die Meinungen einer Gruppe von Experten heben will. Ziel dieser Auswertung ist es, daraus Thesen zu extrahieren.

Für *Fragebogenitem „Definition 1“* verifizieren sich die in der Vorrunde erhobenen und schon in der theoretischen Auseinandersetzung gewonnenen Eindrücke, dass „Medienkonvergenz“ ein semantisch weites Feld absteckt. Alle 30 Teilnehmenden bieten Lösungen an, die deutlich machen, dass es eine Definition oder wenigstens einen Zugang nicht gibt. Dennoch lassen sich die Vorschläge über ein inhaltsanalytisches Clusterverfahren gruppieren, um Tendenzen aufzuzeigen. Dabei zerfällt die aus dem vorliegenden Datenmaterial gehobene Matrix in einen Dreischritt der Perspektivierung:

(1) „Medienkonvergenz“ als Aktion oder Aktives im Sinne einer Handlung, Entwicklung, Gestaltung, Fortschreibung etc.

(2) „Medienkonvergenz“ als bestimmte Objekte oder Gegenstände betreffend, ergo was konvergiert oder wird konvergiert

(3) Ursache oder Ursachen, Auslöser, Antreiber, Gründe für „Medienkonvergenz“ etc.

Für die Beschreibung der Prozesshaftigkeit von „Medienkonvergenz“ (1) wählen die Experten eine überschaubare Anzahl an signifikanten Verben. Um nahe am Datensatz zu bleiben und die Befunde so nachvollziehbar als möglich aufzubereiten, werden Zitate in den von den Teilnehmenden verwendeten Sprachen Deutsch oder Englisch wiedergegeben. „*Verschmelzen*“, „*zusammenwachsen*“, „*coming together*“ und schließlich „*converging*“ sind die vornehmlichen Prädikate. Weniger häufig genannt werden „*zusammenfinden*“, „*finding together*“ oder „*annähern*“.[1430] Das Begriffsverständnis liegt darin, dass sich hier etwas aufeinander zu bewegt. Abstufungen sind im Grad dieser Entwicklung merkbar. „*Hybrides Zusammenwachsen vormals getrennter Medienaspekte*“[1431] skizziert ein Proband und trifft damit eine Reihe weiterer Antwortanlagen, welche eine Transformation und Durchdringung vorstellen. „*Coming together of formerly separate media*”[1432] als irgendwann nahezu komplettes Verwobensein wird angeführt. Ein anderer Entwurf geht dahin: „*Media convergence is a kind of converging media techniques, converging media and communication tools and their knowledge.*”[1433]

Für Einige geraten solche universal integrativen Beschreibungen zu weit. Sie bezweifeln eine totale Auflösung etwa medialer Gattungszugehörigkeiten. „*Radio, Fernsehen, Online nähern sich an und finden in einem ‘Meta’-Medium zusammen, sprich in einem Endgerät. Allerdings lösen sich die Gattungsgrenzen nicht vollends auf*“[1434], vermutet ein Experte. Andere zielen ebenfalls auf „*interaction of different media platforms and media content*”[1435] ab, was noch keinem Ineinanderaufgehen gleichkommen muss. Als „*Interaktion/ Austausch/ Zusammenwirken von Medien-Inhalten auf unterschiedlichen Ausspielwegen*“[1436] findet sich ein alternativer Zugang proponiert, der eine Durchlässigkeit nach allen Seiten verhalten artikuliert. Dagegen stehen be-

[1430] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“; Dieses Kapitel als Nukleus der Datenpräsentation und Analyse gibt die Originalangaben in Deutsch oder Englisch wieder, um einer etwaigen Verzerrung durch (unbeachsichtig interpretierende) Übersetzung Vorschub zu leisten.
[1431] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1432] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1433] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1434] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1435] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1436] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“

rufsalltagsbezogene Meinungen wie: „*Die trennscharfe Unterscheidung verschiedener Medien löst sich auf: Alle machen Internet, Zeitungen veröffentlichen Videos und streamen Pressekonferenzen…*“[1437]

Aufschlussreich erweist sich eine in alldem durchgängig erkannte Auffassung von „Medienkonvergenz“ als Bewegung – zumindest zueinander, von Warte nicht weniger sogar ineinander. Die Konzentration liegt dabei auf Objekten oder Gegenständen in Transit (2). Die Argumentationen im Sample spannen das Kaleidoskop weit. Ein geringer Teil der Probanden sucht eine Klärung über mehrere Konvergenzbereiche, wie sie die Sichtung sekundarliterarischer Positionen in Kapitel 2 ähnlich ausmachen konnte. Dort wie hier wird die Notwendigkeit gesehen, multiple Level parallel anzusprechen.

> „*Verschmelzen der Medien in Produktion und Nutzung, Märkten und Organisation*“[1438]
>
> „*Unterschiedliche Ebenen: funktionale (technische) Konvergenz crossmediale/ prozessuale Konvergenz; publizistische Konvergenz (Angleichung publizistischer Inhalte bedingt durch erhöhte Konkurrenz in der Zielgruppen-Ansprache); vertikale Konvergenz (Elemente der Wertschöpfungskette Medien bewegen sich aufeinander zu); horizontale Konvergenz (Branchenkonvergenz T.I.M.E.)“*[1439]
>
> „*Technische, organisatorische, ökonomische und nutzungsbezogene nicht lineare Integration*“[1440]
>
> „*Hybrides Zusammenwachsen vormals getrennter Medienaspekte (Produktion, Inhalt, Kanal, Konsumationsobjekt usw.)*“[1441]

Mehrfach wählen die Experten den Zugang über ein ausgesuchtes Konvergenzareal. „Technik“ gerät dabei zum prominentesten Faktor, der bisweilen über ab- oder anhängige Gebiete Additive erfährt. „*Finding together of all media content in one technical device*“[1442], sieht eine Überwindung herkömmlicher Medienarten via technischer Amalgamierung. Eine Meinung, die das Sample bekräftigt: „*Coming together of formerly separate media in the course of technical development*“[1443], konzentriert die Definition von „Medienkonvergenz“ auf Bedingungen technischen Wandels. Erweiternde Ideen binden diese technischen Konvergenzlagen speziell an solche der Nutzung: „*Media convergence is a development characterized by unification of media*

[1437] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1438] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1439] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1440] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1441] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1442] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1443] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“

content production and/ or by (the) possibility to use various media via one technical equipment."[1444] Überhaupt verwenden einige Experten den Konsumenten- und Rezipientensektor für eine begriffliche Festmachung. Das geschieht in wie bereits erwähnter Anbindung an technisch-orientierte Argumentationslinien. Ein Proband führt stichpunktartig aus: „*Insbesondere technische Konvergenz und Nutzungskonvergenz. D.h. zum einen Annäherung vormals getrennter Einzelmedien zu bzw. in einem Ausgabegerät (Digitalisierung; vgl. Smartphones; Internetfähige TV-Geräte); Zum anderen: Verschwimmen von Individual- und Massenkommunikation.*"[1445]

Andere heben direkt auf die Rezeptionsseite ab. Technische Umgebungen sind dann entweder als selbstredend mitgedacht oder werden als weniger wesentlich für eine begrifflich konzise Einordnung empfunden. Jedes bedeutet eine polar differente Lagerung. Deren Ursprung ist aus dem Datenmaterial nicht zu bergen. „*Be at the disposal of the audience anytime, anywhere, anyhow*"[1446], rückt ein Teilnehmer die User an begriffsbeherrschende Position. „*The usage becomes independent from program schedules or a certain place for consummation*"[1447], betont ein weiterer Veränderungen im Konsum. Ein dritter zeichnet eine Kausalität dahin: „*Radio, TV, Online-media find together. Users can decide how they prefer to access content.*"[1448] „*Egal wann, egal wo*"[1449], komprimiert ein Proband und setzt hinzu: „*Jeder Inhalt auf einem Gerät.*"[1450] Mit diesem Verweis auf Ausprägungen inhaltlicher Medienkonvergenz wie sie das Theoriekapitel anhand von Untersuchungszugängen aus verschiedenen Disziplinen vorgestellt hat, bleibt zitierte Stimme im Sample nicht allein. „Inhalt" wird Etlichen zum Bestehenden über das sich ein Verschwimmen oder Auflösen vormals trennscharfer Mediengattungsgrenzen semantisch handhaben lässt. Diese Meta-Bezüglichkeit bringt ein Experte so auf den Punkt: „*Radio, TV, Online-Media etc. coming together forming a meta-space of content distribution regardless the real medium they are accessed through by the user.*"[1451] Disputabel erscheint die Spannweite der in den Statements öfters apostrophierten Meta-Ebenen. Wo sich solche für

[1444] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1"
[1445] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1"
[1446] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1"
[1447] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1"
[1448] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1"
[1449] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1"
[1450] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1"
[1451] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1"

manche im Inhaltlichen als dislozierter beziehungsweise dislozierbarer Content einziehen lassen, finden sie sich für andere verquickt mit der Herleitung dessen, was „Medienkonvergenz“ als Ursache oder Ursachen, Auslöser, Antreiber (3) begründet.

„Digitalisierung“ führen zahlreiche Experten hierzu an. „*Ein Zusammenfinden aller Medien im Digitalen*“[1452], schlägt eine Einordnung für „Medienkonvergenz“ vor. „*Das Zusammenwachsen von Medien im Zuge von Digitalisierung*“[1453]; „*Digitalisation of all media*“[1454] – und in eventueller Schlussfolgerung als ein Argument aus dem Panel, das die Rückschleife zieht: „*Digitalisation leads to coming together of formerly seperate media forms via content.*“[1455] Anders erfolgt eine Verlinkung retour auch zu – technischer – Nutzungsposition: „*Different forms of media are converging on one platform/ into one technical device due to digital evolution*“[1456] – oder: „*Konvergenz meint das Zusammenwachsen vorher getrennter medialer Ausspielwege auf einem Endgerät.*“[1457] Ineinandergeschoben finden sich solche Überlegungen im Ansinnen eines Befragten, der „Medienkonvergenz“ dergestalt auffasst: „*Das Zusammenwachsen unterschiedlicher Mediengattungen und Ausspielkanäle.*“[1458] An dieser Stelle schließt sich der Kreis zu den ersten Validierungen im angesetzten Dreischritt des Clusters. Diesen hatten versucht, Klarheit über antizipierte Durchdringungsgrade medienkonvergenter Objekte zu gewinnen. Letztere haben sich wie dargelegt über das Sample hinweg als divers erwiesen. Bekannte und womöglich in Veränderung befindliche Mediengattungen greifen Probanden als Gegenstände ihrer Definitionen auf. Mehr noch erfolgt eine Erläuterung anhand von Konvergenzausschnitten, wobei technische und Faktoren der Nutzung dominieren. „Inhalt“ wird öfters als Substrat genutzt, um im dynamischen Umfeld medialen Wandels – ob verschmelzend, zusammenwachsend oder zusammenfindend – einen verlässlichen Kern in der Definition zu setzen. Paralleles gilt für das vielfach angeführte „eine Endgerät“, auf dem jedweder Inhalt darstellbar und asynchron abrufbar werde. Final laufen für das Gros der Experten die Fäden „im Digitalen“ zusammen, das wiederum einigen als ursächlich zu nennen ist. Verschiedentlich findet sich die Etablierung einer griffigen Meta-Ebene eingelöst. Semantiken suchen den Aufbau einer solchen über ein Aufgehen medialer Trägerschaft oder Form im bloßen „Inhalt“. Andere entheben Ausspielwege einer

[1452] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1453] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1454] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1455] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1456] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1457] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“
[1458] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“

spezifizierenden Verhaftetheit und machen den medialen Zugang „anywhere, anytime“ zum Meta-Kriterium. Klarer Substanzbezug auf der einen Seite und Erhöhung des Abstraktionsniveaus auf der anderen Seite treffen als Intentionen aufeinander. Keines mindert meines Erachtens das andere. Im Gegenteil liegt in diesem Bestehen auf Flexibilität der Mehrwert einer progressiven dynamischen und final qua Konsensmaterie konzertiert getragenen Annäherung. Als These leitet sich ab:

These 1: „Definition“

„Medienkonvergenz“ ist als bedingt dehnbares semantisches Gefäß brauchbar zur Beschreibung eines Phänomenkomplexes im Wandel. Ob dieser Dynamik bedarf es eindeutiger Verortung und Benennung von Bezugsobjekten.

Jene Feststellung noch einmal zurückgespielt an die im Sample vertretenen Probandengruppen („Unternehmensplanung/Innovationsmanagement“, „Redaktionsleitung/Ressortführung“, „Wissenschaft/Forschung“) lässt keine Präferenzen nach Zugehörigkeit erkennen. Naheliegend ist, dass sich dynamische Phänomenfelder in der theoretischen wie praktisch orientierten Draufsicht womöglich nicht einhellig dingfest machen lassen. Dies mag ein Manko sein für den, der um die eine stichfeste Terminologie ringt. Für eine Delphi-Studie wie diese gereichen die Befunde in ihrer Setzung bestimmter – und ähnlicher Schlaglichter – bei zugleich unterschiedlicher Aspektwertung zum Vorteil. Sie bleiben in der Offenheit der Fragestellung – es geht im Grunde um einen (stichpunktartigen) Vorschlag zur Begriffsbestimmung – luzide für Erkenntnisgewinne in sämtliche von den Experten eingetragene Richtungen. Darauf zahlt ein, dass die Involvierten vor multiplen Wissensfolien argumentieren[1459] und eine Begriffsfixierung in ihrer Wichtigkeit wohl variant perzipieren. Die Ergebnisse der Vorrunde haben erbracht, dass gemeinsame Nenner in der Annäherung gesucht werden oder werden müssen, man sich aber in der Regel rasch auf bestimmte Parameter verständigt.[1460] Das Gewahrsein eines Umgangs mit mehrdeutbaren Grundtermini macht sensibel für die Notwendigkeit einer Meta-Verständigung just darüber. Als Beispiel für eine solch kausale Herleitung in weiterer operationalisierender Ausrichtung sei angeführt:

> *„Durch die im Zuge der Digitalisierung immer wichtiger werdende Online-Verfügbarkeit und Online-Konsumation von Medien ändern sich die Anforderungen der Konsumenten an Medienmarken und es kommt zu einer Verschmelzung der vormals klar getrennten Gattungen TV, Radio und Print, bzw. Text. Die Unterscheidung von Mediengattungen auf Grund der*

[1459] Vgl. Kapitel 3.2.3
[1460] Vgl. Kapitel 5.1.2

Ausspielwege rückt in den Hintergrund. Im Vordergrund steht immer stärker die Marke und die damit verbundenen inhaltlichen Kompetenzen. Für die Marke gilt es zielgruppenspezifisch aufbereiteten Content, im jeweils passenden Format anzubieten.“[1461]

Bei aller Offenheit für Diversität in den begrifflichen Ansätzen, die in ihrer hypothetischen Gestaltbarkeit ein Spektrum an Zugangsweisen gleichberechtigen und gleichsam geteilte Grundelementierungen suchen, muss eine Delphi-Systematik die Präzisierung der Ergebnisse forcieren. Selbstverständlich wäre überlegenswert, was begriffsdeterminierend passierte, verfolgte man eine maximal abstrahierende Strategie und ließe den – theoretisch – trägerbefreiten medialen Inhalt auf jenes weidlich aufgerufene „eine Endgerät“ treffen, das zeit- und ortsfrei jene flotierenden „Inhalte“ offerierte – und fragte dann nach Aufbereitung, Präsentationsform und schließlich Narrativik. Das resümierende Kapitel 6 wird das nur mehr in Verzahnung mit existenten Forschungsschriften tun. Welle 2 der Delphi-Studie setzt *Fragebogenitem „Definition 1“* nicht abermals auf die Agenda. Dazu gehobenes Material hat sich in der Analyse als gehaltvoll erwiesen. Zudem machen die bisherigen Auswertungen eine weniger philosophische, denn zunächst robuste Besetzung bestimmter konvergenter Themenfelder angelegentlich. In der aus der Synopse der Fachliteraturen und der qualitativen Vorrunde gewonnenen Erwartung eines durchaus schillernden begrifflichen Bestimmungsbildes – was sich in Ausgeführtem verifiziert –, hatte der Fragebogen als wesentlich belegte Konvergenzbereiche zur Sortierung gegeben.

Die für *Fragebogenitem „Definition 1“* festgestellte Meinungsverteilung über das Gesamtpanel der Welle 1 findet für *Fragebogenitem „Definition 2“* Entsprechung. Erneut zeichnen sich keine Zuordenbarkeiten nach Expertengruppen oder von jenen angegebenen Wissensfeldern ab. Dies kann als Indiz dafür genommen werden, dass eine abstrakte Auseinandersetzung in einem dritten Raum der Verständigung passiert. Eigene Kenntniseinträge werden im Verständnis für ein größeres Ganzes abgegeben. Nicht etwa die Linie eines öffentlich-rechtlichen Hauses determiniert die Auffassung von konvergenten Materien. Tatsächlich befördert die Fragestellung einen solchen erweiterten Hintergrund, wenn der konvergenzgetriebene Medienwandel in Europa als umfassend in den Blick genommen wird. Die als elementar herausgearbeiteten Konvergenzfelder sind von den Probanden jeweils einzeln zu gewichten, Ungleich- wie Gleichwertigkeiten können abgetragen werden. Die Teilung des Prognosefensters in eine nahe Zukunft (*In den nächsten zwei bis fünf Jahren*) und

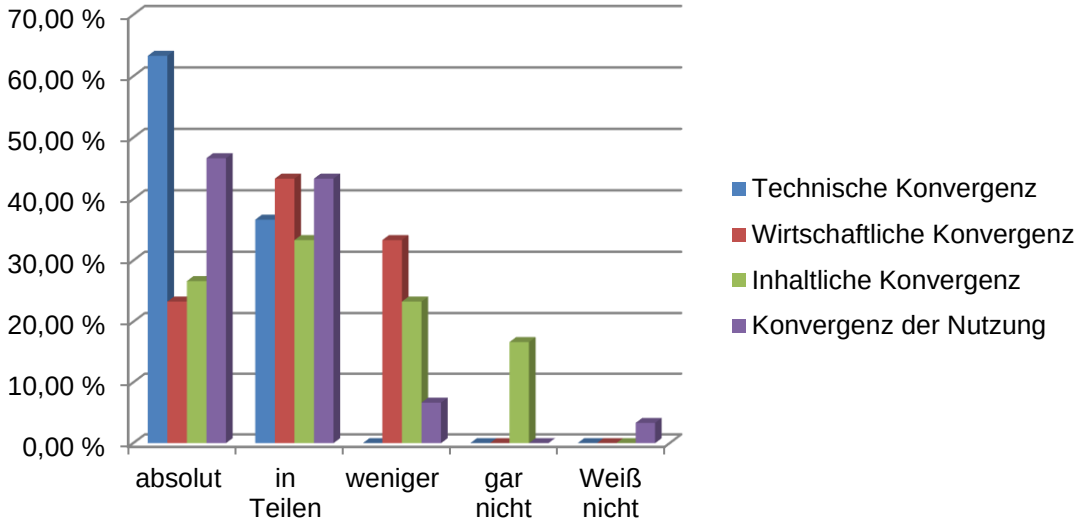
[1461] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“

eine entferntere (*In den nächsten sechs bis zehn Jahren*) macht einige Verlaufsunterschiede offensichtlich. Damit bestätigt sich die methodische Anwendung einer solchen Doppelstruktur, wie sie das auch an kommenden Stellen der Aufbereitung der Daten tun wird, die ebenso Dynamiken auf kurze wie längere Sicht beurteilen. Zur besseren Übersicht verwendet dieses Kapitel Diagramme und zugehörige Tabellen der Häufigkeitsverteilung.

2(W1)a. Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 1a_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=30)[1462]



Item	absolut	in Teilen	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Technische Konvergenz	63,33 %	36,67 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Wirtschaftliche Konvergenz	23,33 %	43,33 %	33,33 %	0,00 %	0,00 %
Inhaltliche Konvergenz	26,67 %	33,33 %	23,33 %	16,67 %	0,00 %
Konvergenz der Nutzung	46,67 %	43,33 %	6,67 %	0,00 %	3,33 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Wie in den Antworten auf die qualitativ angelegte Bitte um eine Definition von „Medienkonvergenz“ (*Fragebogenitem „Definition 1“*), zeigt sich ein eindeutiges Schwerpunktsetzen beim Bereich *Technische Konvergenz.* 63,33 Prozent sehen darin einen *absolut* für einen Medienwandel in Europa in den nächsten zwei bis fünf Jahren bestimmenden Faktor, 36,67 Prozent einen *in Teilen*. Keiner der Probanden bewertet *Technische Konvergenz* als *weniger* maßgeblich oder vernachlässigbar.

[1462] *Abb. 1a, b, c und d_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel* tragen die Kategorie „Weiß nicht“ grafisch mit ab, um Unsicherheiten in den einzelnen Segmenten – oder klare Sicherheiten – auf den ersten Blick schaubar zu machen.

Zweithäufigster Bereich ist wie aus den Definitionsvorschlägen erwartbar die *Konvergenz der Nutzung*. 46,67 Prozent wähnen darin einen *absolut*, 43,33 Prozent einen *in Teilen* bedeutenden Aspekt.

In den Begriffsbestimmungen der Teilnehmenden selten als relevant apostrophierte ökonomische Gesichtspunkte spült die konkrete Nachfrage hinsichtlich *Wirtschaftlicher Konvergenz* skalierend nach oben. 23,33 Prozent nehmen auch dieses Feld als *absolut*, 43,33 Prozent als *in Teilen* kennzeichnend. Ein Drittel (33,33 Prozent) ist der Auffassung, dass wirtschaftliche Komponenten *weniger* Gehalt für den Medienwandel in Europa gewönnen.

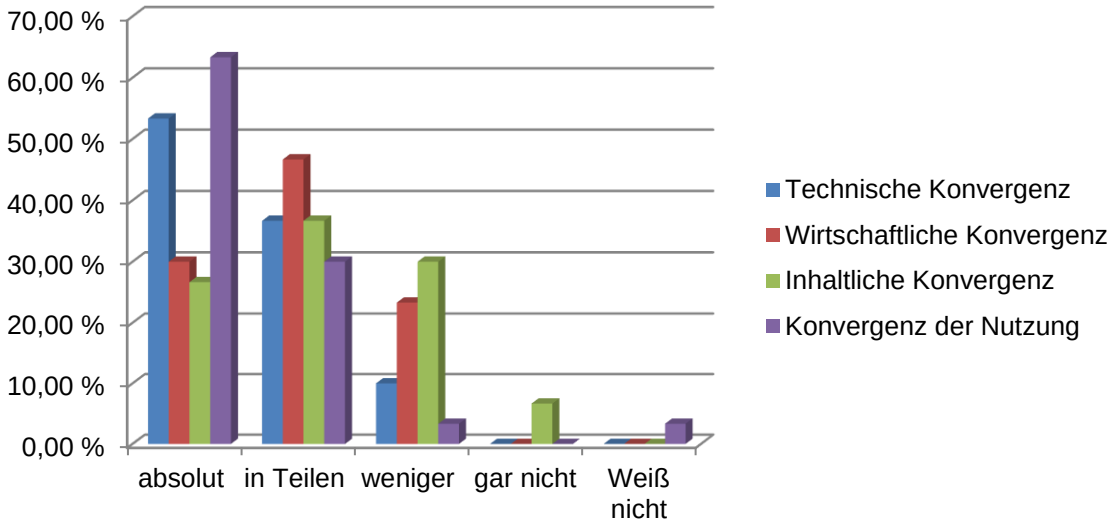
Der in der terminologischen Annäherung so prägnant angeführte Parameter „Inhalt", etwa zusammengefasst als mediengattungsbefreites Objekt, das in allen möglichen Formen diverse Ausspielwege beschicken kann, wird im quantitativen Nachfassen kontroverser gesehen. 26,67 Prozent vertreten die Meinung, dass *Inhaltliche Konvergenz* einen europäischen Medienwandel in den nächsten zwei bis fünf Jahren *absolut* bedinge, 33,33 Prozent trauen „dem Inhalt" *in Teilen* Potential zu. Knapp ein Viertel (23,33 Prozent) attribuiert diesem Bereich gleichwohl *weniger* Zugkraft, 16,67 Prozent *gar keine*. Die Selbstverortung der Probanden nach beruflicher Position und eigener Expertiséfelder lässt abermals keine Gruppencharakteristika auffinden. Zwei Probanden aus dem Segment „Redaktionsleitung/Ressortführung" (beide ARD) machen von der Option Gebrauch, als zusätzliche konvergente Ausprägungen „*Rechtliche Konvergenz*" und „*Regulierung*"[1463] anzuführen. Daraus Erfahrungen aus dem Alltagsgeschäft abzuleiten, bleibt an dieser Stelle Mutmaßung. Spätere Items, die auf juristische Belange zugeschnitten sind, geben dazu Auskunft. Vorgemerkt ist der Einwurf bezüglich einer modifizierten Wiederauflegung von *Fragebogenitem „Definition 2"* in Welle 2. Darin wird es nach Ausgabe des Feedbackbogens zu Welle 1 spannend sein nachzusetzen, ob und wie sich – womöglich – die Urteile der Experten in den Abstufungen der Konvergenzbereiche gewandelt haben. Schon Welle 1 zeigt in Veränderung des temporalen Bezugsrahmens auf die nächsten sechs bis zehn Jahre partiell verschobene Werte.

[1463] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 2"

2(W1)b. Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 1b_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=30)



Item	absolut	in Teilen	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Technische Konvergenz	53,33 %	36,67 %	10,00 %	0,00 %	0,00 %
Wirtschaftliche Konvergenz	30,00 %	46,67 %	23,33 %	0,00 %	0,00 %
Inhaltliche Konvergenz	26,67 %	36,67 %	30,00 %	6,67 %	0,00 %
Konvergenz der Nutzung	63,33 %	30,00 %	3,33 %	0,00 %	3,33 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Technische Konvergenz büßt ihre Stellung als Motor eines Medienwandels in Europa ein. Mit 53,33 Prozent sind zehn Prozent weniger als für die nähere Zukunft (Die nächsten zwei bis fünf Jahre) auf längere Sicht (Die nächsten sechs bis zehn Jahre) von der Bedeutsamkeit überzeugt. Da facto lassen die Daten eine Bewegung dahin gehend erkennen, dass viele der Experten, die für den ersten Zeitraum *absolut* oder *in Teilen* gewählt haben, nun jeweils eine Stufe nach unten kreuzen, also von *absolut* zu *in Teilen* und von *in Teilen* zu *weniger*. Daraus bereits eine Vermutung aufzustellen, dass sich jetziger technischer Wandel künftig verlangsame, ginge an dieser Stelle zu weit. Kommende Items zu Arten der Konvergenz – unter der Fragebogenrubrik *Technische Konvergenz* – haken detaillierter nach.

Der für die Zeitphase „In den nächsten zwei bis fünf Jahren“ noch an zweiter Position rangierende Bereich holt für den Betrachtungsraum „In den nächsten sechs bis zehn Jahren“ merklich auf. 63,33 Prozent schreiben *Konvergenz der Nutzung* nunmehr *absolute* Wichtigkeit zu (statt vorher 46,67 Prozent), dafür fallen die Werte bei *in Teilen* von 43,33 Prozent auf jetzt 30,00 Prozent. Die Datenverläufe zeigen, dass

etliche der zunächst verhaltener Schätzenden für die fernere Zukunft stärker auf die Bedeutsamkeit einer *Konvergenz der Nutzung* setzen. Auch hier müssen Gründe spekulativ bleiben: Traut man den Nutzenden zunehmend – technische – Kompetenz zu? Werden Konsumenten selbstverständlicher in ihre Rolle als Prosumenten hineinwachsen?

Ebenfalls Gewichtungsveränderungen ergeben sich für das Segment *Wirtschaftliche Konvergenz*, dem auf längere Sicht mehr Probanden (30,00 Prozent zu vorher 23,33 Prozent) *absolute* Bedeutung beimessen. Auch eine Wichtigkeit *in Teilen* rückt von 43,33 Prozent auf 46,67 Prozent. Relativ wird der Befund, wenn man die Rechnung auf eine Grundgesamtheit von 30 Partizipierenden rückbezieht. Salopp formuliert hat ein Experte seine Meinung anders gesetzt. Eine Delphi-Studie, die per se weniger Stimmen nicht zuletzt eben ob gefordert hoher Expertise zu Wort kommen lässt, muss schließlich in Kauf nehmen, dass quantitative Abstufungen maximal Trends sein können.[1464] Nichtsdestoweniger sind die ausgewiesenen Tendenzen aufschlussreich für folgende Item-Besprechungen.

So mahnt auch der Verlaufstest beim Sektor *Inhaltliche Konvergenz* zu einer engagierten Auseinandersetzung mit weiteren erhobenen Daten.[1465] Die Verteilung für das frühere Intervall (In den nächsten zwei bis fünf Jahren) manifestiert beim Punkt *Inhaltliche Medienkonvergenz* variante Einstellungen dazu. Genauso sehen die Befragten später liegendes uneinheitlich. Bemerkenswert ist dabei, dass mehr Probanden wenigstens *anteilig* (von 23,33 Prozent auf 30,00 Prozent) von einer Bedeutung dieses Bereiches ausgehen. Auch die Zahl derer, die auf kurze Distanz *gar keiner* Wirkpotenz (16,67 Prozent) gewiss sind, nimmt auf längere Sicht ab (6,67 Prozent).

Kurzgefasst tritt als Panelmeinung zu Tage:

- *Technische Medienkonvergenz* ist vor *Konvergenz der Nutzung* der beachtenswerteste Faktor einen Medienwandel in Europa betreffend für das Intervall von zwei bis fünf Jahren.

- Auf sechs bis zehn Jahre gesehen, tauschen die Konvergenzareale diese Rollen. *Konvergenz der Nutzung* wird als wesentlich begriffen bei zugleich als stark bleibend etikettierter *Technischer Konvergenz*.

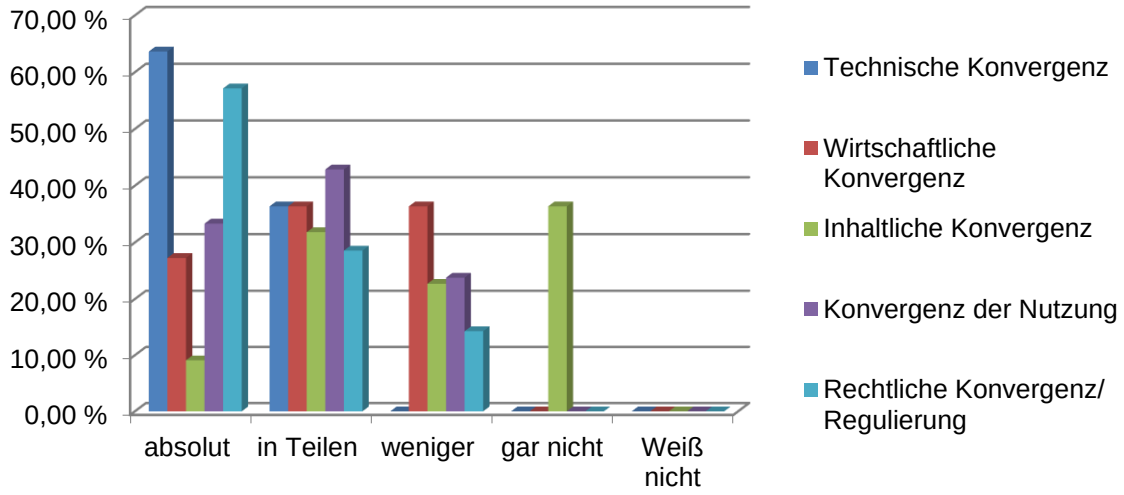
- Im Verlauf der konsekutiven Phasen nimmt der Bereich *Wirtschaftliche Konvergenz* in den Bedeutungsattribuierungen leicht zu und stellt so eine solide dritte Säule der Matrix dar.

[1464] Vgl. Kapitel 3.2.2
[1465] Vgl. Kapitel 5.2.3.3

- Kontrovers betrachtet findet sich die in den Häufigkeitsverteilungen am wenigstens *absolut* oder *in Teilen* bedeutsam beschriebene *Inhaltliche Medienkonvergenz*. Hier sind die Meinungen über das Spektrum in der ersten Phase verteilt, ergeben aber für eine weitere Zukunft eine Zunahme der Geltung.

Da es sich bei diesen Einschätzungen erkenntnisintendiert um das Aufspannen einer basalen Folie handelt, ehe die Delphi-Anlage – eben vor deren Hintergrund – Details fokussiert, greift Welle 2 das Item erneut auf. Als Vorschlag aus dem Teilnehmerkreis bietet *Fragebogenitem „Definition 2" – modifiziert „Definition 2a"* auch eine Bewertung von *Rechtlicher Konvergenz/Regulierung* an.

1(W2)a. Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
Abb. 1c_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=22)



Item	absolut	in Teilen	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Technische Konvergenz	63,64 %	36,36 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Wirtschaftliche Konvergenz	27,27 %	36,36 %	36,36 %	0,00 %	0,00 %
Inhaltliche Konvergenz	9,09 %	31,82 %	22,73 %	36,36 %	0,00 %
Konvergenz der Nutzung	33,33 %	42,86 %	23,81 %	0,00 %	0,00 %
Rechtliche Konvergenz/ Regulierung	57,14 %	28,57 %	14,29 %	0,00 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Neuauflage des Items wird von einer geringeren Gesamtzahl an Experten (Welle 2: n=22; Welle 1: n=30) bearbeitet. Insofern verzerrte ein einfaches Parallelsetzen der Häufigkeitsverteilungen der beiden Runden. Dennoch lassen sich Trends aus der Zusammenschau der Daten gewinnen. Augenfällig ist für den erst prognostizierten Zeitraum von zwei bis fünf Jahren ein ebenfalls deutliches Votum für die

Bedeutsamkeit *Technischer Konvergenz*. 63,64 Prozent weisen der Kategorie *absolute*, 36,36 Prozent *in Teilen* Wichtigkeit zu. Für die anschließende Phase von sechs bis zehn Jahren verschieben die Teilnehmenden die Gehalte ähnlich wie in Welle 1. Nur mehr 50,00 Prozent wähnen *Technische Konvergenz* als *absolute* Triebfeder, 36,36 Prozent *in Teilen,* 9,09 Prozent reduzieren auf *weniger*.

Die schon für Welle 1 erkannte Gegenbewegung in der Kategorie *Konvergenz der Nutzung* spiegelt Welle 2. 33,33 Prozent sind für die nahe Zukunft *absolut* von einer Leitfunktion überzeugt, 42,86 Prozent *in Teilen* und 23,81 Prozent *weniger*. Bis zum Dekadenende glauben 59,09 Prozent an eine *absolute* Wirkpotenz dieses Segments, 22,78 Prozent *in Teilen* und 18,18 Prozent *weniger*.

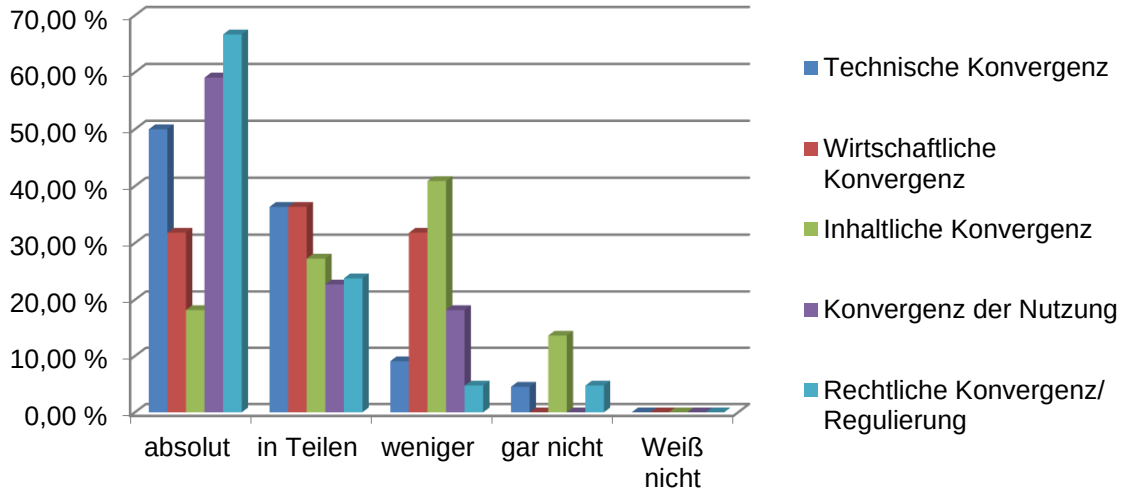
Der in Welle 1 als solide dritte Säule in der Matrix attribuierte Bereich *Wirtschaftliche Konvergenz* durchläuft in Welle 2 eine vergleichbare Entwicklung. 27,27 Prozent sagen eine *absolute* Bedeutung des Feldes für die kommenden zwei bis fünf Jahre voraus, je 36,36 Prozent *in Teilen* und *weniger*. Für den weiter in der Zukunft liegenden Raum erhöhen sich die Anteile auf 31,82 Prozent *absolut* und 36,36 Prozent *in Teilen*. 31,82 Prozent sind *weniger* der Meinung.

Der schon in Welle 1 kontrovers betrachtete Sektor *Inhaltliche Konvergenz* nimmt in Welle 2 einen ähnlich dynamischen Verlauf. Auch hier wandern Verteilungen über den Zwei-Phasen-Schritt gen positivere Einschätzungen. Aus 9,09 Prozent *absolut* werden 18,18 Prozent. 31,82 Prozent *in Teilen* bleiben mit 27,27 Prozent – beachtet man die Grundgesamtheit, auf die sich die Prozentwerte beziehen – bewegen sich beide Wellen durchaus in der Nähe. Was sich merklich ändert, ist die Zahl jener, welche – zumindest – *weniger* davon ausgehen, dass *Inhaltliche Konvergenz* in den nächsten sechs bis zehn Jahren wirksame Rolle spielen werde. Aus 22,73 Prozent werden 40,91 Prozent. Dafür reduzieren sich die Stimmen, die *Inhaltlicher Konvergenz gar nichts* zutrauen, um etwa die Hälfte (von 36,36 Prozent auf 13,64 Prozent). Zusammenfassend sind die in Welle 1 erkannten Bewegungsrichtungen in Welle 2 durchaus bestätigt. Die erneute Schleife über einen Feedbackbogen hat die Verteilungen wenig beeinflusst, ergo sind diese als in der Expertengruppe beständig zu bewerten.

Bedeutsam ist das auch, als in der Verteilung über die bereits in Welle 1 inkludierten Faktoren keine Anderslagerungen in Welle 2 aus der Tatsache resultieren, dass mit *Rechtlicher Konvergenz/Regulierung* eine Kategorie als Eingabe aus dem Sample addiert. Für viele ist diese prominent besetzt. Für die kommenden zwei bis

fünf Jahren konstatieren 57,14 Prozent hierin *absolut* Bedeutsamkeit für einen Medienwandel in Europa. 28,57 Prozent meinen *in Teilen*, 14,29 Prozent sind *weniger* der Ansicht. Verdrängt ist damit von Platz 2 in Welle 1 eine *Konvergenz der Nutzung*. Welle 2 sortiert auf die unmittelbar kommenden Jahre *Rechtliche Konvergenz/Regulierung* als bestimmender ein. Ebenso gewinnt dieser Bereich auf weitere Perspektive. 66,67 Prozent sehen in den nächsten sechs bis zehn Jahren darin die *absolut*, 23,81 Prozent *in Teilen* wichtigste Determinante.

1(W2)b. Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Abb. 1d_Delphi_Auswertung: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=22)



Item	absolut	in Teilen	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Technische Konvergenz	50,00 %	36,36 %	9,09 %	4,55 %	0,00 %
Wirtschaftliche Konvergenz	31,82 %	36,36 %	31,82 %	0,00 %	0,00 %
Inhaltliche Konvergenz	18,18 %	27,27 %	40,91 %	13,64 %	0,00 %
Konvergenz der Nutzung	59,09 %	22,73 %	18,18 %	0,00 %	0,00 %
Rechtliche Konvergenz/ Regulierung	66,67 %	23,81 %	4,76 %	4,76 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Das ausgegebene Zwischenfazit für Welle 1 unterstreicht Welle 2 also annähernd. Als maßgeblich hinzugekommen ist *Rechtliche Konvergenz/Regulierung.* Daran machen die Probanden zielgerichtet Antrieb oder Hemmnis medienkonvergenter Verläufe fest. Als These leitet sich ab:

These 2: „Definition“

***Technische Medienkonvergenz* wird vor *Rechtlicher Konvergenz/Regulierung* der beachtenswerteste Faktor einen Medienwandel in Europa betreffend für das Intervall von zwei bis fünf Jahren sein. Auf längere Sicht überholt letztere Kategorie und wird ausschlaggebend. Auch eine *Konvergenz der Nutzung* setzt sich dann vor *Technischer Konvergenz* ab. *Inhaltliche Konvergenz* bleibt in ihrer Bedeutung kontrovers erachtet.**

Damit relativiert sich das mehrfach angeklungene „Content is king“ deutlich. Die anschließenden Abschnitte, welche Arten von Konvergenz spezifisch abfragen, werden dies beurteilbar machen.

5.2.3 Arten der Konvergenz aus öffentlich-rechtlicher Perspektive

5.2.3.1 Technische Konvergenz

Erkenntnisinteresse der Vorrunde:

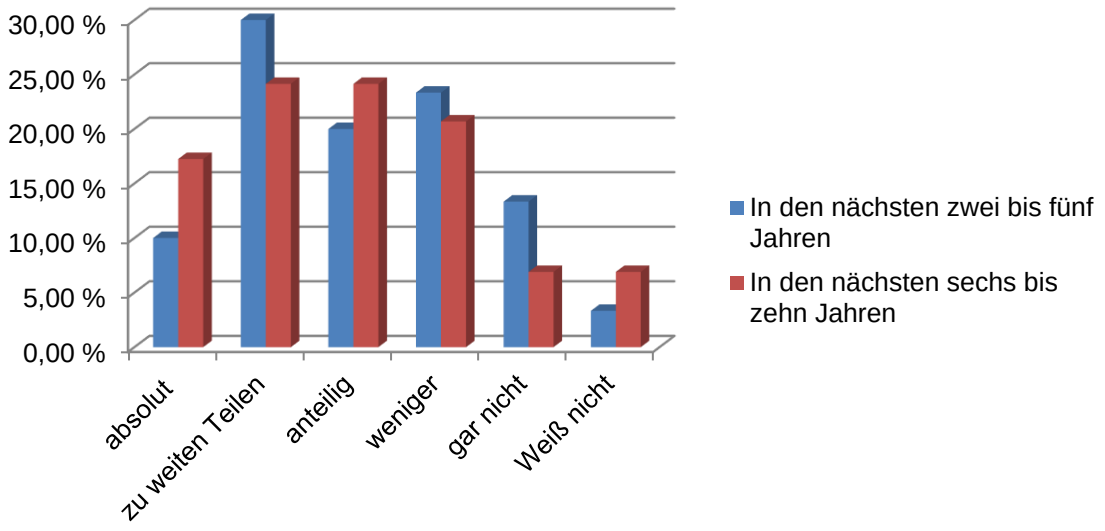
Treibend vs. Kaum konkret zu prognostizieren vs. In der Hand vor allem von Playern außerhalb des öffentlich-rechtlichen Systems etc.

Nach einer allgemeinfassenden Prognose medialer Entwicklungen in konvergierenden europäischen Zusammenhängen verjüngt die Erhebung auf öffentlich-rechtliche Belange. Im Abschreiten der deduktiv als prägnant erhobenen Konvergenzareale und entsprechender Facettierung machen technische Komponenten den Anfang. Initial ist die – wahrscheinlich – grundsätzliche Rolle europäischer öffentlich-rechtlicher Anbieter in punkto technischer Innovation auszuleuchten.

Die Befunde zu *Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“* sind über das Spektrum verteilt. Abermals werden kaum Verlinkungen zwischen Antwortverhalten und Gruppenzugehörigkeiten aufspürbar. Einige der Experten aus „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung“ und „Redaktionsleitung/Ressortführung“ bei MTVA und RTV SLO billigen dem Öffentlich-Rechtlichen in Europa kaum technische Innovationskraft zu, was man womöglich rasch und ungefiltert – sowie falsch, da verkürzt – an just jene Standorte binden möchte. Einzelne aus genau diesen Gruppen bewerten die öffentlich-rechtlichen Anstalten hingegen als *absolut* treibend an.

3(W1). Öffentlich-rechtliche Veranstalter in Europa werden technische Innovationen voran-treiben…

Abb. 2_Delphi_Auswertung: Öffentlich-rechtliche Anbieter treiben technische Innovationen voran… (n=30)[1466]



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
In den nächsten zwei bis fünf Jahren	10,00 %	30,00 %	20,00 %	23,33 %	13,33 %	3,33 %
In den nächsten sechs bis zehn Jahren	17,24 %	24,14 %	24,14 %	20,69 %	6,90 %	6,90 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Das zeitlich näherliegende Intervall sieht die Initiative *zu weiten Teilen* (30,00 Prozent) bei öffentlich-rechtlichen Adressen. 20,00 Prozent der Probanden wählen eine Mittelposition über *anteilig,* 23,33 Prozent erwarten weniger technische Innovationen aus dem öffentlich-rechtlichen Lager. 13,33 Prozent stellen für die kommenden zwei bis fünf Jahre von dort keinerlei Neubringendes in Aussicht. Gesehen auf sechs bis zehn Jahre ändert sich das. 17,24 Prozent begreifen Europas öffentlich-rechtliche Anbieter jetzt *absolut* in der Vorreiterposition angekommen, 24,14 Prozent *zu weiten Teilen* und 24,14 Prozent zumindest als *anteilig*.

Geht man in die Begründungen für diese Einschätzungen, öffnet sich eine ganze Liste Bedenkenswertes. Eine Dringlichkeit technischen wenigstens Schritthaltens für

[1466] *Abb. 2_Delphi_Auswertung: Öffentlich-rechtliche Anbieter treiben technische Innovationen voran…* trägt die Sequenz „Weiß nicht“ zur schnelleren Orientierung mit grafisch ab.

öffentlich-rechtliche Veranstalter sehen die Experten in einem Behaupten der „*Relevanz am Markt*“[1467]. Innovation wird gekoppelt an „*Technische Entwicklung, wirtschaftliche Notwendigkeit*“[1468] oder verquickt mit „*Neue(n) Nutzungsgewohnheiten der Beitragszahler*“[1469]. Jedes Agieren und Reagieren auf Bewegungen im technischen Wettbewerbsumfeld geschehe in Abgleich mit der medienrechtlichen Sonderstellung: *„Ändern sich Nutzungsbedürfnisse und Nutzungsverhalten der Bevölkerung, so sind öffentlich-rechtliche Medienanbieter verpflichtet, sich ebenfalls umzustellen, um ihren gesellschaftlichen Auftrag zu erfüllen.“*[1470] Andere erinnern in gleicher legislativ ausgerichteter Intention an die „*Bestands- und Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks*“[1471], an „*obligations of technical development*“[1472] oder heben kritisch ab auf „*medienpolitische Entscheidungsprozesse, die Innovationen bremsen müssen*“[1473]. Damit wird Medienkonvergenz im Sinne eines technischen Fortschreitens – und vielleicht sogar Voranschreitens – für Europas Öffentlich-Rechtliche zum steten Austarieren an politischen wie regulatorischen Positionen und schließlich an den Ansprüchen eines – finanzierenden – Publikums. Experten aus „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung“ und „Redaktionsleitung/Ressortführung“ denken des Weiteren über die technische Innovationsfreudigkeit öffentlich-rechtlicher Organisationen per se nach: „*Unternehmenskulturen sind stark veränderungsresistent aufgebaut*“[1474] – „*Public Service Media are slow*“[1475] – „*Limitierte Budgets, langwierige Planung von Innovationen*“[1476]. Andere geben konkrete Vorschläge: „*Eine eigene Softwareentwicklung bringt neue Produkte an den Markt. Nur der Austausch zwischen Journalisten und Entwicklern gewährleistet Zukunftsfähigkeit.*“[1477] Letztere Aussage weist schon in den folgenden Item-Bereich, der heben will, wie nach Meinung der Experten Europas Öffentlich-Rechtliche in ihren aufgeführten wirtschaftlichen, rechtlichen, politischen, nutzungsbezogenen Abhängigkeiten technische Innovation bewerkstelligen oder sogar marktmotorisierend um- und einsetzen können.

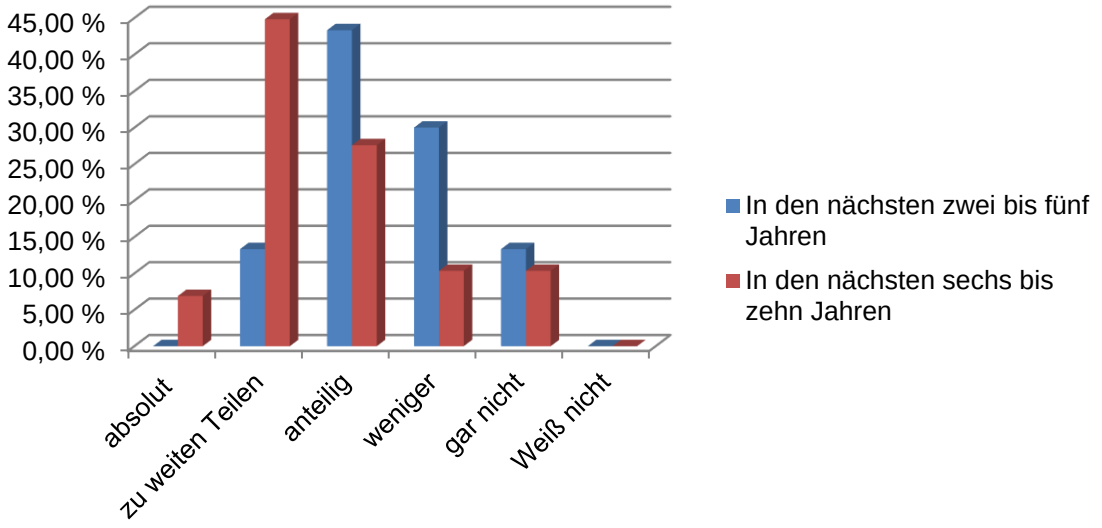
[1467] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1468] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1469] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1470] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1471] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1472] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1473] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1474] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1475] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1476] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1477] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“

Das stichpunktartig zu beantwortende *Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“* generiert im Sample Ideen in mehrfacher Nennung wie „*DAB+*“, „*360-Grad*“, „*Soziale Medien*“, „*Distribution via IP-Struktur*“, „*Multimediale Redaktionssysteme*“[1478] etc. Um aussagekräftigere Wertungen zu erzielen, bietet Welle 2 die meistgenannten Schlagworte zur Skalierung an, nachdem sie der Feedbackbogen noch ohne erkennbare Gewichtung oder Häufigkeit unter den Experten präsentiert hatte. Integriert ist in dieses *Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“ – modifiziert „Technische Konvergenz 1c“* in der zweiten Fragebogenrunde auch die quantitative Abwägung linearer und non-linearer Produkte. Dazu offenbart sich in Welle 1 erhöhter Diskussionsbedarf. Balancesuchende Argumente gehen zum Beispiel dahin: „*They (PSM, Anm. d. Verf.) will have to follow new technologies as well as stick with old ones as some audience groups will not go for any new hype, platform, style of distribution*.“[1479] Andere sehen Handlungsnot stärker in nur einer Zugrichtung: „*Grundlegendes Ziel ist es, den Generationenabriss zu verhindern und so den Rundfunkbeitrag weiterhin zu legitimieren. Deshalb wird der digitale Ausspielweg wichtiger: Wie schaffen wir es, unsere Inhalte auf vielen Wegen zu verbreiten*.“[1480] In der Vorrunde ähnlich Artikuliertes hatte eine Komprimierung auf die praktisch oft zitierte – de facto aber nicht wirklich trennscharfe – „Bipolarität“ linearer versus non-linearer Angebote erbracht. Aus Praktikabilitätsgründen empfiehlt sich eine Aufbereitung des *Fragebogenitems „Technische Konvergenz 2“* aus Welle 1 noch vor dem wie angekündigt und primär aus dem besprochenen *Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“* entwickelten Item *„Technische Konvergenz 1c“* für Welle 2.

[1478] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“
[1479] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“
[1480] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“

4(W1). Das lineare öffentlich-rechtliche Programmangebot in Europa wird durch non-lineare Produkte ersetzt werden…

Abb. 3_Delphi_Auswertung: Das lineare öffentlich-rechtliche Programmangebot wird durch non-lineare Produkte ersetzt… (n=30)[1481]



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
In den nächsten zwei bis fünf Jahren	0,00 %	13,33 %	43,33 %	30,00 %	13,33 %	0,00 %
In den nächsten sechs bis zehn Jahren	6,90 %	44,83 %	27,59 %	10,34 %	10,34 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Expertenmeinungen gehen für die kommenden zwei bis fünf Jahre (43,33 Prozent) von einer *anteiligen* Ersetzung aus. 13,33 Prozent prognostizieren eine Verlagerung gen non-lineare Produkte sogar *zu weiten Teilen*. Für 30,00 Prozent erscheint das Zukunftsintervall noch zu kurz oder ein Reduzieren wie gar Aufgeben linearer Portfolios nicht imaginierbar. Sie werten *weniger.* 13,33 Prozent glauben an ein Fortbestehen beider Kategorien.

Auch für die nächsten sechs bis zehn Jahre sind 10,34 Prozent überzeugt von beiderlei öffentlich-rechtlichen Offerten. 10,34 Prozent sehen das Ende linearer Verfügbarkeiten als *weniger* wahrscheinlich. Die Perspektive der Probanden verlagert sich die Zukunftsfähigkeit non-linearer Angebote betreffend. 6,90 Prozent setzen in

[1481] *Abb. 3_Delphi_Auswertung: Das lineare öffentlich-rechtliche Programmangebot wird durch non-lineare Produkte ersetzt…* trägt die Sequenz „Weiß nicht" ebenso zur schnelleren Orientierung mit grafisch ab. Weitere Grafiken mit weniger zu zeichnenden Kategorien werden diesem Beispiel folgen. Items mit hoher Kategoriendichte verzichten dagegen auf eine illustrierende Umsetzung und weisen die Daten rein tabellarisch nach. Möglich ist diese Differenzierung über eine eindeutige Zuweisung der Option „Weiß nicht" zur jeweiligen Kategorie. „Weiß nicht" bezieht sich auf jeden abgefragten Parameter neu, nicht auf die Frage als gesamtes.

einer Dekade das lineare Programmbestehen für beendet. 44,83 Prozent sehen einen *zu weiten Teilen* non-linearen öffentlich-rechtlichen Produktkatalog vorher, 27,59 Prozent einen *anteiligen*.

Unterfüttert werden diese Einstufungen in erster Linie mit der Antizipation des sich entwickelnden Nutzerverhaltens. Niemand bringt mögliche technologische Aspekte ins Spiel oder führt rechtliche (Neu-)Setzungen ins Feld. Ein Experte verweist auf wirtschaftlichen Konkurrenzdruck und pointiert die „*medienökonomische Wirkungsübermacht internationaler (künftiger) Marktführer (Netflix, Amazon, Google, Apple...)*“[1482], der adäquat zu begegnen sei. Die Majorität des Samples bezieht ihre Debattenbeiträge auf Ausprägungen von Nutzungskonvergenz. Die geäußerten Ansichten spannen sich diametral auf. „*Änderung der User-Gewohnheiten*“ [1483] – „*Change in user behaviour*“[1484], gelten den Einen als eindeutige Signale zum Aufbruch in ein nur mehr non-lineares Zeitalter – und das bereits in den kommenden zehn Jahren. Öffentlich-Rechtliche bedienten dabei zunehmenden die von den Konsumenten bevorzugten Rezeptionsbedingungen: „*Produktionsweisen gehen gen eigenständigen Abruf, das Repertoire bildet die singuläre Ausgabe bereits und wird nicht durch lineare Wiederholung aufgebaut.*“[1485] Andere Probanden suchen einen Mittelweg, der Non-Lineares zwar unstrittig auf dem Vormarsch wertet, Lineares aber nicht als gänzlich obsolet aufgibt. „*Fernsehen und Hörfunk sind zu gut, die Menschen in Deutschland zu beharrlich. Der Anteil neuer Distributions- und Ausspielwege wird erheblich steigen, die linearen Medien angesichts der geburtenstarken Jahrgänge aber nicht ersetzen*.“[1486] Ähnliche Argumente des „*Demografische(n) Wandel(s)*“[1487] geben jene, die lineare Programmveranstaltungen präferieren, ferner nicht aus dem Blick der öffentlich-rechtlichen Macher:

> „*Die Bedeutung von linearen Angeboten wird zwar anteilig am Gesamtmedienkonsum stetig sinken, bestimmte Angebote werden aber weiterhin linear bzw. live konsumiert werden*.“[1488]

> „*Wir gehen von einer weiterhin hohen Nutzung linearer Medien in den nächsten zehn Jahren aus, müssen aber Verluste in den Linearmedien durch Zugewinne in non-linearen Produkten ausgleichen*.“[1489]

[1482] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1483] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1484] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1485] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1486] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1487] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1488] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1489] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“

„*Audience division: linear and non-linear consumer types.*“[1490]

Neben solchen pauschaleren Bewertungsansätzen suchen einige präziser zu fassen, welche medialen Objekte jeweils im Linearen und/oder Non-Linearen zu verhaften sind. „*Der lineare Fernsehkonsum steigt und auch die Digital Natives nutzen lineares Programm*“[1491], prognostiziert ein Teilnehmer für eine klassische Mediengattung, die sich neben Non-Linearem erhalten werde. Gegen eine solche Parallelführung verwehren sich grundsätzliche Stimmen, die einen „*Vergleich von Äpfeln mit Birnen*“[1492] kritisieren: „*Lineares TV und VoD vereint lediglich die Präsentationsoberfläche. Beide Mediengattungen weisen unterschiedliche Produktions- und Managementroutinen auf. Zudem erfüllen die Medienangebote unterschiedliche Publikumsbedürfnisse*.“[1493] Oder verknappt formuliert: „*Two totally different ways of distribution and consumption.*“[1494] Als These folgt:

These 3: „Technische Konvergenz“

Lineare und non-lineare Angebote sind als zwei gesonderte Phänomene nach eigenen Spezifika abzuklopfen. Öffentlich-Rechtliches in Europa muss beide einbeziehen, um laut Programmauftrag einem Gesamtpublikum gerecht zu werden. Das Offertenvolumen erweitert sich merklich gen Non-Linear.

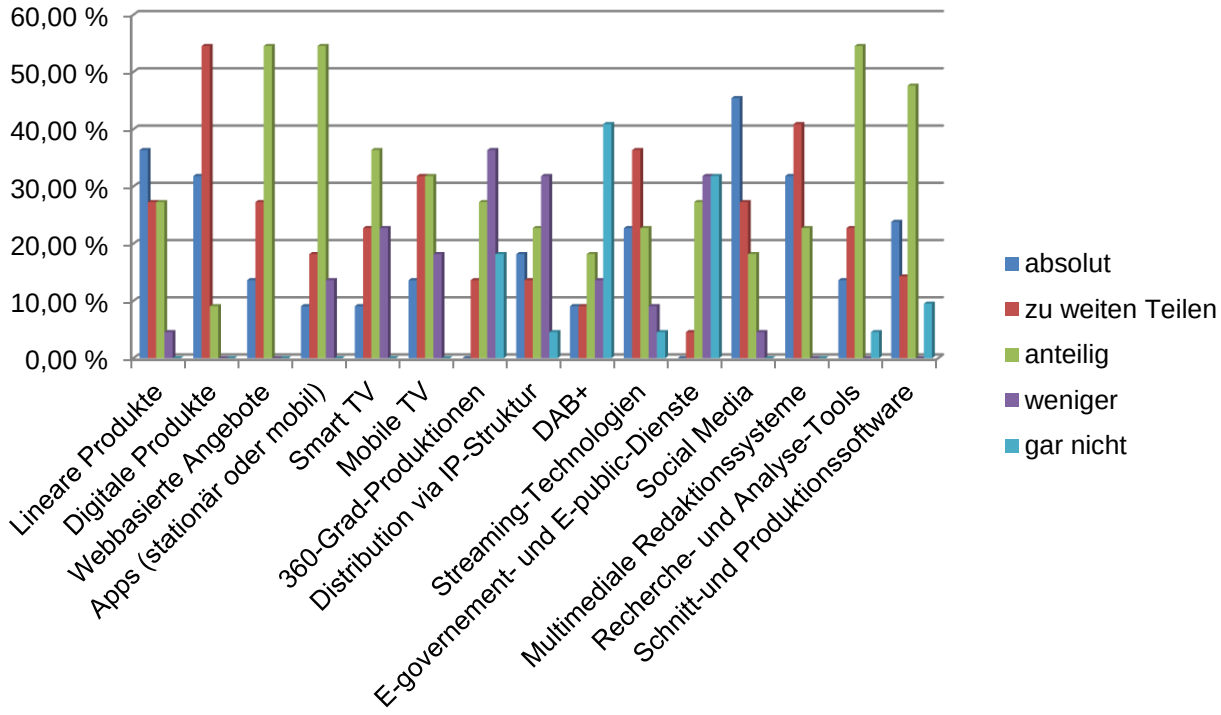
Neben allgemeiner Gruppierung nach herkömmlichen und innovativen Ausspielarten und Rezeptionswegen – ohne oder mit variant vorstellbaren Rückkopplungseffekten – stellt *Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1c“* Vorschläge des Panels zu Veränderungen in den Produktionsstufen der öffentlich-rechtlichen Veranstalter zur Disposition. Vermutlich können und werden die öffentlich-rechtlichen Adressen nicht alle Optionen entlang dieses Stranges von der Herstellung über die Distribution zur Abrufsituation gleich intensiv bedienen. Der Fragebogen ermöglicht ein gegeneinander oder miteinander Bewerten einzelner Glieder in dieser Kette.

[1490] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1491] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1492] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1493] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“
[1494] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“

2a(W2). Auf welche Arten von Technologien oder Technikbereiche werden Europas Öffentlich-Rechtliche vermutlich einen Schwerpunkt legen…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 4a_Delphi_Auswertung: Arten von Technologien und Technikbereichen im Schwerpunkt Europas Öffentlich-Rechtlicher… (n=22)[1495]



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Lineare Produkte	36,36 %	27,27 %	27,27 %	4,55 %	0,00 %	4,55 %
Digitale Produkte	31,82 %	54,55 %	9,09 %	0,00 %	0,00 %	4,55 %
Webbasierte Angebote	13,64 %	27,27 %	54,55 %	0,00 %	0,00 %	4,55 %
Apps (stationär oder mobil)	9,09 %	18,18 %	54,55 %	13,64 %	0,00 %	4,55 %
Smart TV	9,09 %	22,73 %	36,36 %	22,73 %	0,00 %	9,09 %
Mobile TV	13,64 %	31,82 %	31,82 %	18,18 %	0,00 %	4,55 %
360-Grad-Produktionen	0,00 %	13,64 %	27,27 %	36,36 %	18,18 %	4,55 %
Distribution via IP-Struktur	18,18 %	13,64 %	22,73 %	31,82 %	4,55 %	9,09 %
DAB+	9,09 %	9,09 %	18,18 %	13,64 %	40,91 %	9,09 %
Streaming-Technologien	22,73 %	36,36 %	22,73 %	9,09 %	4,55 %	4,55 %
E-government- und E-public-Dienste	0,00 %	4,55 %	27,27 %	31,82 %	31,82 %	4,55 %

[1495] Wie erwähnt belassen diese wie einige folgende Abbildungen angesichts der reichen Zahl an abgetragenen Kategorien das Segment „Weiß nicht“ aus Gründen der Übersichtlichkeit rein in der tabellarischen Datenschau und verzichten auf die additive grafische Darstellung.

Social Media	45,45 %	27,27 %	18,18 %	4,55 %	0,00 %	4,55 %
Multimediale Redaktions-systeme	31,82 %	40,91 %	22,73 %	0,00 %	0,00 %	4,55 %
Recherche- und Ana-lyse-Tools	13,64 %	22,73 %	54,55 %	0,00 %	4,55 %	4,55 %
Schnitt-und Produktions-software	23,81 %	14,29 %	47,62 %	0,00 %	9,52 %	4,76 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Fragestellung nach Welle 1 anders zu modellieren und Anregungen in Welle 2 zugespitzt gewichten zu lassen, zahlt sich aus. Für die kommenden zwei bis fünf Jahre ergibt sich ein differenzierteres Bild bezüglich linearer versus non-linearer Produktion. 36,36 Prozent bestätigen einen *absoluten* Fortbestand des Linearen, je 27,27 Prozent *zu weiten Teilen* oder *anteilig*. Damit gilt dem Gros ein Weiterbestehen gesichert. Das trifft auch für die anschließende Progonsespanne zu. 31,82 Prozent sind *absolut*, 27,27 Prozent *zu weiten Teilen* und 22,73 Prozent *anteilig* der Ansicht, dass Lineares überdauert.

Der Bereich *Digitaler Produkte* hingegen legt merklich zu in der Einschätzung des Panels. 31,82 Prozent glauben für den erst abgefragten Zeitraum an eine *absolute* Ausrichtung darauf, 54,55 Prozent an eine *zu weiten Teilen*. Auf längere Sicht nehmen 54,55 Prozent *absolut* an, 27,27 Prozent *zu weiten Teilen*. Damit ist am Tage, dass Öffentlich-Rechtliche Lineares nicht vollständig ad acta legen, den Fokus aber auf asynchron Nutzbares setzen werden. Zunehmend passiert das „im Internet“. Auf die nächsten zwei bis fünf Jahre antizipieren 54,55 Prozent eine *anteilige,* 27,27 Prozent eine Richtungnahme *zu weiten Teilen* dahin. Dies verschiebt sich. Bis Ende der Dekade spielt sich das öffentlich-rechtliche Angebot für 40,91 Prozent *absolut* webbasiert ab. 13,64 Prozent gehen *zu weiten Teilen*, 36,36 Prozent von einer *anteilig* webbasierten Portfoliogestaltung aus.

Apps werten 54,55 Prozent kommend als *anteilig,* 18,18 Prozent als *zu weiten Teilen* die Offerten bestimmend. Für den weiteren Verlauf gehen die Meinungen auseinander. 15,00 Prozent sehen hierin eine *absolut* eingeschlagene Gangart, 25,00 Prozent eine *zu weiten Teilen*, 35,00 Prozent *anteilig*.

Gleichsam zunehmend sind die Segmente *Smart TV* und *Mobile TV.* Für Erstere verdoppelt sich die Zahl derer, welche sich Entwicklungen dahin *absolut* vorstellen können (von 9,09 Prozent auf 18,18 Prozent). Der Rest der Aussagen überspannt das Mittelfeld für beide abgefragten Intervalle. 22,73 Prozent (später 18,18 Prozent)

stimmen für *zu weiten Teilen*, 36,36 Prozent (später 31,82 Prozent) für *anteilig*. *Mobile TV* sinkt dezent in den Bewertungen. Aus 13,64 Prozent *absolut*-Beurteilungen für die unmittelbare Zukunft werden 9,09 Prozent. Dafür sind statt 31,82 Prozent später 36,36 Prozent *zu weiten Teilen* der Ansicht, hier Betonung auszumachen.

Als leicht bedeutender ettikettiert ein Teil der Experten den Stellenwert von *360-Grad-Produktionen*. Bis zum Ende des Zehnjahresfensters sind je 13,64 Prozent *absolut* oder *zu weiten Teilen* der Auffassung, dass öffentlich-rechtliche Angebote hierin Potential heben. Über die beiden Intervalle hinweg aber bleiben 36,36 Prozent der Meinung, dass dies *weniger* der Fall sein wird. Ableiten lässt sich daraus, dass 360-Grad-Produktionen eine Facette ausmachen, aber im Urteil der Befragten keineswegs eine Art technischen oder formatlichen Standard des Öffentlich-Rechtlichen darstellen werden.

Was mögliche Veränderungen der Ausspielwege betrifft, sehen etliche das sukzessive Aufrücken einer *Distribution via IP-Struktur*. Für die nächsten zwei bis fünf Jahren nehmen sich die Voten dafür mit 27,73 Prozent *anteilig* und 31,82 Prozent *weniger* noch verhalten aus. Später sind 36,36 Prozent *anteilig* überzeugt, 22,73 Prozent sogar *absolut*.

Marginal erscheint dem Gros bereits bald DAB+ als Verbreitungsform. 40,91 Prozent erteilen mit einer Einschätzung *weniger*, 9,09 Prozent *gar nicht* bereits eine Absage für die unmittelbaren Folgejahre. Danach sind es 45,45 Prozent, die *weniger* und 9,09 Prozent, die *gar nicht* mehr urteilen.

Bedeutsamer ist dem Panel die Hinwendung zu *Streaming-Technologien*. 22,73 Prozent zeichnen *absolut*, 36,36 Prozent *zu weiten Teilen* und 22,72 Prozent *anteilig* in den kommenden zwei bis fünf Jahre wesentliche öffentlich-rechtliche Schritte dahin. Auf sechs bis zehn Jahre beschreiben 38,10 Prozent *absolut*, 19,05 Prozent *zu weiten Teilen* und 28,57 Prozent *anteilig* diesen Trend als zunehmend.

Zurückhaltender schätzen Probanden die Ausweitung von *E-governement und E-public-Diensten* als Integrativ öffentlich-rechtlichen Angebotsaufkommens ein. Je 31,82 Prozent glauben *weniger* bis *gar nicht* an solche Offerten in absehbarer Zukunft. Die weiteren Prognosen ziehen peripher Stimmen ab und machen zumindest für 14,29 Prozent (statt vorher 4,55 Prozent) solche Optionen *zu weiten Teilen* vorstellbar. Die Restverteilung deckt sich nahezu mit dem Vorabschnitt.

Eine der Kategorien höchster Wertung ist *Social Media*. Für die nächsten zwei bis fünf Jahre sprechen sich 45,45 Prozent *absolut*, 27,27 Prozent *zu weiten Teilen* und

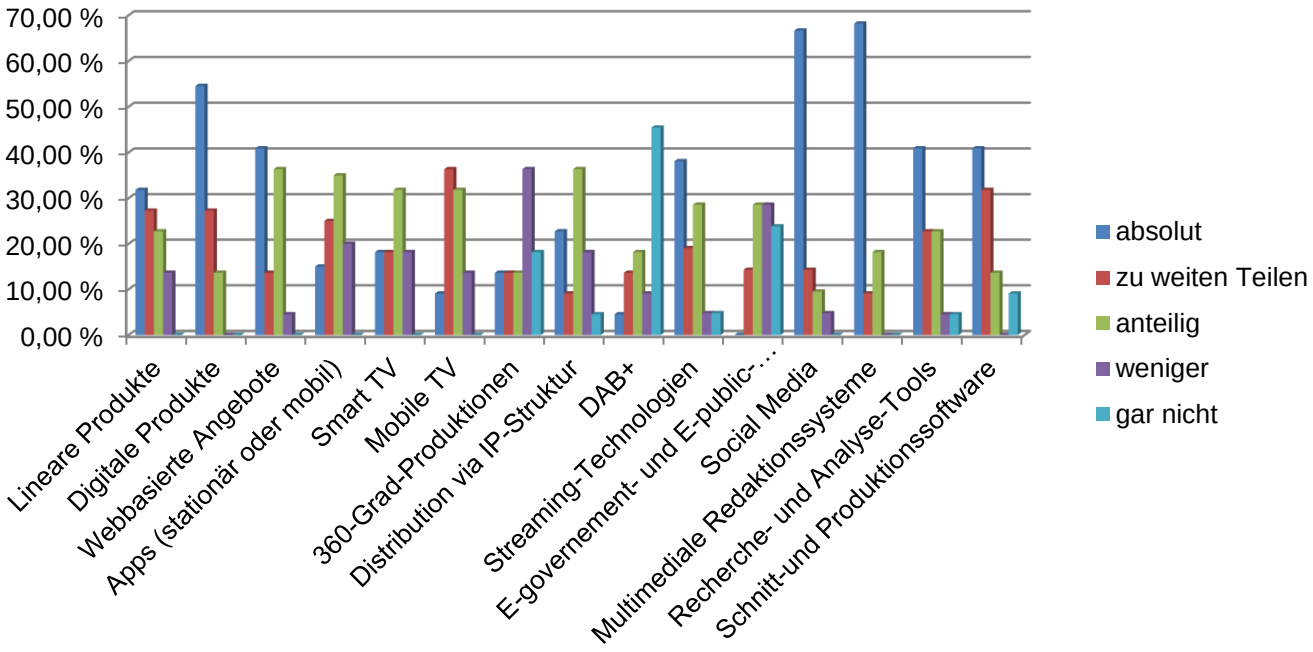
18,18 Prozent *anteilig* für Produktaufbereitung in dieser Richtung aus. Für die kommenden sechs bis zehn Jahre rücken die Häufigkeiten auf, 66,67 Prozent markieren darin *absolut* einen Zukunftsweg.

Interne Praxis perspektivierend wächst über die Dekade die klare Überzeugung, dass *Multimediale Redaktionssysteme* (31,82 Prozent auf 68,18 Prozent) *absolut* im Mittelpunkt öffentlich-rechtlicher Zukunftsplanung stehen werden. *Recherche- und Analysetools* rücken vergleichsweise langsamer auf. Für den ersten Zeitabschnitt sind 54,55 Prozent noch der Überzeugung, hier sei mit *anteiliger* Hinwendung zu rechnen. Im zweiten Zeitabschnitt gehen 40,91 Prozent von einer *absoluten* Bedeutung aus. Ableitbar ist eine Strategie, welche zuerst auf multimediale Verschaltungen der Redaktionen setzt, um später oder in einem anderen Schritt andockende Synergien hinsichtlich der Handwerkszeuge auszubilden. Gemeinsame Themenplanung und Content-Verwaltung werden dann via – geteilter – Recherche und Content-Aufbereitung ergänzt. Bedeutsamer als Letzteres beurteilen die Probanden eine Entwicklung in *Schnitt- und Produktionssoftware*. 47,62 Prozent wähnen darin *anteilig* ein Engagement der öffentlich-rechtlichen Anbieter, 23,81 Prozent sogar ein *absolutes*. Aufgespannt auf sechs bis zehn Jahre gehen 40,91 *Prozent absolut* und 31,82 Prozent *zu weiten Teilen* davon aus, dass sich öffentlich-rechtliche Standorte hier entschieden besser aufstellen wollen.

2b(W2). Auf welche Arten von Technologien oder Technikbereiche werden Europas Öffentlich-Rechtliche vermutlich einen Schwerpunkt legen…

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 4b_Delphi_Auswertung: : Arten von Technologien und Technikbereichen im Schwerpunkt Europas Öffentlich-Rechtlicher… (n=22)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Lineare Produkte	31,82 %	27,27 %	22,73 %	13,64 %	0,00 %	4,55 %
Digitale Produkte	54,55 %	27,27 %	13,64 %	0,00 %	0,00 %	4,55 %
Webbasierte Angebote	40,91 %	13,64 %	36,36 %	4,55 %	0,00 %	4,55 %
Apps (stationär oder mobil)	15,00 %	25,00 %	35,00 %	20,00 %	0,00 %	5,00 %
Smart TV	18,18 %	18,18 %	31,82 %	18,18 %	0,00 %	13,64 %
Mobile TV	9,09 %	36,36 %	31,82 %	13,64 %	0,00 %	9,09 %
360-Grad-Produktionen	13,64 %	13,64 %	13,64 %	36,36 %	18,18 %	4,55 %
Distribution via IP-Struktur	22,73 %	9,09 %	36,36 %	18,18 %	4,55 %	9,09 %
DAB+	4,55 %	13,64 %	18,18 %	9,09 %	45,45 %	9,09 %
Streaming-Technologien	38,10 %	19,05 %	28,57 %	4,76 %	4,76 %	4,76 %
E-government- und E-public-Dienste	0,00 %	14,29 %	28,57 %	28,57 %	23,81 %	4,76 %
Social Media	66,67 %	14,29 %	9,52 %	4,76 %	0,00 %	4,76 %
Multimediale Redaktionssysteme	68,18 %	9,09 %	18,18 %	0,00 %	0,00 %	4,55 %
Recherche- und Analyse-Tools	40,91 %	22,73 %	22,73 %	4,55 %	4,55 %	4,55 %

Schnitt- und Produktions-software	40,91 %	31,82 %	13,64 %	0,00 %	9,09 %	4,55 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Ein Aufbringen rubrizierbarer Größen in Welle 2 hat anschaulich gemacht, wie elementar sich eine Gewichtung einzelner und vielfach durch den praktischen und akademischen Diskurs mäandernder Schlagworte ausnehmen kann. Von den Probanden in Welle 1 eingeworfene Stichpunkte konnten zueinander ausgelotet werden. Die Matrix für unterschiedliche Kategorienfüllung innerhalb einer Ebenenbetrachtung offen zu halten, trug zum Erkenntnisgewinn bei. Realiter sind unter dem Gesichtspunkt einer Schwerpunktsuche im Technologischen und Technischen nicht nur Eins-zu-Eins-vergleichbare Elemente zu betrachten. Die Dominantsetzung von Apps, Smart TV und vor allem Social Media zeigt einen klaren Tenor im Sample. Bemerkenswert ist auch der Dreischritt eines Aufbaus multimedialer Redaktionssysteme vor solchen der digitalen Produktion und schließlich jenen der Recherche und Content-Analyse. Darin liegt eine Annahme von Synergiegewinnung in vorderster Linie über Verschränkungen inhaltlicher Parameter. Die tatsächliche Umsetzung oder Genese dieser Inhalte in Nach- oder Vorgriff findet erst in zweiter Reihe Auseinandersetzung.

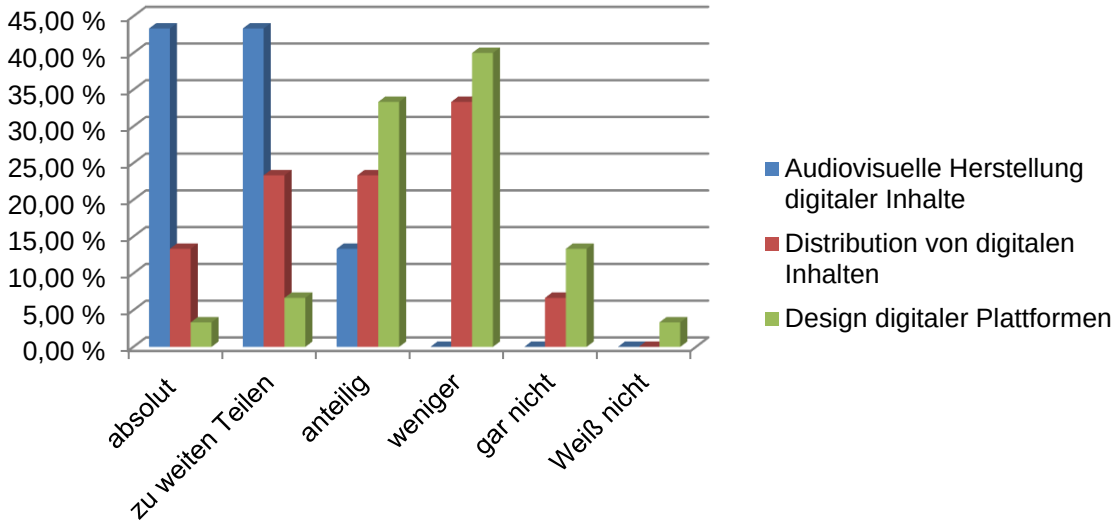
Die Aufmerksamkeit der Experten auf für öffentlich-rechtliche Anbieter in Europa bedeutende Bausteine – antizipierbarer – technischer Konvergenzverläufe zu lenken, hat den in der Sekundärliteratur weidlich abgeprüften Themenhorizont mit einbezogen, welcher journalistisches Arbeiten genauer beleuchtet. Der Theorieteil (Kapitel 2) führt die meist Einzelfall- ergo praktisch-verankerten Debatten dazu. Der empirische Part dieser Delphi-Studie erprobt eine Anbindung innerhalb der eigenen Fragebogenlogik. Aus der generellen Bitte um Benennung technisch relevanter Felder und Bewegungen darin entwickelt *Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“* eine Präzisierung gemäß redaktioneller und produktionsrelevanter Faktoren.

In *Fragebogenitem „Technische Konvergenz 3“* angelegt ist eine Sicherheitsschleife. Diese verankert die journalistische Dimension als in der Vorrunde eingeforderte Facette medienkonvergenzgetriebenen Umstrukturierens bei Öffentlich-Rechtlichen in Welle 1. Hätten Probanden in der vorgestellten offenen Frage nach Technikbereichen oder Technologien in Schwerpunktsetzung jene berufspraktischen Belange nicht oder nur peripher angeführt, wäre das Erheben eines Bildes hierzu unmöglich gewesen.

5(W1)a. Journalistinnen und Journalisten bei öffentlich-rechtlichen Anbietern werden technische Aufgabenfelder übernehmen…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 4c_Delphi_Auswertung: Übernahme technischer Aufgabenfelder durch Journalistinnen und Journalisten... (n=30)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Audiovisuelle Herstellung digitaler Inhalte	43,33 %	43,33 %	13,33 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Distribution von digitalen Inhalten	13,33 %	23,33 %	23,33 %	33,33 %	6,67 %	0,00 %
Design digitaler Plattformen	3,33 %	6,67 %	33,33 %	40,00 %	13,33 %	3,33 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

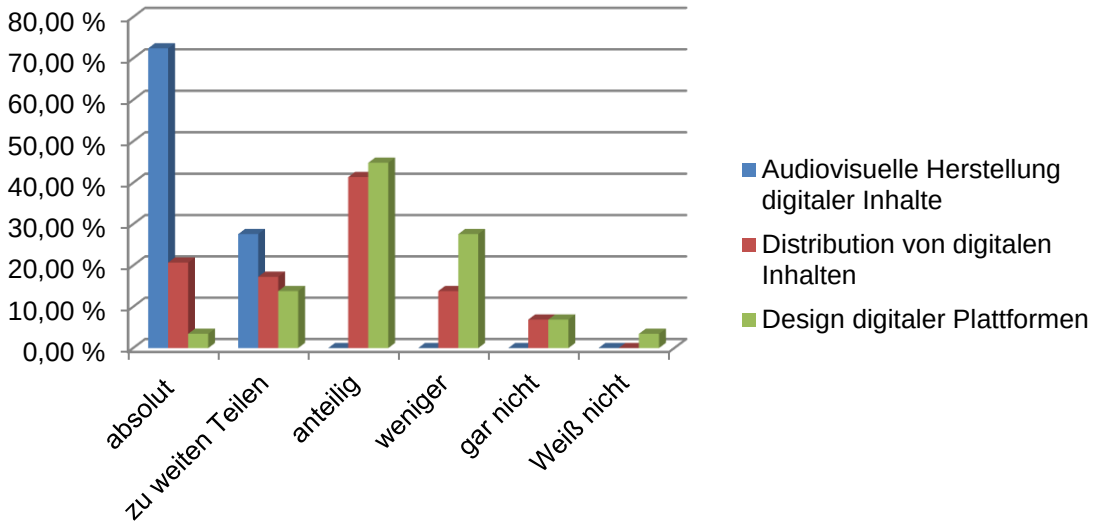
Die nächsten zwei bis fünf Jahre sind *absolut* (43,33 Prozent) bis *zu weiten Teilen* (43,33 Prozent) geprägt von der Übernahme der Herstellung digitaler Inhalte durch Journalisten. 13,33 Prozent der Experten gehen von einer *anteiligen* Entwicklung dahin aus. Keiner im Sample glaubt, dass sich der Status Quo erhalte oder eine reziproke Schiene eingezogen werden würde, welche journalistisches Arbeiten von der materiellen Aufbereitung trenne. Bei der Distribution verlaufen die Verteilungen flacher. Wie einschneidend Journalisten hier eingebunden sind und selber zum Versender und Verteiler werden, den Ü-Wagen oder das Sat-Mobil bedienen oder via Smartphone „live gehen“, bewerten die Probanden verschieden. 13,33 Prozent entwerfen derlei Tätigkeitszuschnitt bereits in den kommenden Jahren *absolut*, 23,33 Prozent als *in weiten Teilen,* 23,33 Prozent noch *anteilig*. Die Mehrheit (33,33 Prozent) verlagert diese Aufgaben *weniger* auf die Seite der Journalisten, 6,67 Prozent *gar nicht*. Auch nicht als journalistischen Beritt in den nächsten zwei bis fünf Jahren erachten

die Probanden das *Design digitaler Plattformen*. 33,33 Prozent sehen *anteilig* Mitwirkung, 40,00 Prozent *weniger*. Beachtenswert ist das insofern, als Journalisten solche Plattformen inzwischen standardmäßig mit Content beliefern und diesen nach häufig bestimmten Plattformspezifika dafür aufbereiten. Letztere legt das Sample in naher Zukunft nicht in die gestalterischen Hände jener, die sich um eine Füllung kümmern. Eine Weitung des Zeithorizontes zeigt Veränderungen in den Annahmen zu einer Kompetenz- und Leistungsverlagerung hin zu den Journalisten in allen drei abgeprüften Kategorien.

5(W1)b. Journalistinnen und Journalisten bei öffentlich-rechtlichen Anbietern werden technische Aufgabenfelder übernehmen…

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 4d_Delphi_Auswertung: Übernahme technischer Aufgabenfelder durch Journalistinnen und Journalisten... (n=30)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Audiovisuelle Herstellung digitaler Inhalte	72,41 %	27,59 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Distribution von digitalen Inhalten	20,69 %	17,24 %	41,38 %	13,79 %	6,90 %	0,00 %
Design digitaler Plattformen	3,45 %	13,79 %	44,83 %	27,59 %	6,90 %	3,45 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Rubrik *Audiovisuelle Herstellung digitaler Inhalte* erlebt mit fast 30 Prozent eine beachtliche Zunahme im Fenster „sechs bis zehn Jahre“. Statt vorher 43,33 Prozent sind nun 72,14 Prozent überzeugt, dass dieser Bereich in mannigfachen Schattierungen – „*Dreh, Schnitt, Grafik*“[1496] – *absolut* von Journalisten verantwortet werden

[1496] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 3“

wird, 27,59 Prozent glauben *zu weiten Teilen*, niemand sagt dieser Entwicklung auf längere Sicht eine Stagnation voraus. Ausgenommen seien hochwertige, künstlerische Sektoren, wirft ein Teilnehmer in den Kommentaren auf: *„Es wird weiterhin technische Experten geben, aber News-Beiträge und kürzere Filme werden vermutlich zunehmend von Autoren geschnitten und bearbeitet."*[1497] Diesen weisen die Probanden in den nächsten sechs bis zehn Jahren mehr Handlungsraum in der Distribution zu. 20,69 Prozent gehen von einer *absoluten* Übernahme dieses Aufgabenfeldes aus, 17,24 Prozent von einer *zu weiten Teilen,* die Mehrheit (41,48 Prozent) votiert für *anteilig*. Damit werden die öffentlich-rechtlichen Journalisten als technisch zunehmend autark in der Berichterstattung antizipiert, die sie faktisch erstellen und zum Publikum bringen. Interessanterweise liegt für die Befragten der prognostizierte Erwerb technischer Versiertheit bei den Journalisten in der Anwendung bestehender oder innovativer Tools, die andere – Profis – verfertigen. Gleiches gilt für *Digitale Plattformen*. Überschaut man die abgefragten Phasen rutschen die Häufigkeitswerte zögerlich von *weniger* zu *anteilig*. 44,83 Prozent halten es in den nächsten sechs bis zehn Jahren *anteilig* für wahrscheinlich, dass Journalisten digitale Plattformen alleine bestellen. In den nächsten zwei bis fünf Jahren sind es *anteilig* nur 33,33 Prozent. 13,79 Prozent sehen am Ende der Dekade die Aufbereitung digitaler Produktumgebungen als *zu weiten Teilen* in journalistischer Zuständigkeit. Merkbar wird eine Splittung in den Journalisten als Benutzer technischer Werkzeuge medialer Gestaltung und Verbreitung sowie einer davon abgehobenen Sonderrolle des Medientechnikers, der solche Werkzeuge nicht nur bedienen, sondern konstruieren und warten kann. Diese vom Panel als Marker eines Wandels im journalistischen Berufsbild ausgesteckten Pfade finden indirekt erneut Reflexion unter dem in Welle 2 auf Initiative der Mitwirkenden eingefügten *Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4"*. Auf die Anregung am Ende von Welle 1 weitere Diskussionsvorschläge einzubringen, nennen Experten ein Eingehen auch auf zu erwartende Modifizierungen in journalistischer Ausbildung und Rekrutierung.

Aus analyselogischen Gründen rückt die Auswertung dieses Items in den Anschluss. Welle 2 hatte es aus wiederum fragebogentechnischen Abfolgebedingungen ans Ende gesetzt. In thematischer Nähe zur Verhandlung organisatorischer öffentlich-rechtlicher Zukunftsbewertungen sollten Synergien im Sinne von weiterführenden Gedankensträngen generiert werden.

[1497] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 3"

Einige wenige, aber unterschiedliche Elemente führen die Probanden übereinstimmend für *Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv* an. Die Technisierung journalistischer Ausbildung wird grundsätzlich herausgehoben: *„Technical skills will count a great deal more." – „Größere Bandbreite!" – „Mulitmediality, more emphasis on technological skills"*[1498]*.* Dabei werden es nach Ansicht des Samples vorwiegend oder wenigstens auch die öffentlich-rechtlichen Anstalten sein, die ihre Mitarbeitenden für diese sich wandelnden Anforderungen befähigen respektive befähigen müssen. *„The inhouse training will focus on cross-players more than on experts for one field. Highpotentials and experts in one or the other direction will have more difficulties in proceeding"*[1499]*,* schränkt ein Teilnehmer ein und trifft die Argumentation nicht Weniger, die den wohl im Schlaglicht stehenden Allrounder vom Experten absetzen. *„As technology changes quickly, there will be a great need for continuous education and training in that area. Experts for certain media fields will take more time to build a career as they will have to go through a multimedia education oriented system"*[1500]*.* Stimmen prognostizieren einen ähnlich gesetzten Weg bereits in der akademischen Ausbildung. *„The path leading to the job will be more paved in a sense that journalism education will be more institutionalized as developing multimedia skills"*[1501], vermutet ein Befragter. Ein nächster sieht darin den Ansatzpunkt für öffentlich-rechtliche Anbieter: *„PSM will cooperate with the academic sector in order to bring young professionals quicker to the market."*[1502] Dieser Dynamik setzen andere Aussagen als zwingend daneben: Bediene die akademische Ausbildung einen multimedialen Allround-Mainstream, müssten die öffentlich-rechtlichen Anstalten selbst für Professionalisierung in den Bereichen sorgen, wo sie das für notwendig erachten. Panelisten vermuten das in den Segmenten Datenjournalismus, 360-Grad-Produktionen, Virtual Reality (VR) oder Augmented Reality (AR). Technisches Know-How sei allerdings selten die ultimative Richtschnur. Inhalte und journalistische Wertezuschreibungen finden sich zahlreich in den Einschätzungen angemahnt: *„Social Media-Experten werden gefragt sein, Journalisten mit vielerlei technischen Kenntnissen – mehr noch als inhaltlichen. Die Berufsprofile werden sich verschieben, wobei*

[1498] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1499] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1500] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1501] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1502] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv

Öffentlich-Rechtliche trotzdem stärker als Private auf Themenkompetenz setzen werden"[1503], liest sich eine Vermutung. *„Bloggers, VJs, entrepreneurs will become of great value, while an academic education focuses on multimedia mainstreamness"*[1504], gewichtet eine andere. Eine dritte fasst zusammen: *„In der Ausbildung selbst: Fokus auf journalistische Grundtugenden: gute Recherche, Objektivität, Geschichten erzählen; dabei: Klaviatur der unterschiedlichen Medien kennen und bespielen können."*[1505]

Die Prognosen gehen von einer stärkeren Technisierung und Multimedialisierung der akademischen Zugänge aus, wobei es den Öffentlich-Rechtlichen entweder bereits in Einwirkung auf diese oder in eigener innerbetrieblicher Ausbildung darum gehen müsse, journalistische Mehrwerte, monomediale oder ausspielwegfokussierende Tiefenkenntnis aufzubauen, um sich gegen technisch womöglich versiertere, aber weniger qualitativ hochwertige Konkurrenzprodukte abzusetzen. In dieser Qualitätszuschreibung liegt offenbar eine Crux. Die Zunahme medialer Anbieter – auf diversen Niveaus – nehmen die Befragten von varianten Warten. *„The process of de-professionalization of journalism will lead to decreasing focus on quality of journalistic output and quality of journalists"*[1506], was speziell eine außerbetriebliche Aus- und Vorbildung in Zukunft durchziehen werde. Die Lösungen, welche das Panel anbietet, gehen auseinander: *„PSM pay attention to the education of journalists"*[1507] oder: *„Ich sehe keine"*[1508].

Spürbar durchzieht das Sample die Suche nach einer Tür, welche sich für Quereinsteiger offenhalten lässt. Gerade in den jungen prosumenten-affinen Formaten sehen Teilnehmer Chancen für Öffentlich-Rechtliche, bereits auf externen Plattformen Versierte – etwa gemäß Unternehmenszielen in Richtung Bindung nachwachsender Zielgruppen – gewinnbringend zu rekrutieren. Eher werden solche Zugänge jedoch als Ausnahme eingeschätzt. An dieser Stelle schließen Aussagen rück auf später in der Analyse ausgeleuchtete Merkmale eines öffentlich-rechtlichen USP. Am Ende des Tages entscheidet sich ein öffentlich-rechtliches Unternehmen nicht nur für seine künftigen Mitarbeiter. Potentielle Kandidaten wählen auch das „System Öffent-

[1503] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1504] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1505] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1506] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1507] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv
[1508] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4" – additiv

lich-Rechtlich“ als Arbeitgeber aus. Neben Verdienst- und Pensionsoptionen, Aufstiegsmöglichkeiten etc. schlagen dabei vermutlich Art und Weise der zu erbringenden Leistung zu Buche. Aus multimedialem Grundwissen ist folglich eine Karrierewegplanung nach – eigenattribuierten – journalistischen Wertigkeiten und womöglich technisch- wie formatbestimmten Ausprägungen abzuleiten.

„Es wird neue Ausdifferenzierungen geben. Basierend auf einer multimedialen akademischen wie innerbetrieblichen Ausbildung werden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten neben Allroundern auch Experten für einzelne Ausspielwege und Formate aufzubauen haben. Quereinsteiger sind nach wie vor denkbar, etwa aus der Blogger- oder YouTuber-Szene“[1509]*,* resümiert ein Experte und trifft die Grundtendenz im Sample. Das sieht eine Spezifizierung im Sinne einer Spezialisierung journalistischer Ausbildung zunehmend bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten selbst. Als These sei ausgegeben:

These 4: „Technische Konvergenz“

Basierend auf einer multimedialen akademischen wie innerbetrieblichen Ausbildung werden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Europa neben Allroundern auch Experten für einzelne Ausspielwege und Formate aufzubauen haben. Quereinstiege sind nach wie vor denkbar.

Verhandeltes hat das von den Experten gesetzte Gewicht auf technische Medienkonvergenzfelder aus verschiedenen Blickwinkeln dargelegt. Abschließend bleibt zu klären, woher die öffentlich-rechtlichen Anbieter in Europa „ihre“ Innovationen in diesem Feld künftig nehmen werden. Welle 1 hatte diesen Zugang noch ausgespart. Die Betonung einer irgendwie zugeschriebenen Evolutionskraft „des Digitalen“ in vielen der Begründungen zu den technisch ausgerichteten Items der ersten Fragebogenrunde macht den Versuch einer Präzisierung notwendig. Eingang finden in die Gestaltung von *Fragebogenitem „Technische Konvergenz 4“ – additiv* Anregungen aus den qualitativen Leitfadengesprächen. Darin wurden von den Experten bereits denkbare Kooperationen, Anleihen, engagierte interne Impulssetzungen unterstrichen.

Der Kompass, nach dem Europas öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten laut Panel Flagge setzen, ist klar eingenordet. In erster Linie bleibe man unter sich. 59,09 Prozent sind der Ansicht, dass sich *zu weiten Teilen* Kooperationen mit anderen öffentlich-rechtlichen Anbietern ergeben werden – im EBU-Verbund oder bilateral.

[1509] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4“ – additiv

18,18 Prozent tragen diese Einschätzung zumindest *anteilig*. Gegeben wird nach Expertenurteil auch ein Zusammenarbeiten mit staatlichen Stellen sein. 27,27 Prozent sind *absolut* von Kooperationen mit Netzagenturen, Wissenschafts- und Forschungsministerien etc. überzeugt, 22,73 Prozent *zu weiten Teilen* und 27,27 Prozent *anteilig*. Dahinter rangiert das gemeinsame Vorgehen mit der freien Wirtschaft. Für 18,18 Prozent sind Öffentlich-Rechtliche und Gerätehersteller, Netzbetreiber etc. *absolut* gemeinsam im Boot, für 27,27 Prozent *zu weiten Teilen*, für 45,45 Prozent *anteilig*. Interne Entwicklungsimpulse eigenständig umzusetzen erscheint 45,45 Prozent als *anteilige* Richtung, in die es öffentlich-rechtlich in technischen Belangen gehen könne. 18,18 Prozent halten solche Bewegungen innerhalb bestehender Organisationsstrukturen für *zu weiten Teilen* anzunehmen. Geringsten Stellenwert messen die Experten einer wie auch immer gearteten technischen Leitfunktion privater Medienkonkurrenz bei. 40,91 Prozent sehen eine *anteilige* Wendung dahin als wahrscheinlich an, 22,37 Prozent werten diesbezüglich *weniger*.

Hervorzuheben ist, dass das Panel einen im Technischen markanten Zusammenhalt der öffentlich-rechtlichen Standorte untereinander konstatiert. Wenn es später um eine gemeinsame Programmerstellung gehen wird, sehen die Prognosen zu Integration und Austausch weit weniger enthusiastisch aus. *Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 3“* wird dies extrapolieren. Augenfällig ist schon jetzt eine Diskrepanz zwischen Produktionsweisen und Ausspielwegen als Hardware und Handwerkszeug gegenüber journalistischen Inhalten, Formaten, Darstellungsweisen als im Weitesten „Kulturgütern“ zu deklarieren. Anschlussfähig zeigt sich dieser Befund an in Kapitel 2.3 theoretisch extrahierte Positionen zu medienkulturell geprägten Landschaften in einer Meta-Übertragung. Konkrete Zirkelschlüsse ergeben sich zu Setzungen auf EU-Ebene bezüglich kultureller Hoheit der Mitgliedsstaaten und deren – innerhalb bestimmter Eckpfeiler – flexiblen Gestaltung „ihrer“ Öffentlich-Rechtlichen.

3(W2). Europas öffentlich-rechtliche Anstalten werden ihre technische Orientierung nehmen über…

Abb. 5_Delphi_Auswertung: Europas öffentlich-Rechtliche Anstalten werden ihre technische Orientierung nehmen über... *(n=30)*[1510]

Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Kooperationen mit der freien Wirtschaft (Gerätehersteller, Netzbetreiber etc.)	18,18 %	27,27 %	45,45 %	9,09 %	0,00 %	0,00 %
Kooperationen mit staatlichen Stellen (Netzagenturen, Wissenschafts- und Forschungsministerien etc.)	27,27 %	22,73 %	27,27 %	22,73 %	0,00 %	0,00 %
Kooperationen mit unabhängigen Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen	4,55 %	18,18 %	31,82 %	45,45 %	0,00 %	0,00 %
Kooperationen mit anderen öffentlich-rechtlichen Anbietern, im EBU-Verbund oder bilateral	0,00 %	59,09 %	18,18 %	22,73 %	0,00 %	0,00 %
Nachahmen der medialen Privatkonkurrenz	9,09 %	18,18 %	40,91 %	27,27 %	4,55 %	0,00 %
Interne Entwicklungsimpulse innerhalb bestehender Organisationsstrukturen	4,55 %	18,18 %	45,45 %	22,73 %	4,55 %	4,55 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Das Panel liefert als einzigen weiteren Vorschlag „*Cooperation with NGOs*“[1511]. Konsequent ist ein solcher Ansatz, sucht man Andockstellen im Personellen, Inhaltlichen oder Gestalterischem auf dem alternativen freien Markt. Reinnahmen aus innovativ arrangierten Szenen sind in manchen öffentlich-rechtlichen Kontexten als plausibel oder gar wünschenswert vorstellbar. Das Sample führt diesen Ansatz alldieweil – rein nummerisch – als Ausnahme. Als These bleibt:

These 5: „Technische Konvergenz“

Europas Öffentlich-Rechtliche suchen technische Orientierung in erster Linie im Austausch miteinander, sei es im EBU-Verbund oder bilateral. Kooperationen mit staatlichen Stellen ergeben vor solchen mit der freien Wirtschaft das weitere technisch bedeutsame Schöpfungspotential.

Technische Neuerungen oder Umgestaltungen – in Kooperation oder allein betrieben – meinen selbstredend einen internen Kostenfaktor. Sie spielen sich gleichwohl in einem Wettbewerbsumfeld ab. Öffentlich-rechtlichen Betreibern kommt aufgrund ihrer Sonderverfasstheit eine in Punkten andere Stellung am Medienmarkt zu als privaten Veranstaltern. Diese Faktoren strahlen in Überlegungen zur kommenden Bedeutung wirtschaftlicher Konvergenz für Europas Öffentlich-Rechtliche hinein.

[1510] Aufgrund der breiter gefassten Belegung der einzelnen Kategorien verzichtet dieses Item auf eine grafische Umsetzung und präsentiert die Tabellenübersicht allein.

[1511] Anhang_Transkript_Welle_2_Fragebogenitem „Technische Konvergenz 4“ – additiv (in Ableitung aus Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 3“)

5.2.3.2 Wirtschaftliche Konvergenz

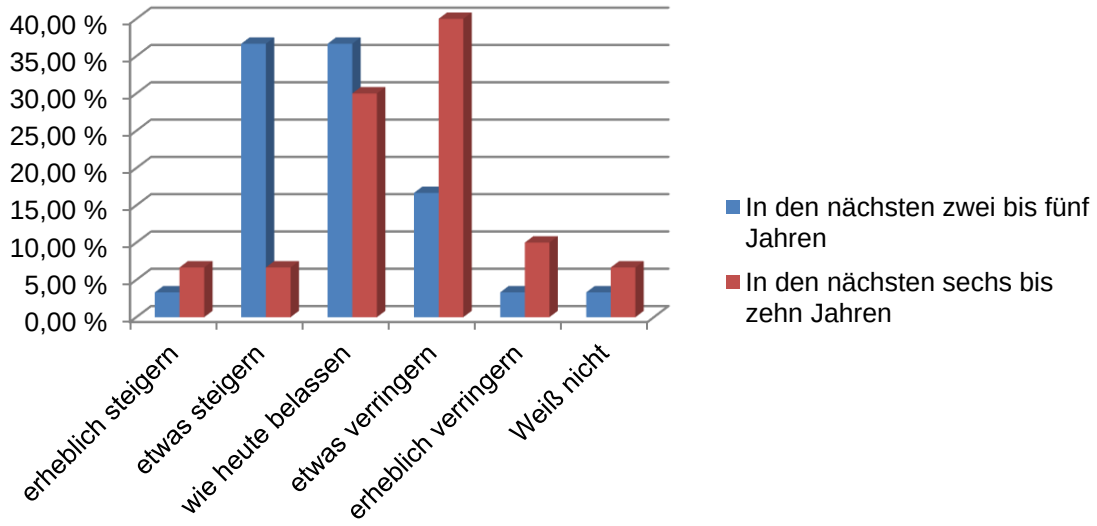
Erkenntnisinteresse der Vorrunde hier:

Einsparpotentiale vs. „Qualitäts“-versprechen der Öffentlich-Rechtlichen vs. Kopplung an gesellschaftliche oder gesellschaftsanteilige Finanzierungsmodelle etc.

Medienkonvergenz galt wie im Theorieteil extrapoliert nicht wenigen Medienmachenden als Option, Synergien zu schöpfen, um Kosten zu kappen. Eingelöst befinden Studien dies bedingt bis gar nicht.[1512] Die Experten in der Vorrunde setzen ebenfalls ein Fragezeichen an diese Stelle. *Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“* prüft Meinungen zu finanziellen Bewegtheiten in konvergierenden öffentlich-rechtlichen Medienwelten generell ab. Folgeitems werden spezifieren.

6(W1). Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten im öffentlich-rechtlichen Segment…

Abb. Delphi_Auswertung_6: Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten… (n=30)



Item	erheblich steigern	etwas steigern	wie heute belassen	etwas verringern	erheblich verringern	Weiß nicht
In den nächsten zwei bis fünf Jahren	3,33 %	36,67 %	36,67 %	16,67 %	3,33 %	3,33 %
In den nächsten sechs bis zehn Jahren	6,67 %	6,67 %	30,00 %	40,00 %	10,00 %	6,67 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Das Sample sieht in den nächsten zwei bis fünf Jahren eine dezente (36,67 Prozent) Steigerung bis Beibehaltung (36,67 Prozent) der Produktionskosten. Einige Einsparungen setzen 16,67 Prozent als wahrscheinlich an. Für den späteren Abschnitt

[1512] Vgl. Kapitel 2.2.4.2

von sechs bis zehn Jahren messen die Experten konvergenten Entwicklungen eine leichte Verringerung (40,00 Prozent) zu. 30,00 Prozent sind aber auch der Ansicht, es werde sich innerhalb einer Dekade kaum in die eine oder andere Bilanzrichtung verschieben.

Die Gründe für diese Einschätzungen lassen sich nach wenigen Themen ordnen. Mehrausgaben erst, um danach ein moderates Niveau zu erreichen, erklären Probanden mit „*Anschubfinanzierung beim Einstieg in neue Felder*“[1513], „*Getting into new technologies*“[1514], „*Forming of new infrastructure*“[1515], „*Adding of platforms*“[1516] oder dem „*Aufbau neuer Produkte*“[1517]. Zusammenfassend spricht ein Teilnehmer von einer „*Etablierungsphase auf der Suche nach Synergien*“[1518].

Letzteren schreiben andere nicht per se kostensenkende Effekte zu. „*Weniger Personal in Technik und Redaktion, gleichzeitig steigender Output*“[1519], setzt eine Stimme Einsparungen hier steigende Zahlen dort entgegen. „*Einerseits werden Produktionsbedingungen günstiger (automatisierte Studios...) andererseits werden die Ausspielwege täglich mehr und die technischen Equipments müssen häufiger erneuert werden (technische Entwicklungssprünge)*“[1520], unternimmt ein Experte ähnliche Berechnungen. „*Technische Entwicklung und wirtschaftliche Notwendigkeiten*“[1521] seien zusammen zu denken. Weder große Spar- noch Kostensprünge seien zu erwarten. Auf dieser Linie liegen Argumente, welche die Besonderheit öffentlich-rechtlicher Unternehmen ob ihrer Finanzierung und Verpflichtung zur Verwendung jener Gelder bekräftigen. „*Keine zu erwartenden Mehreinnahmen*“[1522], bescheidet ein Partizipierender und stellt große mutige Investitionen, wie sie Privatanbieter im Auge vollen Risikos womöglich tätigen könnten, für Öffentlich-Rechtliche außer Reichweite. Der schmale Grad an ökonomischer Einsatzbereitschaft findet sich abermals pointiert, wenn ein weiterer Experte „*komplexe Produktions-, Handling- und Vertriebsbedingungen*“[1523] anführt. Rasches Agieren und Reagieren im Sinne eines Umstrukturierens, Kürzens, Andersinvestierens ist damit erheblich limitiert. Einzelpositi-

[1513] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1514] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1515] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1516] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1517] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1518] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1519] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1520] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1521] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1522] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1523] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“

onen seien es schon, merken andere an, die Budgets bis Ende der erhobenen Dekade entlasten könnten. Der häufig genannte Faktor ist „Personal“: „*Personalkosten werden sinken (Altverträge gehen bzw. erreichen Rente)*“[1524]. „*Großgeräte, d.h. personalintensive Produktionsmittel werden ersetzt durch einfach handhabbare, leistungsfähige Digitalprodukte*“[1525], was wiederum Stellen streichbar mache.

These 6: „Wirtschaftliche Konvergenz“

Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten im öffentlich-rechtlichen Segment in den kommenden zwei bis fünf Jahren leicht steigern oder wie heute belassen, in den nächsten sechs bis zehn Jahren aber eher verringern. Anschubfinanzierung, Neuaufstellung, Veränderung der Produkt- und Plattformportfolios sowie technische Anschaffungen schlagen jetzt zu Buche, lösen sich aber bis Ende der erhobenen Dekade in weniger Mittelaufwand ein.

Die betonte Determiniertheit öffentlich-rechtlichen Wirtschaftens, beispielsweise über gesetzte Finanzierungsschemata und festgelegte Felder des Mitteleinsatzes, läßt ein Nachfassen angezeigt sein. Viele Experten im Sample vermuten keine erheblichen pekuniären Steigerungen oder Verringerungen. Zugleich aber seien innerbetriebliche und produktbetreffende Veränderungen im Zuge medienkonvergenter Prozesse zu bewerkstelligen. Es müssen also Umschichtungen stattfinden. Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“ hakt zu Präferenzen in der Investition nach.

Die von den Experten aufgeworfenen Etatvorschläge lassen sich rekapitulieren als „Bewährtes bewahren, Neues wagen“ oder wie Panelstimmen es formulieren: „*Keeping track with innovations; Maintaining existing formats and services*.“[1526] – „*Neue Plattformen betreten, alte und bewährte behalten*.“[1527] Das Hergebrachte, welches es zu stützen gelte, ist in den Antworten überschaubar. Inhaltliche Verlässlichkeit in Nähe zum Publikum als eher abstrakter Wert wird als nach wie vor finanzierenswert etikettiert: „*Inhalte. Journalismus, von Menschen für Menschen. Damit verbunden: Regionale Strukturen.*“[1528] Oder auch rückbezüglich eines Programmauftrages: „*So weitgehend wie möglich: Erstellung von Programminhalten für alle Ausspielwege.*“[1529] Mehrfach genannt sind „*Personalkosten*“ und „*Pensionsleistungen*“[1530]. Medienkonvergente Veränderungen werden nach Auffassung des Sample auch mit

[1524] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1525] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“
[1526] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1527] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1528] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1529] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1530] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“

dem Erhalt einer gewissen Personaldecke und angemessenen Arbeits- und Vertragsbedingungen einhergehen müssen.

Einig ist sich die Expertenriege im Vorantreiben „*digitaler Ausspielwege*“[1531] und der „*Entwicklung digitaler Technologien*“[1532]. Oft aufgeführt werden als Exempel „*Apps, Mobile TV, Smart TV*“[1533] sowie generell mobile Anwendungen. Etliche der Antworten sehen Bemühungen in der – technisch neu oder auspielwegsalternativ – konzipierten Stärkung von Kernkompetenzen voraus. „*News-Produktion, Live-Elemente, Übertragung großer Events*“[1534] sucht Alleinstellungsmerkmale in der Publikumswahrnehmung zu verankern. „*Entwicklung neuer Marken und Formate (Apps, Mediathek, ‘funk’ bei BR)*“[1535], lautet eine Annahme, die wie einige den Impetus der Öffentlich-Rechtlichen darin antizipiert, selber Moden anzustoßen, statt einem sich konvergent entwickelnden medialen Marktumfeld hinterherzulaufen. „*Design of new content*“[1536] oder „*Getting their content to new platforms, experimenting with ways of distribution*“[1537], stecken Experten als progressive Areale aus, auf die Öffentlich-Rechtliche künftige Investitionen setzen. „*Online-Only-Angebote*“[1538] sind als Ziel avisiert.

Neben diesen rezeptionsgerichteten Bereichen besprechen einige Vorhersagen infrastrukturelle Aufwendungen. Die mehrmediale Ausbildung der Mitarbeitenden ist angeführt, „*Softwareentwicklung für neue Produkte*“[1539] steht neben solcher – und multipel genannter – für redaktionelle „*Content-management-systems*“[1540]. „*Automatisierung*“[1541] deutet indirekt an, wo das folgende Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1c“ vor allem Einsparpotentiale sehen wird.

Drei Viertel der Probanden erwarten Kürzungen im Sektor Personal, wobei journalistische und technische Mitarbeiter vor Verwaltungstätigen aufgeführt werden. Jeder zweite prognostiziert im Segment Produktion Abstriche. Die – womöglich – kostengünstigere Variante eines Outsourcings steht hier vorrangig im Raum. Auslagerungen von Fuhrpark oder Werkstätten sind nachgeordnet.

[1531] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1532] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1533] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1534] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1535] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1536] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1537] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1538] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1539] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1540] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“
[1541] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“

Programmliche Beschneidungen sehen die Experten in der „*Produktion von Filmen und Serien*“, „*Sport (weil Rechte zu teuer werden)*“, „*Nischenangeboten*“, „*Shows, sports events of medium interest*“, „*Live-Events“* oder *„Special-Interest-productions in the experimental field*“[1542]. Eine Verlagerung auf Mehrheitskompatibles bei überschaubarem Aufwand wird merklich. Inwieweit Programmaufträge das mittragen bleibt disputabel. Deren Ausrichtung scheint prüfenswert genauso im Blick auf „gesellschaftlich relevante Ereignisse“, welche den Öffentlich-Rechtlichen zu vermitteln obliegt. Einige Probanden vermuten eine sinkende Bereitschaft der Öffentlich-Rechtlichen, „ihre“ Gelder für Lizenzen und Rechte einzusetzen, etwa um große Sportereignisse live abzubilden. Gleiches perzipieren Experten bezüglich Aufwendungen, um eine höhere Qualität bei in Annäherung wohl identem Inhalt zu erreichen. „*Viele Interviews laufen über Skype oder Handy-App, Live gesendet wird per Smartphone etc*.“[1543] – damit fielen Reisekosten wie Personalkosten weg. Der Journalist nimmt keine Fahrt mehr auf sich, führt das Interview nicht mehr als persönliches Gespräch vor Ort, bereitet den nicht Beitrag – mit Hilfe technischen Personals – auf und „lässt ihn senden“. Er absolviert sämtliche dieser Schritte in Personalunion und vom Büro aus.

Heikel erscheint Partizipierenden ein massives Ansetzen der Programmschere aus Spargründen. Am Ende des Tages stattet das Publikum in einer wenn man so will Vorauszahlung die öffentlich-rechtlichen Sender – über Gebühren, Beiträge, Steuerleistungen etc. – aus, damit diese gemäß Auftrag Inhalte erstellen. Beschneidungen in diesem Segment bedrohten öffentlich-rechtliche Legitimation. Ein Experte aus der Gruppe „Redaktionsleitung/Ressortführung“ mahnt: „*Es gilt, so lange wie möglich merkbare Einsparungen am Programm zu vermeiden. Durch Synergien und kluge Planung in allen Bereichen ist vieles möglich.*“[1544] Resümierend bleibt:

[1542] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1c“
[1543] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1c“
[1544] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1c“

These 7: „Wirtschaftliche Konvergenz“

Im Ansinnen Bewährtes zu bewahren und Neues zu wagen suchen Europas öffentlich-rechtliche Anbieter etablierte Ausspielwege zu erhalten. Vehementer bemühen sie sich um den Aufbau alternativer Plattformpräsenzen und eigenständiger digitaler Markenträger. Personal- und Produktionskosten werden gesenkt, Lizenz- und Rechteankäufe verringert sowie aufwendige Eventberichterstattung (Sport, Shows etc.) und Höhenkammproduktionen (Film, experimentelles Hörspiel etc.) reduziert.

Realiter bieten oder erschöpfen sich besprochene öffentlich-rechtliche Optionen in der nüchternen Bilanz der Zuflüsse. Die Länderuntersuchungen (Kapitel 4) haben verschiedene Finanzierungslagen herausgeschält. Bei allen Rahmengebungen der EU gilt hier das Vielfaltskonzept. *Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 2“* erkundet dennoch einen potentiellen nivellierten gesamteuropäischen Weg.

Gebühren und Haushaltsabgaben halten die meisten für die zukünftig wahrscheinlichste Form. Eine Bindung an Geräte finden viele überkommen. Indes führen Experten Möglichkeiten ins Feld, die mehr kommerzielle Zugewinne forcieren, um eine Wettbewerbsfähigkeit zu erlauben. Um Letztere zu erhalten sehen andere Probanden staatliche und überstaatliche Organe in der Pflicht: „*Unfortunately, I only see the opportunity to cover the costs and fund the public providing from state and EU-based resources.*“[1545] Als Prognosen finden sich produktbezogene staatlich subventionierte wie Crowdfunding-Schemata: „*I believe that the ‘fee based economy’ of public producers will collapse soon and will be replaced by a system of project funding from state funds based on public competition*.“[1546] Eine weitere parallel zu setzende Einschätzung geht dahin:

> „*Neben der klassischen Mischfinanzierung aus Gebühren bzw. Steuern und aus Werbung werden vermutlich neuere Finanzierungsmodelle wie z.B. crowdfunding oder andere Social-Media-Einnahmequellen eine Rolle spielen. Konträr dazu zeichnet sich in einigen europäischen Ländern ein Gegentrend zurück zum regierungsnahen und regierungsfinanzierten Staatsfernsehen ab*.“[1547]

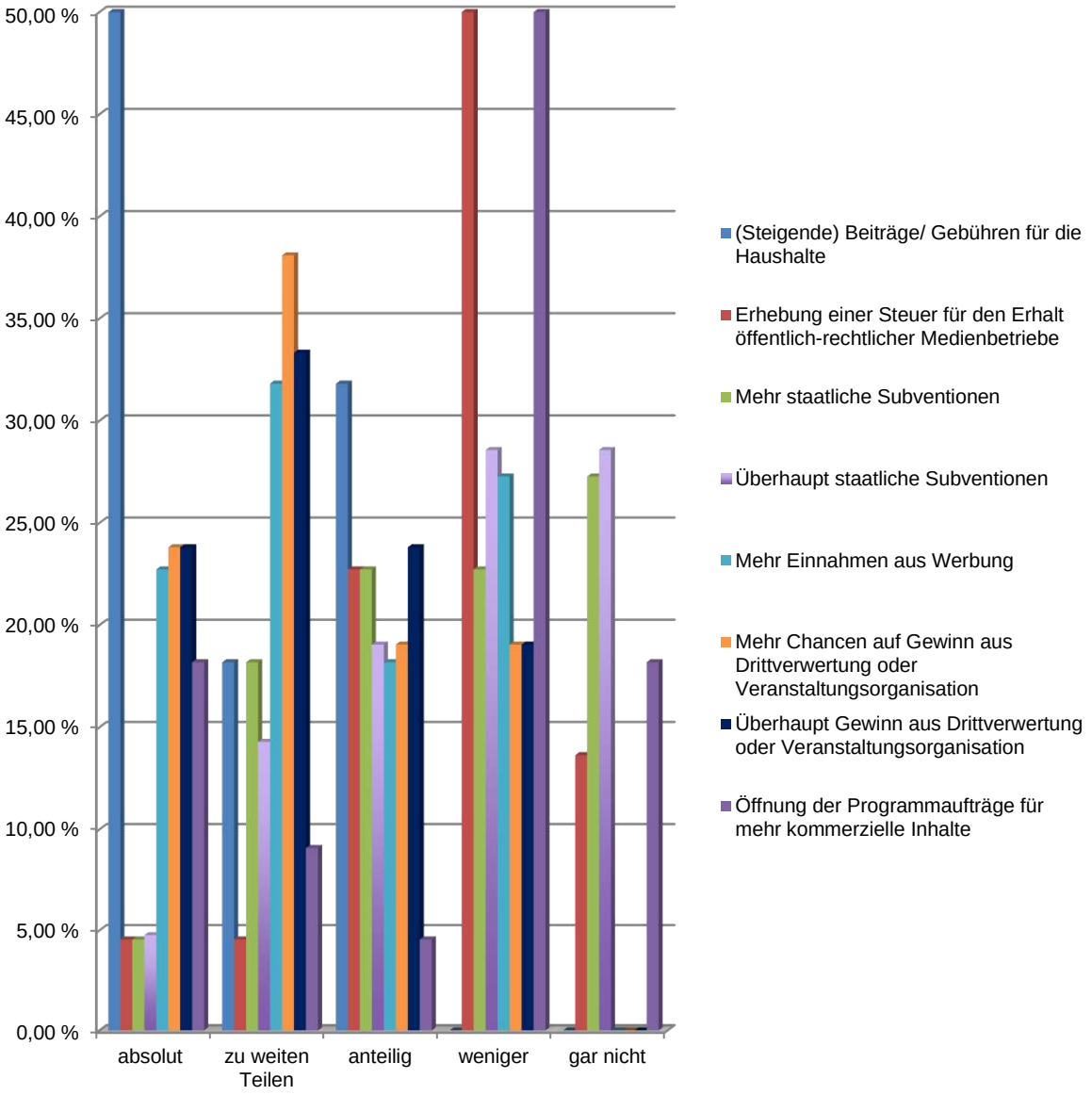
Solche alternativen Vorschläge aus Welle 1 bewegen dazu, Welle 2 erneut für die Thematik zu öffnen. Grundsätzlich lässt sich streiten, ob europaweit „eine“ Finanzierungsform imaginierbar ist. Als Gedankenexperiment ist die Überlegung, was – wenn – die praktikabelste und suffizienteste wäre, durchaus angezeigt. Vorstehende Items

[1545] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 2“
[1546] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 2“
[1547] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 2“

haben bekräftigt, dass konvergente Umsetzungen in öffentlich-rechtlichen Leitplanken unbedingt davon abhängen, wieviele Mittel zur Verfügung stehen. Wie diese ideaLiter erhoben werden – aus Sicht der Gebenden wie Nehmenden – stellt das *Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 2“* zur Disposition.

7(W2). Im Zuge konvergenter Entwicklungen und sich verändernder Medienlandschaften werden Öffentlich-Rechtliche in Europa danach streben, folgende Zuläufe ihrer Finanzierungsmodelle bei den zuständigen Stellen zu…

Abb. 7_Delphi_Auswertung: Europas Öffentlich-Rechtliche werden bezüglich ihrer Finanzierungsmodelle bei den zuständigen Stellen lobbyieren für… (n=22)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
(Steigende) Beiträge/ Gebühren für die Haushalte	50,00 %	18,18 %	31,82 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Erhebung einer Steuer für den Erhalt öffentlich-rechtlicher Medienbetriebe	4,55 %	4,55 %	22,73 %	50,00 %	13,64 %	4,55 %
Mehr staatliche Subventionen	4,55 %	18,18 %	22,73 %	22,73 %	27,27 %	4,55 %
Überhaupt staatliche Subventionen	4,76 %	14,29 %	19,05 %	28,57 %	28,57 %	4,76 %
Mehr erlaubte Einnahmen aus Werbung	22,73 %	31,82 %	18,18 %	27,27 %	0,00 %	0,00 %
Mehr Chancen auf Gewinn aus Drittverwertung oder Veranstaltungsorganisation	23,81 %	38,10 %	19,05 %	19,05 %	0,00 %	0,00 %
Überhaupt Gewinn aus Drittverwertung oder Veranstaltungsorganisation	23,81 %	33,33 %	23,81 %	19,05 %	0,00 %	0,00 %
Öffnung der Programmaufträge für mehr kommerzielle Inhalte	18,18 %	9,09 %	4,55 %	50,00 %	18,18 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Welle 2 sucht über die Expertenmeinungen eventuell Zukünftiges für ganz Europa zu filtern und klopft die in Welle 1 adressierten Größen ab. Vorbehalte gegenüber einer überhaupt europaweit als Leitlinie zu etablierenden Setzung sind nach Auswertung von Welle 1 auf dem Tisch. Dennoch will Welle 2 gewichten. Das Gros spricht sich *absolut* (50,00 Prozent) dafür aus, dass es den Öffentlich-Rechtlichen darum gehen werde, Beiträge oder Haushaltsgebühren zu erhalten, wenn nicht zu erhöhen. 18,18 Prozent meinen *zu weiten Teilen*, 31,82 Prozent *anteilig*. Dergestalt bestätigen die Experten den „licence fee“ als anzunehmend gängigste Finanzierungsform in Zukunft. 50,00 Prozent befinden Steuern für den Erhalt öffentlich-rechtlicher Medienbetriebe als *weniger* angezeigt, 22,73 könnten sich das *anteilig* vorstellen. Mehr staatliche Subventionen anbelangend ist das Sample gespalten. 22,73 Prozent votieren je für *anteilig* bis *weniger*, 27,27 Prozent sind der Ansicht *gar nicht*. Entsprechend

fallen die Werte für eine Diskussion aus, welche staatliche Subventionen generell in Anschlag nimmt.

Werbung erzeigt sich als divers belegtes Element. 22,73 Prozent imaginieren *absolut*, dass Öffentlich-Rechtliche in Europa gerne auf mehr Werbung setzten. 31,82 Prozent schätzen ein Insistieren auf mehr Reklameflächen als *zu weiten Teilen* plausibel ein, 18,18 Prozent als *anteilig*. Beträchtlicher wiegen die Argumente für *Chancen auf Gewinn aus Drittverwertung und Veranstaltungsorganisation*. 23,81 Prozent sehen das *absolut* als Ziel öffentlich-rechtlicher Finanzplanung, 38,10 Prozent als zu *weiten Teilen*. Gedeckt wird das von den Werten zu einer grundsätzlichen Öffnung für diese Töpfe. Die Interpretation liegt nahe, dass sich letztere Komponenten für hier Befragte besser in öffentlich-rechtliche Verfasstheit als programmauftraglich gesetzter und publik finanzierter Aktion einweben lassen, als mehr Werbeflächen. Diese Ableitungen unterstreicht die Verteilung in der Kategorie *Öffnung der Programmaufträge für mehr kommerzielle Inhalte.* 50,00 Prozent sehen diesen Weg *weniger*, 18,18 Prozent sehen diesen Weg *gar nicht*. Andere 18,18 Prozent halten ein *absolut* dagegen. Gefragt war nach den Richtungsbemühungen Öffentlich-Rechtlicher selbst, als These ist abzutragen:

These 8: „Wirtschaftliche Konvergenz“

Europas Öffentlich-Rechtliche finden ihre Finanzierung über Beiträge oder gerätegebundene Gebühren. Eine geringe Ausdehnung werblicher Erträge ist anzunehmen. Eher ist mit Gewinnen aus Drittverwertungen oder Veranstaltungseinnahmen zu rechnen. Staatliche Subventionen bleiben kontrovers diskutiert. Eine ausgewiesene Steuer werden Öffentlich-Rechtliche nicht für sich reklamieren.

5.2.3.3 Inhaltliche Konvergenz

Erkenntnisinteresse der Vorrunde hier:

Mediengattungsspezifika vs. Content-geleitete Distribution unter Einebnung etwaiger Ausspielwegwesenheiten vs. Plattformpluralismus etc.

Inhaltliche Konvergenz hat sich in der Literaturbetrachtung wie in der Vorrunde dieser Arbeit als häufig angeführter, nichtsdestoweniger kaum konkret erfasster Faktor erwiesen. Bereits Referiertes aus Welle 1 setzt diesen Bereich im Vergleich zu anderen Konvergenzarealen in der Wichtigkeit zurück. Bemerkenswert ist hier eine breite Streuung der Einschätzungen, was nahelegt, dass sich just dieses Phänomen

schwer greifen und damit strategisch operationalisieren lässt. Die in den Leitfadengesprächen berichteten – versuchsweisen bis schon in Implementierung befindlichen – Neuausrichtungen organisationaler respektive redaktioneller Zuschnitte an Content-Bezugspunkten hebt *Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“* in die Diskussion. Schaut man auf genannte Gründe für die Einschätzung wähnt man für die Häufigkeitsverteilungen ein klares Bild:

> *„Zunehmende Zahl an Ausspielwegen fordert eine Reaktion. Stärkung inhaltlicher Kompetenzen und gezielte, koordinierte Absprache, welche Inhalte auf welchen Ausspielwegen am besten passen. Mein Sender hat sich 2011 auf den Weg gemacht, sich nach Themen aufzustellen. Selbstverständlich muss es bei neu aufkommenden Themen auch ggf. neue, diese bearbeitende, Organisationsformen geben.“*[1548]

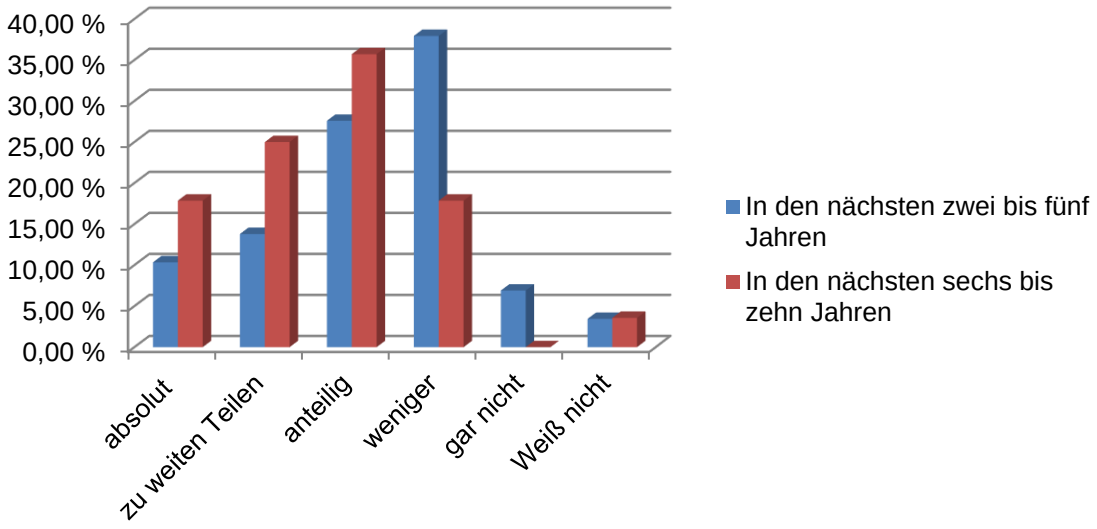
> *„Wir machen das.“*[1549]

> *„Die Entwicklung (geht, Anm. d. Verf.) hin zu Medienhäusern, die Inhalte auf vielen Ausspielwegen an das Publikum bringen wollen.“*[1550]

De facto sehen die Zahlenwerte bedingt so eindeutig in abgetragene Richtung aus.

8(W1). Europas Öffentlich-Rechtliche richten ihre Redaktions- und Ressortgrenzen an inhaltlichen Markern aus…

Abb. 8_Delphi_Auswertung: Ausrichtung an inhaltlichen Markern… (n=30)



[1548] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“
[1549] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“
[1550] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“

Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
In den nächsten zwei bis fünf Jahren	10,34 %	13,79 %	27,59 %	37,93 %	6,90 %	3,45 %
In den nächsten sechs bis zehn Jahren	17,86 %	25,00 %	35,71 %	17,86 %	0,00 %	3,57 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

In den nächsten zwei bis fünf Jahren hält die Mehrheit der Befragten (37,93 Prozent) eine inhaltliche Ausrichtung von Redaktions- und Ressortgrenzen noch für *weniger* wahrscheinlich. 27,59 Prozent gehen von *anteiligen* Umstrukturierungen dahin aus, 10,34 Prozent *absolut*, 13,79 Prozent *zu weiten Teilen*. 6,90 Prozent sehen eine derartige Entwicklung in näherer Zukunft nicht.

Die weitere Zeitspanne von sechs bis zehn Jahren hingegen hält eine inhaltliche Absteckung der Departments über ehemals definite Mediengattungsgrenzen hinweg für mehrheitlich *anteilig* möglich (35,71 Prozent). 25,00 Prozent *zu weiten Teilen*, 17,86 Prozent zeichnen öffentlich-rechtliche Häuser am Ende der Dekade *absolut* so aufgestellt. Ein verzögerndes Element ist augenfällig, was ein Proband als „*Innovationsfeindliche Unternehmenskultur*“[1551] benennt, ein anderer als bestehende „*Struktur*“[1552]. Diese Hinweise unterstreichen im Laufe der Studie wiederholt eingebrachte Beobachtungen von der Schwerfälligkeit öffentlich-rechtlicher Organe. Die Vorrunde hat darüber hinaus Gedanken aufgeworfen, die einer rein inhaltlichen Synchronisierung redaktioneller Arbeitsabläufe kritisch begegnen. Eventuell ergeben sich daraus genauso Gründe einer verlangsamten – oder überdachten – Umsetzung Content-begründeter Synergiebildung. Anhand folgenden Alltagsszenarios will *Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“* Präzisierung schaffen.

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“:

9(W1). Im redaktionellen Zusammenwachsen von Hörfunk, Fernsehen und Online setzen etliche öffentlich-rechtliche Veranstalter in Europa auf die Einrichtung inhaltlicher Koordinationsstellen. Diese sollen Aufträge über alle Ausspielwege des Hauses hinweg bündeln und zentral an Autorinnen und Autoren verteilen. Was bedeuten solche Maßnahmen aus Ihrer Sicht für künftige inhaltliche Meinungspluralität?

Die Stellungnahmen der Probanden zerfallen in Pro und Contra, wobei nicht selten beide Pole gesehen werden als „*Chance und Gefahr. Chance: Teams bringen verschiedene Perspektiven in Themenfindung und Produktionsprozesse ein. Gefahr:*

[1551] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“
[1552] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“

Wenn politische Einflussnahme vorhanden ist, ist dies leichter, wenn Einfluss auf zentrale Instanzen ausgeübt wird; Beispiel für diese Debatte: ORF."[1553] Im analytischen Faktorencluster zu den jeweils als Vorteilen oder Nachteilen gewerteten Aspekten lassen sich besonders Beweisführungen anhand öffentlich-rechtlicher Wertekanonisierung herausschälen.

Ein solcher Bezugspunkt ist zuvorderst Meinungsvielfalt in der Berichterstattung. In der Etablierung inhaltlicher Koordinationsstellen liege eine Entwicklung zu „*weniger Pluralität, weil weniger Diskussionen geführt werden*"[1554], reklamiert ein Experte und folgert: „*Trennung der Redaktionen hat per se zu Pluralität geführt. Zusammenführung von Redaktionen führt in die andere Richtung.*"[1555] „*I am afraid that the plurality of opinions will have no place in future and public producers will be forced to accept the reality of restricted plurality*"[1556], findet diese Ansicht Unterstützung. „*Economically it might make sense, in terms of pluralism I would be alarmed*"[1557], auf dem Spiel stünden weitere öffentlich-rechtliche Gradmesser eigenen Tuns: „*Editorial independence*" [1558] sowie „*credibility, openness, true justice, accountability*" [1559]. Mehrheitlich geht angesichts benannter Fußangeln die Überlegung dahin: „*Plurality of opinion is always a value to consider high and to secure with implementing specific components of exchange and consideration in the editorial system.*"[1560] Trotz synergetischen Vorgehens, Meinungsaustausch zuzulassen, um Polyperspektivierung in der Produktionskette der Berichterstattung installiert zu halten, ist den Experten hervorzuheben:

> „*Centralization always leads to cuts in plurality in opinion. The question is how can a system guarantee certain elements of quality control – in a sense of plurality – by its structure or routine?*"[1561]

> „*I see a high danger in putting too much power into the hands of one person deciding on the topic, selecting another one to deliver the product and give feedback on it. Nevertheless, this might be escaped by a company culture that displays a vivid discussion anyway and regardless these 'chains of delivery'*."[1562]

[1553] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1554] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1555] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1556] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1557] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1558] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1559] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1560] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1561] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1562] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"

„*Gut und richtig gemacht ermöglicht das allen Bevölkerungsgruppen Zugang zu Inhalten. Meinungspluralität ist davon komplett unabhängig. Das ist eine Frage der redaktionellen Organisation*."[1563]

Lösungsmöglichkeiten sehen die Befragten verschiedentlich:

„*Plurality of opinions can only be assured by involving bloggers, vloggers and social media 'produsers' into the content creation of public service providers. Utopia? Maybe...*"[1564]

„*Halte ich derzeit für ein Übergangsphänomen (nicht alle Mitarbeitenden sind mit den Tendenzen der Digitalisierung vertraut). Langfristig sollten solche Aufgaben von den redaktionellen Bereichsleitern in regelmäßig tagenden Gremien wahrgenommen werden. Dysfunktional für die Pluralität wären zentrale Stellen im Stab der Intendanten/Direktoren*."[1565]

„*Versuche in dieser Richtung loten momentan aus, an welcher Stelle es Expertinnen und Experten im Thema braucht, um eben jenes vorzubereiten und aufzubereiten und wo eine Koordinationsstelle übergreifend an Autorinnen und Autoren in einem Pool verteilen könnte... Ressortjournalismus vs. respektive neben Massenwelle.*"[1566]

Mannigfache Bemühungen gehen in ein Konvergenzfeld, das in seiner Bedeutung gemessen an anderen als quantitativ so nach hinten gewertet wird.[1567] Allein bezüglich einer als Wert zu wahrenden Binnenpluralität – ob sich diese nach außen übersetzt, ist hier noch nicht angedacht – erweckt *Inhaltliche Konvergenz* in ihrer praktischen Umsetzung reichlich Dispute. „*Gefahr besteht, dass einzelne Ideen auf der Strecke bleiben und nicht zu Wort kommen, weil eben nur eine Koordinationsstelle – diese Woche – bestimmt. Diese Linie würde wohl eventuelle eh schon bestehende 'Hauslinien' verstärken*"[1568], gibt ein Proband zu bedenken. Diese mehr oder weniger erkennbar oder verpflichtend ausgegebenen „Hauslinien" sehen mehrere über zentrale Content-Koordinatoren verstärkt. Letztere seien „*ohne innere Pressefreiheit und institutionelle Vorkehrungen zur Vielfaltssicherung problematisch*"[1569] zu bewerten. „*Das ist vermutlich themenabhängig. In den Bereichen der politischen und wirtschaftlichen Berichterstattung sowie der klassischen Auslandsberichterstattung erscheint mir künftig das Einschränkungspotenzial inhaltlichen Meinungspluralismus als sehr*

[1563] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1564] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1565] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1566] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1567] Vgl. Kapitel 6.2.2 und 6.2.3
[1568] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"
[1569] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2"

hoch.“[1570] – „*This probably depends on the departments involved – politics, economics might be more ‘endangered’ than sports*“[1571], wird inhaltliche Konvergenz zum öffentlich-rechtlichen Binnenpolitikum.

> „*Zentralisierte Multimedia-Redaktionen und zielgruppenspezifische Channels lassen sich nur sehr schwer vereinbaren. Genau in diesem Spannungsfeld bewegen sich derzeit die unterschiedlichen Strategien der verschiedenen öffentlich-rechtlichen Anstalten. Derzeit gibt es jedoch noch kaum überzeugende Konzepte, die diesen Widerspruch überwinden. Effiziente Organisationsstrukturen zu entwickeln, die trotzdem Multimedialität, zielgruppenspezifische Content-Aufbereitung und Meinungspluralität gewährleisten, ist eine der größten Herausforderungen für öffentlich-rechtliche, als auch private (traditionelle) Medienhäuser. Sollte sich die reine Zentralisierung durchsetzen, führt dies jedoch unweigerlich zum Verlust von Meinungspluralität.“* [1572]

> „*Wenn gute Journalisten gute Arbeit machen, die Vorteile überwiegen: Koordination kann dafür sorgen, dass X Autoren das Thema nicht aus der selben Perspektive in ähnlicher Machart beleuchten, sondern dass sie unterschiedliche Aspekte beleuchten. So kann tatsächlich ein umfassenderes Meinungsbild abgebildet werden. Koordinationsstellen – sind im Journalismus auch nichts Neues: letztlich ist jede Konferenz eine Koordinationsstelle. Schwierig würde es aus meiner Sicht, wenn bestimmte Perspektiven von Koordinationsstellen ohne erkennbare Begründung von vorneherein abgelehnt werden: Wenn Journalisten aber einen guten Job machen (saubere journalistische Arbeit heißt, die verschiedenen Perspektiven einzunehmen und zu Wort kommen zu lassen), dann ist dieses Risiko aber auch nicht höher als es heute ist*.“[1573]

> „*Eine bessere und abgestimmte Organisation z.B. von Drehs bedeutet kein ‘Einerlei’ in der Berichterstattung oder gar mangelnde Pluralität. Nur weil Redaktionen etwa auf die gleichen O-Töne zurückgreifen, heißt es nicht, dass deshalb auch die inhaltliche Ausrichtung die gleiche ist.“*[1574]

So hintereinander gestellt ist evident, für wie neuralgisch Inhalt in seiner Qualität als pluralistisch, ausgewogen, geprüft für öffentlich-rechtliche Veranstalter in konvergenten Umwelten angesetzt wird. Die inhaltskonvergente Außenperspektivierung geht häufig in Näherungen über die im Panel wesentlich angenommenen Bereiche technische und Nutzungskonvergenz auf. Binnengewandt offenbart sich aber über inhaltliche Konvergenzüberlegungen eine Wertedebatte darüber, was öffentlich-rechtliche Berichterstattung ausmachen kann, soll und muss. Auf diesen Gesichtspunkt kommen folgende Items im Fragebogen zurück. Hier bleibt festzuhalten: Einer

[1570] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“
[1571] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“
[1572] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“
[1573] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“
[1574] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“

synergetisch vor allem begründeten inhaltlichen Zusammenlegung multimedialer Bereiche zu thematischen Rubriken wird von der Majorität der Befragten das Wort geredet. Als Erschwernisse prangern viele öffentlich-rechtliche – starre – Strukturen an. Die Konzentration auf die Genese der Berichterstattung oder gemeinhin die Content-Produktion eröffnet ideellere Ebenen:

These 9: „Inhaltliche Konvergenz“

Öffentlich-rechtliche Organisationen in Europa werden in der kommenden Dekade ihre mehrmedialen Ressort- und Redaktionszuschnitte über inhaltliche Parameter bestimmen. Angelegentlich wird dabei die Gewährleistung von Binnenpluralismus zur Sicherung der Meinungsvielfalt in Themenfindung und Berichterstattung sein.

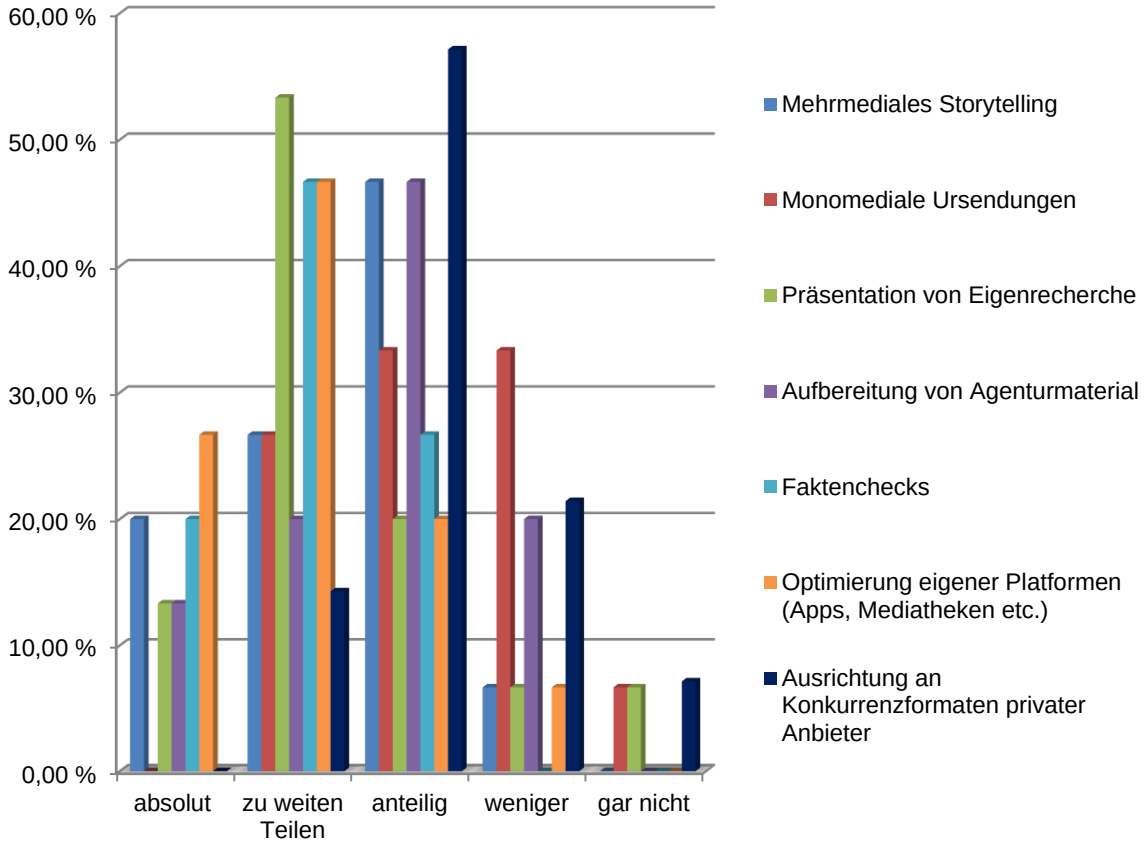
Somit ist fürderhin zu trennen in „Inhalt“ als basale Informationsmasse, welcher eine mediale Gestalt und Verbreitung zu geben ist, wie *Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 3“* sie gleich auffächert, und „Inhalt“ als „Gehalt“ im Sinne direkt und indirekt transportierter Wertigkeiten, Ansprüche, Qualitätsmarker wie *Fragebogenitem „USP Öffentlich-Rechtlich 1a“* abklopft. Letztgenannte Implikationen schwingen in der Idee einer „Informationsmasse“ mit, sind aber nicht zwingend für eine wie auch immer gewählte Formgebung oder Art des Ausspielwegs.

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 3“ nimmt in Ableitung aus der Literaturrecherche wie in Abgleich der Vorrundenergebnisse damit eine Sortierung hervorstechender inhaltlicher Formate im weiteren Sinne vor. Die Item-Formulierung setzt auf antipodische Ausprägungen, um klar zu ziehen, ob es jeweils eine Ausrichtung geben wird oder die Experten mit Spagaten zu rechnen geben.

10a(W1). Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden ihre inhaltlichen Formate dahin gehend schärfen…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 9a_Delphi_Auswertung: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=30)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Mehrmediales Storytelling	10,00 %	20,00 %	40,00 %	30,00 %	0,00 %	0,00 %
Monomediale Ursendungen	33,33 %	20,00 %	26,67 %	16,67 %	3,33 %	0,00 %
Präsentation von Eigenrecherche	10,00 %	46,67 %	36,67 %	3,33 %	3,33 %	0,00 %
Aufbereitung von Agenturmaterial	10,00 %	26,67 %	46,67 %	16,67 %	0,00 %	0,00 %
Faktenchecks	10,00 %	26,67 %	33,33 %	26,67 %	0,00 %	3,33 %
Optimierung eigener Platformen (Apps, Mediatheken etc.)	13,33 %	30,00 %	26,67 %	26,67 %	3,33 %	0,00 %
Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter	0,00 %	15,00 %	45,00 %	35,00 %	5,00 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Multimediales Storytelling nehmen die Experten in den kommenden zwei bis fünf Jahren nicht als charakteristischste Größe unter den Kategorien an. 40,00 Prozent sprechen von *anteiliger* Entwicklung dahin, 30,00 Prozent glauben *weniger* daran, dass sich konzertierte Inhaltsaufbereitung eines Themas über mehrere mediale Formen und Formate durchsetzt. Im Rang eines Projektstatus trauen 10,00 Prozent dieser Gestaltungsart *absolut* Potential zu. 20,00 Prozent wähnen diesen Weg in den

nächsten Jahren als *zu weiten Teilen* beschritten. Ebensoviele sind der Meinung, dass sich monomediale Ursendungen *zu weiten Teilen* behaupten werden. Hingegen werten 33,33 Prozent als *absolut,* dass die Konzeption und Umsetzung für einen medialen Ur- oder Mutterträger die Herangehensweise sein wird. Im Prinzip entspricht das Etabliertem und trifft eine schon eingeführte Argumentationslinie, dass neue Mediengattungen oder Medienzuschnitte alte nicht vollends verdrängen werden. Hörspiel und Spielfilm sind in ihren überlappenden Teilmengen begrenzt. Konvergenz der Inhalte meint nicht automatisch das Verschwimmen aller Formate und letztlich deren spezifischer Dramaturgien oder Narrativik. Dies gilt in den beiden besprochenen Kategorien besonders für das sogenannte „Künstlerische Wort".

Das „Aktuelle Wort" stellt weniger auf Einzelwerke von mitunter Repertoirecharakter ab, sondern avisiert eine Berichterstattung in Fortschreibung flexibel über alle Ausspieloptionen. Somit gelten andere inhaltliche Indikatoren als bedenkenswert. 46,67 Prozent rücken in der nahen Zukunft die *Präsentation von Eigenrecherche zu weiten Teilen*, 10,00 Prozent *absolut* in den Vordergrund. 36,67 Prozent gehen *anteilig* davon aus, dass öffentlich-rechtliche Journalisten selbst gesammelte Informationen veröffentlichen. *Aufbereitung von Agenturmaterial* beurteilen 10,00 Prozent als *absolut* gängig, 26,67 Prozent *zu weiten Teilen* als Prozedere öffentlich-rechtlicher Nachrichtengenese, 46,67 Prozent *anteilig*. In der Expertenmeinung liegt das Vorgehen der öffentlich-rechtlichen Anbieter in einem Doppelschritt: Exklusive Momente und eigengeprüfte Inhalte sollen präsentiert werden. Materialien aus Agenturbezug unterfüttern nicht unerheblich die Berichterstattung. Letzteres gewinnt für einen Standort wie Ungarn spezielles Gewicht. Dort firmiert die marktbeherrschende Nachrichtenagentur unter öffentlich-rechtlichem Dach.

Das jüngst als Formatvariante avancierte „Fakten-Checking"[1575] nehmen die Probanden als unterschiedlich bedeutsam. Die Mehrheit (33,33 Prozent) glaubt in den kommenden Jahren öffentlich-rechtliche Inhalte *anteilig* so aufbereitet. 26,67 Prozent gehen jeweils *zu weiten Teilen* oder *weniger* davon aus. Ob sich ein derartiges Element oft angelehnt an datenjournalistische Darstellungen durchsetzen kann, scheint im angesprochenen Zeitintervall zu erproben.

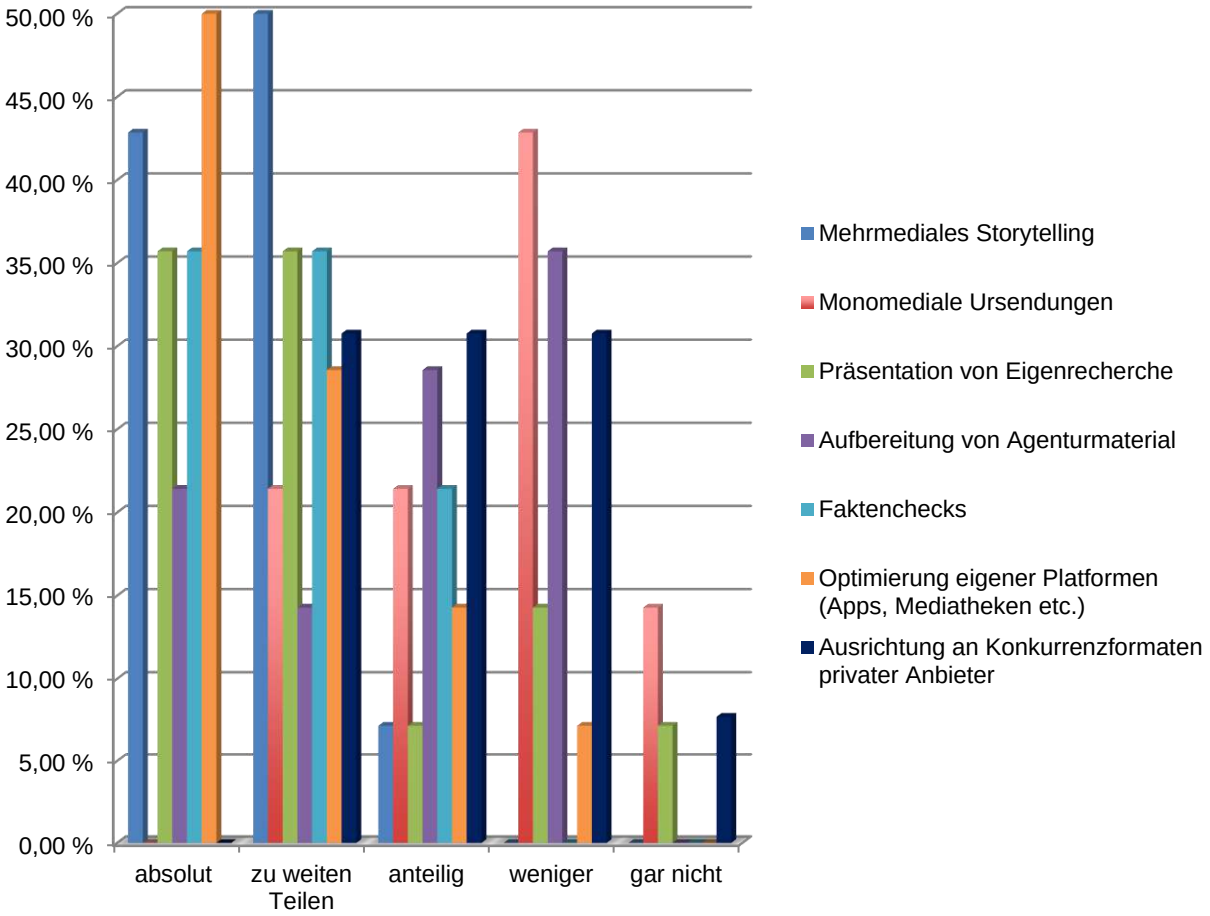
Größte Dissionanz herrscht im Panel ob der *Optimierung eigener Plattformen (Apps, Mediatheken etc.).* In den kommenden zwei bis fünf Jahren vermuten 13,33

Prozent darin *absolut* Wege des Öffentlich-Rechtlichen, 30,00 Prozent *zu weiten Teilen*, 26,67 Prozent jeweils *anteilig* oder *weniger*. Gerade in diesem Segment spielt der Faktor „Zeit“ eine elementare Rolle. Anzunehmen kalkulieren Experten in die technische Entwicklung solcher neuen öffentlich-rechtlichen Produkte und nicht weniger aufwendig deren juristischer Abklärung vor Start temporäre Puffer ein. Analoges mag für eine *Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter* am Markt gelten. 45,00 Prozent der Befragten werten ein entsprechendes Vorgehen als *anteilig*, 35,00 Prozent als *weniger* wahrscheinlich bezogen auf die nächsten zwei bis fünf Jahre. Bis zum Dekadenende können sich 23,81 Prozent eine Ausrichtung *zu weiten Teilen*, 28,57 Prozent *anteilig* vorstellen. Ein Schluss könnte darin liegen, dass öffentlich-rechtliche Angebote aufgrund der Vielfalt wettbewerbender Formate und Plattformen gerade im Digitalen ihre einst stabile Marktstellung einbüßen. Gegen diese und neben diesen müssen sie sich neu und anders positionieren. Bedenkenswert sind in diesem Zusammenhang öffentlich-rechtliche Auftritte auf YouTube, Facebook oder Twitter, Plattformen also, die von dritten Medienunternehmen zur Verfügung gestellt werden und eigene Zugangs-, Bestückungsbedingungen sowie Ästhetiken entwickeln, die von Nutzenden nur bedingt individualisierbar sind. Das bedeutet nicht, dass die Teilnehmenden im Panel bis zum Ende der Dekade keine – anderen – Felder öffentlich-rechtlicher Formateigeninitiative ausstecken.

10b(W1). Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden ihre inhaltlichen Formate dahin gehend schärfen…

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 9b_Delphi_Auswertung: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=30)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Mehrmediales Storytelling	24,14 %	34,48 %	27,59 %	13,79 %	0,00 %	0,00 %
Monomediale Ursendungen	34,48 %	17,24 %	20,69 %	20,69 %	6,90 %	0,00 %
Präsentation von Eigenrecherche	27,59 %	27,59 %	31,03 %	10,34 %	3,45 %	0,00 %
Aufbereitung von Agenturmaterial	20,69 %	17,24 %	34,48 %	27,59 %	0,00 %	0,00 %
Faktenchecks	17,86 %	21,43 %	32,14 %	25,00 %	0,00 %	3,57 %
Optimierung eigener Platformen (Apps, Mediatheken etc.)	24,14 %	24,14 %	37,93 %	10,34 %	3,45 %	0,00 %
Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter	0,00 %	23,81 %	28,57 %	33,33 %	14,29 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Über zehn Prozent mehr (24,14 Prozent) als für das Intervall davor sehen in den nächsten sechs bis zehn Jahren eine Schärfung öffentlich-rechtlicher Portfolios in der *Optimierung eigener Platformen*. 24,14 Prozent gehen *zu weiten Teilen*, 37,93 Prozent *anteilig* davon aus. Europas Öffentlich-Rechtliche werden sich also nicht von

bestehenden Plattformen anderer Anbieter allein abhängig machen, welche sie als Gäste – unter zahlreichen Usern – verwenden. Sie etablieren selber solche Adressen. Beachtenswert wird sein, auf welchen prominenten Fremdterrains man präsent bleiben soll, will, kann, weil man als öffentlich-rechtlicher Veranstalter beispielsweise einen Kanal wie YouTube nicht ungenutzt lassen möchte, der bereits erhebliche Publika bindet. Zum anderen ist zu überlegen, welchen Mehrwert öffentlich-rechtliche Mediatheken oder Apps generieren können.

Vergleicht man die beiden Phasen, bleiben die Befunde der Experten zum *Faktencheck* nahezu konstant. Ob sich daraus eine eigenständige Gattung entwickeln kann, scheint fraglich. Die Meinungen laufen auf der Strecke zum Dekadenende stärker auseinander als auf kurze Sicht. *Absolut* nehmen 20,69 Prozent für das anschließende Intervall einen *Einbezug von Agenturmaterial*, 17,24 Prozent einen *zu weiten Teilen*. Dafür sind knapp zehn Prozent mehr als vorher gewiss, dass weniger zugekaufte Drittrecherchen Eingang finden (27,59 Prozent). Erklärungsweg könnte sein, dass Spardruck aufwendige Eigenrecherchen einschränkt. Genauso mögen Bestrebungen hinsichtlich einer Bekräftigung öffentlich-rechtlicher Legitimation initiativ Recherchiertes befördern. Hier legen die Probandenstimmen zu. 27,59 Prozent (statt vorher 10,00 Prozent) beschreiben exklusive Berichterstattung als *absolut* angebotscharakterisierend, 27,59 Prozent (statt 26,67 Prozent) *zu weiten Teilen.* Die Verschiebungen speisen sich hauptsächlich aus der Gruppe jener, die vorher *anteilig* gewählt hatten. Die Häufigkeiten reduzieren sich auf 31,03 von vorab 46,67 Prozent.

Öffentlich-rechtliche Alleinstellungsmerkmale im oben eher dem „Künstlerischen Wort“ zugeschlagenen Segment *Monomedialer Ursendungen* zu suchen, malen die Experten nicht wesentlich aus. Es finden sich geringfügig Zunahmen der Stimmen im *anteiligen* Bewertungssektor. Die Restverteilung ist konstant. Prägnanter variieren die Einschätzungen zu *Mehrmedialem Storytelling*. 24,14 Prozent (statt vorher 10,00 Prozent) setzen dies als *absolut*, 34,48 Prozent (statt vorher 20,00 Prozent) als *zu weiten Teilen* wegweisend. Dahinter steht womöglich die Vermutung, dass sich aus als Projekten begriffenen ersten Würfen Formate ableiten lassen, die perpetuierend befüllbar sein werden.

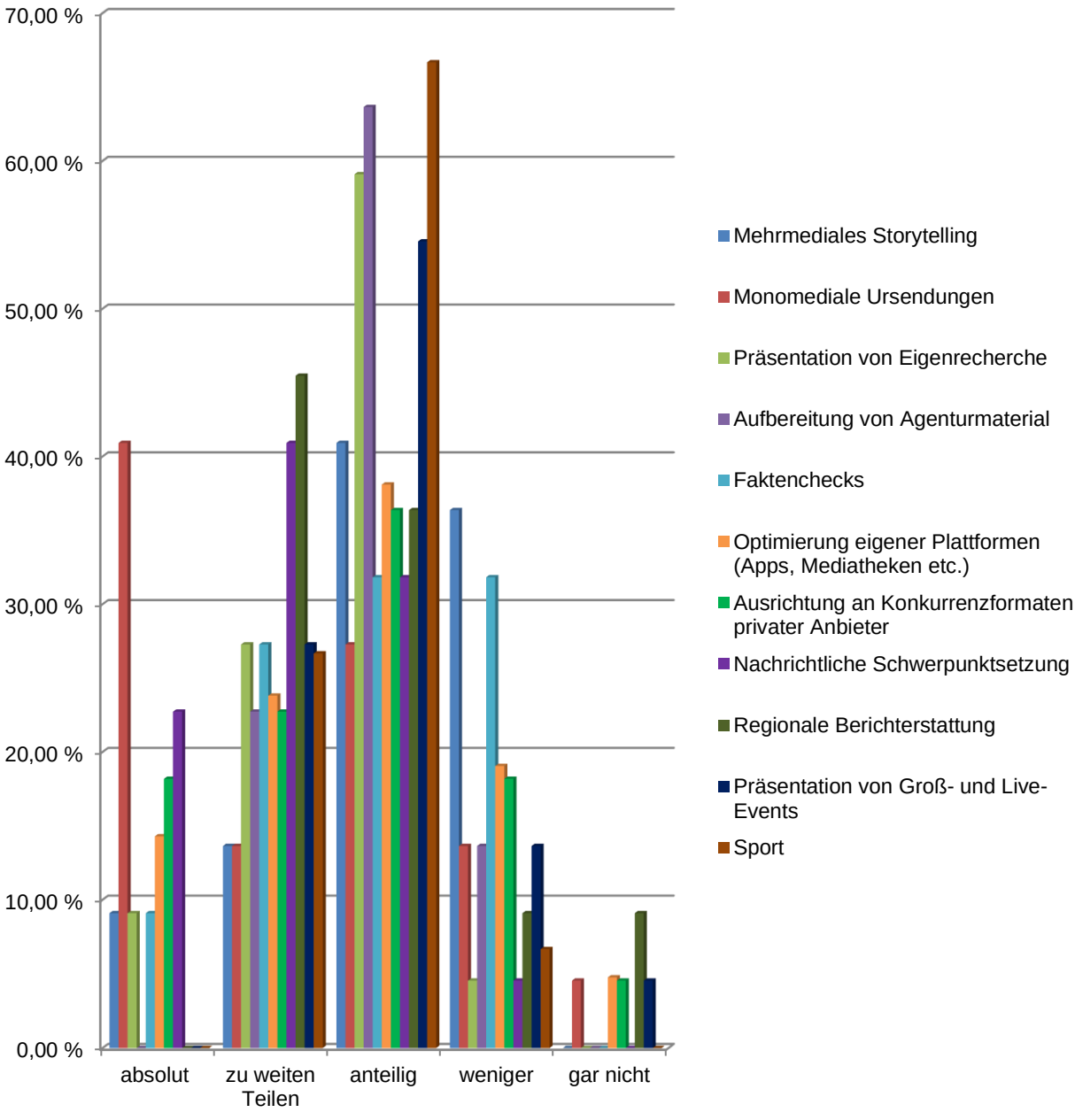
Um die in diesem Abschnitt aufgeworfenen Analyseeindrücke zu prüfen, sucht Welle 2 in *Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 3“ – modifiziert „Inhaltliche Konvergenz 3a“* Neu- oder Wiederbewertung der Befunde. Jene liegen bei der nochma-

ligen Beantwortung in Form des Feedbackbogens bei den Probanden und beeinflussen eventuell deren Nachdenken. Aus den inhaltskonvergent relevanten Aspekten, wie sie die Betrachtung technischer und wirtschaftlicher Konvergenzareale erbracht hat, sind für die zweite Fragebogenwelle vier zusätzliche Komponenten entstanden. Diese gehen nunmehr mit in die Sortierung.

4a(W2). Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden ihre inhaltlichen Formate dahin gehend schärfen…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 9c_Delphi_Auswertung: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=22)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Mehrmediales Storytelling	9,09 %	13,64 %	40,91 %	36,36 %	0,00 %	0,00 %
Monomediale Ursendungen	40,91 %	13,64 %	27,27 %	13,64 %	4,55 %	0,00 %
Präsentation von Eigenrecherche	9,09 %	27,27 %	59,09 %	4,55 %	0,00 %	0,00 %
Aufbereitung von Agenturmaterial	0,00 %	22,73 %	63,64 %	13,64 %	0,00 %	0,00 %
Faktenchecks	9,09 %	27,27 %	31,82 %	31,82 %	0,00 %	0,00 %
Optimierung eigener Plattformen (Apps, Mediatheken etc.)	14,29 %	23,81 %	38,10 %	19,05 %	4,76 %	0,00 %
Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter	18,18 %	22,73 %	36,36 %	18,18 %	4,55 %	0,00 %
Nachrichtliche Schwerpunktsetzung	22,73 %	40,91 %	31,82 %	4,55 %	0,00 %	0,00 %
Regionale Berichterstattung	0,00 %	45,45 %	36,36 %	9,09 %	9,09 %	0,00 %
Präsentation von Groß- und Live-Events	0,00 %	27,27 %	54,55 %	13,64 %	4,55 %	0,00 %
Sport	0,00 %	26,67 %	66,67 %	6,67 %	0,00 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Nach der Feedbackrunde präsentieren sich die Tendenzen in Teilen anders. *Multimediales Storytelling* findet sich nahezu konstant eingestuft für den Zeitraum der nächsten zwei bis fünf Jahre. 40,91 Prozent nehmen eine Formatschärfung dahin *anteilig* an, 36,36 Prozent *weniger*. Welle 1 sah auch die Mehrheitsmeinung so verteilt (40,00 Prozent *anteilig*, 30,00 Prozent *weniger*). Die Urteile bei den *Monomedialen Ursendungen* ziehen dagegen an. Statt 33,33 Prozent schreiben 40,91 Prozent diesem Bereich in naher Zukunft von öffentlich-rechtlichen Medienmachenden *absolut* Aufmerksamkeit zu. Bei der *Präsentation von Eigenrecherche* sind es im Vergleich zu Welle 1 überwiegend Stimmen, die eine *anteilige* Konzentration (59,09 Prozent) darauf prognostizieren. In der Vorwelle waren leicht mehr *zu weiten Teilen* (46,67 Prozent) *anteilig* (36,67 Prozent) dieses Erachtens. Deutlich spricht sich das Sample in Welle 2 für eine *anteilige* Stärkung der Kategorie *Aufbereitung von Agenturmaterial* aus. 63,64 Prozent sind es in Welle 2, in Welle 1 waren es 46,67 Prozent. Die potente Gewichtung beider Eintragsquellen als *anteilig* lässt womöglich auf eine auf Ausgewogenheit abzielende Intention der Experten schließen. Mitnichten setzt sich ein reiner Agenturjournalismus als Prognose ab. Übergewicht vermuten die Befragten aber genauso wenig auf Seiten exklusiver journalistischer Produkte.

Zu dieser Einschätzung kongruent verläuft in beiden Wellen die Bewertung der Kategorie *Faktenchecks*. 31,82 Prozent gehen *anteilig*, 31,82 Prozent *weniger* davon aus, dass Öffentlich-Rechtliche hierin in den nächsten zwei bis fünf Jahren zulegen

werden. (Welle 1 hatte mit 33,33 Prozent *anteilig* und 26,67 Prozent *weniger* ein ähnliches Bild entworfen.) Im Anschluss an die Feedbackrunde sinken die positiven Beurteilungen bezüglich der Dimension *Optimierung eigener Platformen.* 38,10 Prozent sehen *anteilig* eine zunehmende Bewegung dahin, statt vorher 26,67 Prozent. Die 30,00 Prozent-Einschätzung *zu weiten Teilen* aus Welle 1 ändert Welle 2 in nur noch 23,81 Prozent. Deutlicher in die andere Richtung wandern die Skalen für die Kategorie *Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter*. In Welle 2 sind 18,18 Prozent *absolut*, 22,73 Prozent *zu weiten Teilen* und 36,36 Prozent a*nteilig* der Auffassung, dass Europas Öffentlich-Rechtliche hierhin blicken. In Welle 1 lagen die Werte bei 45,00 Prozent *anteilig* und 35,00 Prozent *weniger*.

Es deutet sich also – einer geringeren Grundgesamtheit eingedenk – durchaus ein Wandel in den Gewichtungen an. Um diesen analytisch in den Griff zu bekommen, liegt der Schwerpunkt nicht auf den reinen Prozentwerten. Dieses Vorgehen würde verzerren. Für Welle 1 und Welle 2 sind die Bewegung über die Intervalle zu vergleichen.

Mehrmediales Storytelling erfährt wie in Welle 1 eine Zunahme im zweiten Frageschritt. 23,81 Prozent glauben *absolut*, 19,05 Prozent in *weiten Teilen* und 33,33 Prozent *anteilig*, dass bis Ende der Dekade Entwicklungen dorthin gehen. Erheblich stärker nimmt sich in Welle 2 die Bedeutung *Monomedialer Ursendungen* bis zum Dekadenende aus. 52,83 Prozent setzen das als *absolute* Richtung für öffentlich-rechtliches Formatangebot. Ableitbar ist daraus, dass es dezidierte Programmbausteine für ihre jeweiligen Muttermedien oder Schwerpunktmedien sein werden, welche Europas Öffentlich-Rechtliche konzipieren, um sie auf anderen Ausspielwegen oder Plattformen weiter zu verbreiten – in ihrer Uranlage oder adaptiert. Das grundlegend als solches initiierte *Multimediale Storytelling*, das mehrere Spielorte und Formen von vorneherein mitdenkt und in eine Gesamtdramaturgie bringt, findet in der kommenden Dekade eher eine stabile Nische.

Die in Welle 1 konstatierte *anteilige* Bekräftigung findet sich auch in Welle 2 für die Kategorien *Präsentation von Eigenrecherche* (42,86 Prozent) und *Aufbereitung von Agenturmaterial* (52,38 Prozent). Beide Bereiche sind nicht als Gegenpole zu verargumentieren. Agenturmaterial wird Eigenrecherche stützen, anschieben, beeinflussen. Eventuell zielt die im Sample vorherrschende Überzeugung dahin, dass Öffentlich-Rechtliche die Bandbreite journalistischer Quellen abschreiten werden, ohne etwa strategisch auf maßgeblich Exklusivgeschichten zu setzen.

Welle 2 findet für den Abschnitt sechs bis zehn Jahre ähnliche Gemengelagen unter der Überschrift *Faktenchecks* wie für den vorherigen. 14,29 Prozent rücken das Format *absolut* in den Fokus, 33,33 Prozent als *zu weiten Teilen*, 28,57 Prozent *anteilig*. Welle 1 hatte einen vergleichbaren Trend aufgespannt. Dies legt den Schluss nahe, dass die Experten in Faktenchecks ein Format sehen, dass sich in gewissem Rahmen Beständigkeit sichern wird. Massiv Angebotsräume wird es nicht einnehmen. Im Gegenteil wird es aber auch nicht nach einem Eingangshype rasch wieder aus den Portfolios verschwinden.

Ebenso konstant bleiben die Urteile in beiden Wellen über die zwei abgeprüften Zeitabschnitte hinweg für die Kategorie *Optimierung eigener Plattformen*. 38,10 Prozent sehen in Welle 2 *anteilig* diese Route in den kommenden sechs bis zehn Jahren eingeschlagen, 28,57 Prozent *absolut*. Die initiative Plattformengestaltung wie überhaupt deren Bereitstellung wird Europas Öffentlich-Rechtliche die Dekade überspannend beschäftigen. Darin besteht sicherlich auch die Chance, sich von in der Vorrunde angeklungenen Verbindlichkeiten oder Abhängigkeiten zu lösen, wie sie ein reines Bespielen von YouTube, Facebook, Twitter, Instagram etc. über lediglich User-Account bedeuten würde.

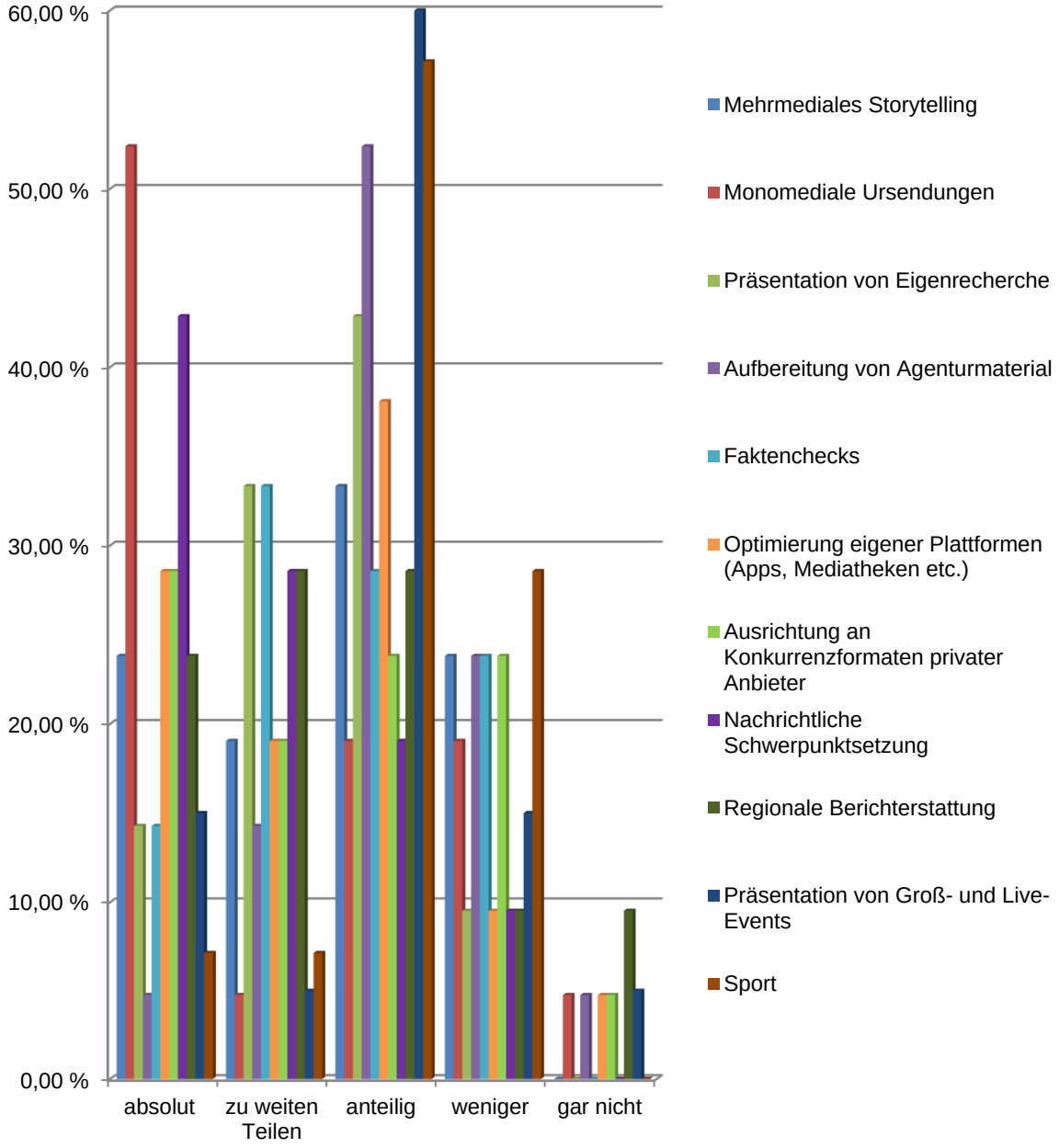
Ein Abgleich mit *Konkurrenzformaten privater Anbieter* erfährt in Welle 2 auf sechs bis zehn Jahre angenommen die signifikantesten Zustimmungswerte. 28,57 Prozent prognostizieren *absolut*, 19,05 Prozent *in weiten Teilen* und 23,18 Prozent *anteilig* ein waches Auge der öffentlich-rechtlichen Betriebe dafür, was Private über welche Zugänge anbieten. Damit spielt der Wettbewerbsfaktor in dualen Systemanlagen durchaus eine Rolle für öffentlich-rechtliche Portfoliogestaltung.

In Welle 1 haben die Probanden zusätzliche Kategorien der Formatschärfung aufgeworfen. Innerhalb derer lässt sich eine Profilierung des Öffentlich-Rechtlichen womöglich ausmachen. Welle 2 greift diese auf.

4b(W2). Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden ihre inhaltlichen Formate dahin gehend schärfen…

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 9d_Delphi_Auswertung: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=22)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Mehrmediales Storytelling	23,81 %	19,05 %	33,33 %	23,81 %	0,00 %	0,00 %
Monomediale Ursendungen	52,38 %	4,76 %	19,05 %	19,05 %	4,76 %	0,00 %
Präsentation von Eigenrecherche	14,29 %	33,33 %	42,86 %	9,52 %	0,00 %	0,00 %
Aufbereitung von Agenturmaterial	4,76 %	14,29 %	52,38 %	23,81 %	4,76 %	0,00 %

Faktenchecks	14,29 %	33,33 %	28,57 %	23,81 %	0,00 %	0,00 %
Optimierung eigener Plattformen (Apps, Mediatheken etc.)	28,57 %	19,05 %	38,10 %	9,52 %	4,76 %	0,00 %
Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter	28,57 %	19,05 %	23,81 %	23,81 %	4,76 %	0,00 %
Nachrichtliche Schwerpunktsetzung	42,86 %	28,57 %	19,05 %	9,52 %	0,00 %	0,00 %
Regionale Berichterstattung	23,81 %	28,57 %	28,57 %	9,52 %	9,52 %	0,00 %
Präsentation von Groß- und Live-Events	15,00 %	5,00 %	60,00 %	15,00 %	5,00 %	0,00 %
Sport	7,14 %	7,14 %	57,14 %	28,57 %	0,00 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Als formatbestimmend für Europas Öffentlich-Rechtliche die nächsten zwei bis fünf Jahre nennen 22,73 Prozent *absolut*, 40,91 Prozent *zu weiten Teilen* und 31,82 Prozent *anteilig* eine *Nachrichtliche Schwerpunktsetzung*. Auf sechs bis zehn Jahre sind 42,86 Prozent *absolut*, 28,57 Prozent *zu weiten Teilen* und 19,05 Prozent *anteilig* der Auffassung, dass hier eine öffentlich-rechtliche Kernkompetenz liegen wird. Dies zahlt auf später eruierte Beurteilungen zum Auf- und Ausbau eines „USP Öffentlich-Rechtlich“ und zu Punkten wahrscheinlicher Legitimierung ein.

Die in der Vorrunde genauso wie in Welle 1 angeklungene Notwendigkeit, regionale Referenzräume besonders zu berücksichtigen, erfährt in der quantitativen Draufsicht Einordnung. Auf kurze Schau wählen 45,45 Prozent derlei *zu weiten Teile*n als Relevanz-Koeffizient aus, 36,36 Prozent meinen *anteilig*. Bis Ende des Zeitraums fallen die Urteile auseinander: 23,81 Prozent setzen die Positionierung *absolut*, 28,57 Prozent *zu weiten Teilen*, 28,57 Prozent *anteilig*. In einem gemeinsamen Europa suchen Öffentlich-Rechtliche ergo nach Panelvotum ihre Inhalte erkennbar im Regionalen. Entsprechend sind es weniger die Groß- und Live-Events, welche die Experten als erste Zukunftsaufgabe sehen. 54,55 Prozent sind auf die folgenden zwei bis fünf Jahre *anteilig*, 27,27 Prozent *zu weiten Teilen* der Überzeugung, dass Öffentlich-Rechtliche hier Präsenz zeigen. Für den weiteren abzuschätzenden Zeitraum gehen die Quantitäten zurück. 60,00 Prozent sagen *anteilig*, 5,00 Prozent *zu weiten Teilen*. Ein Segment des Panels wähnt durchaus einen über diese Kategorie zu erreichenden öffentlich-rechtlichen Mehrwert oder zumindest eine Erfüllung programmauftraglicher Verpflichtungen. 15,00 Prozent setzen bis Ende der Dekade das Engagement Öffentlich-Rechtlicher in dieser Kategorie als *absolut*. Rückkoppeln lässt sich das an

Aussagen aus der Vorrunde zu den letzten „medialen Lagerfeuern“, wie sie das Öffentlich-Rechtliche noch schaffen könne. Nachgefasst auf einem Terrain, das lange als Garant jener Mediengroßereignisse galt, erfolgt Ernüchterung. *Sport* wird wie vorstehend erörtert vom Panel häufig in Zusammenhang mit dem Erwerb teurer Rechte verhandelt. Das Interesse des Publikums weitgehend als gesetzt einstufend, müssten ob der finanziellen Dimensionen Abwägungen getroffen werden. 66,67 Prozent glauben für die nächsten zwei bis fünf Jahre an eine *anteilige* Fokussierung auf sportlichen Gehalt. 26,67 Prozent an eine *zu weiten Teilen*. Die anschließende Periode nimmt nur mehr zu 57,14 Prozent *anteilig* eine Zukunftsträchtigkeit an, 28,57 Prozent plädieren für *weniger*. Aus beiden Delphi-Wellen filtert die These:

These 10: „Inhaltliche Konvergenz“

Groß- und Liveevents werden weniger im öffentlich-rechtlichen Angebot. Monomediale Ursendungen in anschließender Mehrfachverwendung nach Ausspielwegen überwiegen Ansätze mehrmedialen Storytelling. Nachrichtliche Berichterstattung und regionale Schwerpunktbildung werden öffentlich-rechtliche Formatentwicklung bestimmen. Dabei wird es weniger um Etablierung programmlicher Muster (Faktenchecks etc.) gehen, sondern eigener Plattformen.

Solcherlei – mögliche bis wahrscheinliche – Ausformungen sind nicht nur auf Seiten der Anbieter zu verorten: Sie bedürfen einer weiteren analytischen Ausleuchtung auf der Seite der Nutzenden, da der Finanzierenden. Konnex zwischen beiden Positionen ist theoretisch wie idealiter der vereinbarte Programmauftrag. Realiter fließen Gemengelagen weniger präzise absteckbar ineinander oder aneinander vorbei. Dass der in der Sekundärliteratur als essentiell ausgewiesene Faktor der Nutzungskonvergenz folglich auch in der Vorrunde dieser Studie erheblich auf Interesse stößt, verwundert nicht. Welle 1 und 2 nehmen sich dieses Umstandes an.

5.2.3.4 Nutzungskonvergenz

Erkenntnisinteresse der Vorrunde Leitfadens hier:

Technische Angebote als den Nutzenden lenkend vs. Das avisierte Publikumssegment determiniert per Zugangspräferenz den vom Medienunternehmen reichweitenreferentiell potentiell erfolgreich zu bespielenden Verbreitungsweg etc.

Der von den Probanden allgemein neben technischer Konvergenz zunächst und auf weitere Sicht über technische Konvergenz hinaus elementar gesetzte Bereich ist jener der Nutzung. Die Sekundärliteratur bietet wie dargestellt eine reiche Auswahl an Theorie wie Empirie zu speziell diesem Phänomenkomplex. Dabei wird regelmä-

ßig die veränderte Rolle der User respektive deren nunmehr Prosumentendasein eruiert. Was das wiederum für die journalistische Warte ehedem nur Sender, nunmehr auch Empfänger bedeutet, sparen viele aus. Die Eingangsrunde dieser Delphi-Studie hebt auf dieses Desiderat ab und nennt auch Mankos eigener, inhäusiger Medienforschung. Diese verfolge Rückkopplungsschleifen in der Regel nicht über mehrere Volten, Entwicklungen wie Effekte blieben ungeprüft. Dabei ist das Feld nicht nur aus gemeinen Gründen veränderter Rezeptionsgewohnheiten im Zuge von Konvergenz spannend auszuleucht. Vor der Folie öffentlich-rechtlicher Systeme gewinnt Nutzungskonvergenz besonderen Gehalt. Diese sind von der Allgemeinheit finanziert und in ihrer Angebotsausstattung wiederum der Gesellschaft verpflichtet. *Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“* eruiert, wie öffentlich-rechtliche Anbieter mit einem sich wandelnden Nutzerverhalten und Nutzeranspruch umgehen.

Die Majorität der Befragten schlägt eine Doppelstrategie vor, die Nutzer integriert, zugleich aber die journalistische Qualität, Professionalität sowie Eigenständigkeit öffentlich-rechtlichen Angebots sicherstellt. Ausformungen dieses basalen Modells filtern aus den Antworten der Experten, sortiert man diese nach Themen. Dabei wird augenfällig, in welch breiten Abstufungen User-Content als relevant und eingliederbar oder nicht erachtet wird, wo die Hereinnahme von Publikumseindrücken als illustrierend, bereichernd, notwendig gesetzt ist. Korrespondierend changieren die Sichtweisen auf Journalisten, die mit ihrem Rezipientengegenüber in den Dialog treten – von rein Sendenden, die jetzt auch empfangen, zu Social Media-Profis, die es speziell auszubilden gelte. Mehrfachnennungen im facettierenden Clusterverfahren offenbaren Hauptgehalte.

„*Nutzer in alle Produktions- und Distributionsprozesse einbeziehen*“[1576], lautet eine mannigfach geteilte Ansicht, welche den Rezipienten als mitwirkend und gestaltend vorsieht, freilich sein Tätigkeitsprofil begrenzt auf „*z.B. Empfehlung und Weiterleitung von Inhalten von Mediatheken*“[1577]. „*Mehr Optionen der Live-Kommentierung, Event-begleitende Apps etc.*“[1578], sind nicht nur vorgeschlagen, um dem Nutzer das Gefühl zu geben, beteiligt zu sein. Jene kommentierende Funktion des Publikums zeitigt zugleich Werbe- und Verteilungseffekte in die „sozialen Blasen“, in welchen sich jeweilig Engagierte bewegen. Ein wirklich aktiver Anteil an einer Programm- oder Inhaltsgestaltung durch Rezipienten als Prosumenten ist damit nicht gegeben. Gleiches gilt für

[1576] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1577] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1578] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“

die von Probanden angesprochenen „*konfektionierbare(n) Angebote für Nutzende in Apps oder Plattformen*“[1579]. Dieser Service bedient Individualisierungsbedürfnisse der Konsumenten. Er folgt im Zuge technischer Konvergenz gewonnenen Möglichkeiten einer Person zu allen Zeiten aller Orten sie Interessierendes zur weitgehend selbstbestimmten Verfügung zu stellen. User sind zwar für ihre eigene Programmzusammenstellung verantwortlich, inhaltlich oder thematisch wirken sie nicht maßgeblich auf die dazu angebotenen medialen Auswahlkomponenten ein. Diese stellt der Medienanbieter für alle Rezipienten auf.

Die Delphi-Experten verorten solche Beiträge „von außen“ vor allem auf extra ausgewiesenen Flächen. „*Define designated areas for consumer content, create events or competitions*“[1580] – „*Wettbewerbe, interaktive Formate*“[1581], prognostizieren Stimmen Einbindungsmöglichkeiten. Auf sicher und mit wenig Personalaufwand steuerbaren Terrains sieht die Mehrheit im Sample Entwicklungen. Die Aussagen zu einer nachrichtlich-inhaltlichen Involvierung von User-generated Content sind gespalten.

„*Einbindung von User-generated Content in die Berichterstattung, aber gleichzeitig deutliche Unterscheidung zwischen Profi-Journalismus und Laien*“[1582], wird als der wahrscheinlich gangbarste Weg von etlichen so oder ähnlich beschrieben. Mehrfach angedacht ist die indirekte Öffnung des Agenda-Settings, indem man Fragen aus dem Publikum über „*checking the facts*“[1583] als öffentlich-rechtlichen Service journalistisch aufbereitet und einordnet. „*Verifikationseinheiten*“[1584] betreuen Themen im engen Austausch mit den Rezipienten. Manche Experten verorten solche Kommunikationszirkel gerade in der regionalen Berichterstattung. Oft sei Detailwissen nur vor Ort und dort über bestimmte Protagonisten zugänglich.

Die ehemaligen Rollen von Sender und Empfänger sind durch benannte Rückkopplungsschleifen aufgehoben. Die Hierarchie der Positionen besteht gemäß Sampelbefunden weiter. Die inhaltliche Kompetenz in Darstellung, Aufbereitung und schließlich Zulassung von Kommentaren Dritter oder eben deren Unterdrückung etwa aufgrund Verletzungen einer vereinbarten „Netiquette“ verbleibt bei den öffentlich-rechtlichen Veranstaltern. Sie kuratieren und moderieren ihre Angebote. Offene

[1579] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1580] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1581] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1582] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1583] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1584] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“

Kanäle unter öffentlich-rechtlichen Labeln, auf die jedermann frei und ungeprüft aufspielen kann, sehen die Probanden als keinen Zukunftsweg. Stattdessen werden es besondere Social Media-Offerten sein, auf die Europas Öffentlich-Rechtliche setzen. Nicht wenige konstatieren eine Dringlichkeit, „*Social media departments*“[1585] einzurichten. Als praktische Umsetzung lautet ein Vorschlag: „*Social Media-Redaktionen, mehr Social-Media-Experten in den Ressorts, die kompetent in den Publikumsaustausch gehen.*“[1586] Diese „*Social Media-Experten*“[1587] aufzubauen bedarf im Blick der Probanden auch einer „*Social Media-Journalistenausbildung*“[1588]. Überhaupt werde eine Verlagerung oder Erweiterung journalistischer Befähigung allgemein angezeigt sein:

> „*Journalisten werden zu Moderatoren auch in sozialen Netzwerken. Die Arbeit eines Journalisten ist mit der ‘Sendung’ nicht abgeschlossen. Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter wird sich das Selbstverständnis vom ‘Sender’ zum Anbieter von audiovisuellem Mediencontent verändern. Entsprechend wird die Angebotspalette insbesondere um Produkte, die nicht nur in den Linearmedien ‘ausgestrahlt’ werden erweitern*.“[1589]

Dabei werde es darauf ankommen, warnt ein Experte, einen gewissen Anspruch im womöglich locker anmutenden Umfeld sozial-medialer Konversation zu halten: „*Es wird bedeutsam sein, herauszustellen, dass in öffentlich-rechtlichen Medienhäusern professionelle Journalisten arbeiten, die frei von Werbung und politischem Einfluss berichten*.“[1590] Abermals klingt das Moment der journalistischen Qualitätsversicherung an, das öffentlich-rechtlich erstellten Gehalt von gemeinem Nutzerinput geschieden halten will.

> „*Die Bedeutung von User-generated Content wird aus heutiger Sicht nicht zunehmen. Für öffentlich-rechtliche Anstalten wird es, im Gegenteil, immer wichtiger werden journalistische und fachliche Qualität in den Vordergrund zu stellen, um die öffentliche Finanzierung zu rechtfertigen. Die Einbindung der Konsumenten sollte sich daher auf eine hohe Individualisierungsmöglichkeit der angebotenen Produkte konzentrieren. (Dem stehen jedoch oft rechtliche Rahmenbedingungen entgegen.)*“[1591]

> „*Die umgangssprachlich ‘Prosumer’ genannten Teile des Publikums bilden nur eine schwach relevante Größe ab. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sollte sich auf seine Professionalität besinnen und die derzeit vorherrschende Fehleinschätzung eines ‘beobachtbaren Publikums’ auf Basis*

[1585] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1586] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1587] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1588] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1589] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1590] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“
[1591] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“

kommunikationswissenschaftlicher Forschung stornieren. Oder zumindest als Nische erkennen und berücksichtigen."[1592]

Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden also User-generated Content auf speziellen Flächen in wachsendem Maße inkludieren und Rezipienten in der Programmzusammenstellung – via Apps, Mediatheken etc. – stärker individuell bevollmächtigen. Auf der anderen Seite werden sie publikumserzeugten Inhalten offensiv ergo offensichtlich versuchen, eine journalistische Kompetenz, Qualität und Professionalität als „öffentlich-rechtlichen Zusatznutzen" entgegen beziehungsweise zur Seite zu stellen. Erzeugt ist eine hierarchisierende Spiralisierung. Die Positionen „Sender" und „Empfänger" sind heute medientechnisch austauschbar und flexibel. Eine Kommunikation auf Augenhöhe meint das nur bedingt. Die Hoheit über „ihr " Programm hat die öffentlich-rechtliche Verantwortlichkeit. Ihr obliegt nicht nur eine Auswahl an aufzunehmendem User-generated Content, sondern auch dessen Inszenierung und Dramatisierung beispielsweise durch eine Einbindung von ausgewählten Facebook-Kommentaren während einer Live-Talkshow. Als These ist festzuhalten:

These 11: „Nutzungskonvergenz"

Öffentlich-rechtliche Anbieter in Europa werden User-generated Content vermehrt einbeziehen. Dafür stecken sie gesonderte Umfelder ab. Um deren Steuerung kümmern sich zunehmend „Social Media-Experten". Angezeigt wird es sein, die eigene journalistische Kompetenz als professionellen öffentlich-rechtlichen Mehrwert gegen oder neben Nutzeroriginäres in Stellung zu bringen.

Im Anschluss an die generelle Beschreibung eines neuen oder sich wandelnden Beziehungsgeflechts öffentlich-rechtlicher Anbieter und/ versus Nutzender sucht *Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a"* nach konkreten Publikumsgruppen, die im Fokus öffentlich-rechtlicher Strategieentwicklungen stehen werden. Zwei Haltungen treffen aufeinander, die sich nicht zwingend ausschließen. „*Ideally all groups as guaranteed for PSM*"[1593], betonen die Teilnehmer grundsätzlich. „*Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist qua Auftrag verpflichtet, alle Teile der Gesellschaft mit redaktionellen Angeboten zu versorgen*."[1594] Nahezu von allen als Hintergrund so skizziert differenzieren sich zusätzliche Sichtweisen aus. Ein Augenmerk rückt auf „*Opinion-Lea-*

[1592] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1"
[1593] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a"
[1594] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a"

der“, versehen mit dem Zusatz „*aber natürlich weiterhin die breite Masse – da ansonsten die Gebührenlegitimation verloren geht*“[1595]. Als solche treibenden Publikumskräfte wertet die Majorität jüngere Zielgruppen. „*Da wir jetzt überwiegend bei der älteren Bevölkerung erfolgreich sind, sind jüngere Bevölkerungsgruppen als Zukunftssicherung für uns unverzichtbar*“[1596], erklärt ein Experte. Ein anderer nennt als Gradmesser „*jüngere Zielgruppen bzw. Digital Natives, da diese die Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten derzeit am wenigsten nutzen. Gelingt es den Öffentlich-Rechtlichen nicht, für diese Zielgruppen passende Angebote zu entwickeln, werden sie unweigerlich sukzessive an Bedeutung verlieren*.“[1597] Die Altersangaben, welche einige Befragte vornehmen, beschreiben das „jüngere“ Segment als zwischen „*12-39 wegen Wert für Werbemarkt*“[1598] oder vermuten, „*target group of 18-49 y.o. people and audience under 18 (to 12-13 y.o.) will be in focus*“[1599]. Anzumerken ist eine unterschiedliche Gewichtigkeit des Punktes „Werbemarkt“. Je nach öffentlich-rechtlicher Finanzierungsstruktur hat dieser Aspekt mehr bis gar keine Substanz. Zutreffend erläutert ein Teilnehmender:

> „*Das Zielgruppen-Paradigma entstammt aus dem kommerziellen Rundfunk der USA. In manchen öffentlich-rechtlichen Rundfunkorganisationen der EU spielt die Werbevermarktung eine bedeutende Rolle (z.B. Österreich; gehört aber nur mit viel argumentativer Mühe zum Auftrag). In anderen Ländern (Skandinavien, Spanien) ist die Werbevermarktung dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk komplett verschlossen*.“[1600]

Konsekutiv ist in verschiedene Standorte im Sample zu scheiden. Slowenisch öffentlich-rechtlich verankerte Positionen kalkulieren Werbebudgets mit. Für sie ist die öffentlich-rechtliche Antwort darauf, auf welche Zielgruppe strategisch fokussieren: „*Young, urban, equipped people*“[1601]. Andere primär aus dem RTV SLO-Kontext erweitern: „*To all due to the remit; in fact they will have to gain younger audiences and maintain their shares concerning older listeners and viewers.*“[1602] – „*Theoretically, they ought to try appealing to each and every groups of society. Practically, older generation (above 65) should be a relevant target group as well.*“[1603] Geteilt wird das Bedürfnis, nachwachsende Gruppen zu binden und ältere nicht zu verlieren auch von ungarischen öffentlich-rechtlichen Stimmen. Denen muss es qua de facto staatlicher

[1595] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1596] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1597] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1598] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1599] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1600] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1601] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1602] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1603] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“

Finanzierung nicht um einen Kampf um Werbeetats gehen. Aufgebrochen auf europäische Systeme wie in der Frageanlage gesetzt wäre eine kommerziell intendierte Argumentationslinie genauso von diesen Seiten denkbar. Plausibler erscheint die von weiteren in erheblich kommerzieller aufgestellten öffentlich-rechtlichen Umgebungen geteilte Ansicht, einem Programmauftrag für alle gerecht werden zu wollen. Sollten sich „die Jungen“ nicht oder nicht mehr bei den Öffentlich-Rechtlichen finden, führe das in die Legitimationskrise. „*Neben den bestehenden Zielgruppen werden Anstrengungen unternommen insbesondere auch mobilere und jüngere Zielgruppen anzusprechen sowie jene Milieus, die man mit den Angeboten bislang am wenigsten erreicht*“[1604], gibt eine Expertenmeinung als Marschrichtung aus. Viele unterstreichen eine zunehmende Fragmentierung der Gesellschaft. Das reine Scheiden in „Die Jungen“ und „Die Alten“ oder „Digital Natives“ und „Digital Immigrants“ gerät dem Gros der Befragten zu kurz. „*Nachwachsende Bevölkerungsgruppen, Migrantengruppen, (...) subkulturelle() Strömungen*“[1605], werden die Fokusgruppen sein, kommentiert ein Experte. Andere setzen eine Segmentierung weniger in der sozialen oder demografischen Verortung, denn am Nutzerverhalten an. „*Die digital versierten und kommunikativen Nutzenden werden eine erhöhte Aufmerksamkeit erfahren als passiv – entspannend? – Konsumierende*“[1606], lautet eine Vermutung. Andere teilen diese und sehen als in erster Linie zu bedenken: „*Die Macher und Interessierten, die Kommentierenden – qua Programmauftrag natürlich alle relevanten Gruppen, aber in der Ausrichtung und Aufbereitung und Öffnung in Social Media-Kategorien geht der Trend sicher hin zu denen, die mitwirken*.“[1607] „*Die Alten bleiben uns*“[1608], nimmt ein Proband als sicher an. „*Im linearen Bereich weiterhin eher ältere Zielgruppen, im nonlinearen eher jüngere*“[1609], verankert ein anderer. Damit schließt sich der Kreis zum eingangs herausgestellten öffentlich-rechtlichen Programmauftrag, der alle gesellschaftlich relevanten Gruppen einbezogen wissen will. Werbeeinnahmen haben in der Zielgruppensetzung wie ausgeführt je nach Standort mehr oder weniger Gewicht. Elementarer wird es wie aus den Experteneinschätzungen ableitbar, um einen Fortbestand des Öffentlich-Rechtlichen gehen, weil als von der Gesellschaft adäquat befunden und legitimiert. „*Die Öffentlich-Rechtlichen werden in den kommenden Jahren*

[1604] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1605] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1606] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1607] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1608] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“
[1609] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“

einen Spagat zu leisten haben zwischen reinen Konsumwünschen einiger Teile des Publikums und einem starken Drang anderer Publikumsteile nach höchstmöglicher Beteiligung“[1610], liest sich eine Prognose, die vergleichbar mehrere im Sample aufstellen. Augenfällig wird, dass „Nachwuchspublika“ heute nicht mehr ein simples Aufrücken jüngerer Rezipientenkreise meinen kann. Streuende und fragmentierende Segmente werden nach subkulturellen, sozialen, demografischen Zusammenhängen zu suchen sein, aber gleichfalls nach qua Multimedialität zerklüftenden Nutzungspräferenzen.

These 12: „Nutzungskonvergenz“

Öffentlich-rechtliche Anbieter in Europa sehen sich vor allem angesichts einer notwendigen Legitimation des öffentlich-rechtlichen Systems bei seiner Trägerschaft, der Gesellschaft, vor der Aufgabe, nachwachsende Publika zu binden. In nach subkulturellen, sozialen, demografischen etc. Komponenten fragmentierenden Umgebungen gewinnen unterschiedliche Präferenzen der Nutzung rapide Relevanz.

5.2.4 Rechtlicher Konvergenzrahmen

Erkenntnisinteresse des Leitfadens hier:

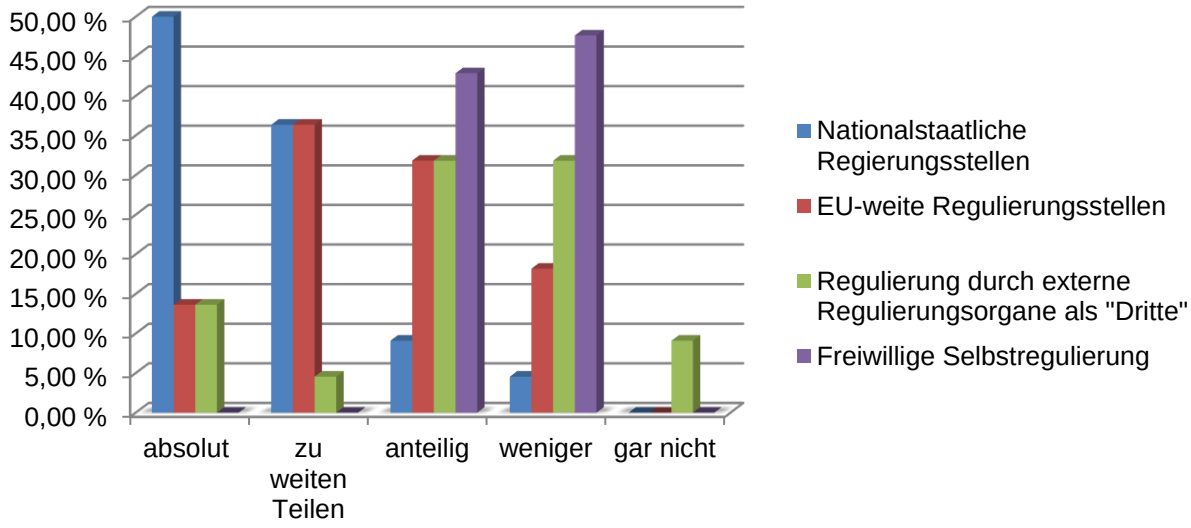
Beständigkeit und Wettbewerbsfähigkeit Öffentlich-Rechtlicher in dualen Medienmärkten national, EU-weit, global vs. Entwicklungspotentiale legislativ unterstützt, eingeschränkt, unterbunden etc.

Aus der Forschungsliteratur wie den Ergebnissen der Vorrunde resultiert bedingt Bedarf, rechtliche Eckpfeiler in Welle 1 detailliert anzusprechen. Die in Kapitel 4 ausgeführten Deskriptionen gesetzlicher Bedingungen und solcher der Regulierung lassen eine Bitte um qualitative Zuordnungen essentieller erscheinen. Das unter *Fragebogenitem „Definition 2“* artikulierte Bedürfnis, rechtliche Konvergenz oder Regulierung mit in die begriffsbestimmende Untersuchungsmatrix für Welle 2 aufzunehmen, bestätigt dies. Als Zuständigkeiten werden in allen denkbaren Konstellationen nationale, EU-weite und/oder internationale Ebenen genannt. Die Entscheidung fällt dahin, in Welle 2 genau diese Kombinationen zur Skalierung anzubieten, um deutlichere Abstufungen als in Welle 1 zu erhalten.

[1610] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“

5(W2). Ansätze legislativer Rahmengebung, um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa zukünftig wettbewerbsfähig zu halten...

Abb. 10_Delphi_Auswertung: Ansätze legislativer Rahmengebung … (n=22)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Nationalstaatliche Regierungsstellen	50,00 %	36,36 %	9,09 %	4,55 %	0,00 %	0,00 %
EU-weite Regulierungsstellen	13,64 %	36,36 %	31,82 %	18,18 %	0,00 %	0,00 %
Regulierung durch externe Regulierungsorgane als "Dritte"	13,64 %	4,55 %	31,82 %	31,82 %	9,09 %	9,09 %
Freiwillige Selbstregulierung	0,00 %	0,00 %	42,86 %	47,63 %	0,00 %	9,52 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Verteilungen für *Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“ – modifiziert „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1c“* liegen zu Gunsten nationalstaatlicher Regulierungsstellen. 50,00 Prozent schreiben jenen *absolut* weiterhin die Oberhand zu, 36,36 Prozent *zu weiten Teilen*. 36,36 Prozent legen – zugleich oder getrennt – eine Bestimmung *zu weiten Teilen* in die Zuständigkeit der EU, 31,82 Prozent *anteilig*. Damit wäre im Abgleich mit Kapitel 2 wenig originär Anderes für die nahe Zukunft zu erwarten als jetzt. Skepsis herrscht unter den Probanden, was eine Regulierung durch externe Regulierungsorgane als „Dritte“ meint. Je 31,82 Prozent können sich das *anteilig* oder *weniger* vorstellen. Die Stimmenverteilung lässt rudimentär Gruppenpräferenzbestimmungen zu. ARD-Mitarbeitende zeigen eine weit positivere Einstellung gegenüber zukünftiger Entwicklung in die genannte Kategorienrichtung, als jene bei ORF oder MTVA. Bei RTV SLO sind die Befunde geteilt. Die mit am meisten Zurückhaltung betrachtete Kategorie ist jene der *Freiwilligen Selbstregulierung*.

42,86 Prozent sprechen von *anteiliger*, 47,62 Prozent von *weniger* Bedeutung. Bilanzierend fundamentiert das Panel Etabliertes: Die Nationalstaaten regulieren „ihre“ Öffentlich-Rechtlichen. Die EU übt bestimmte Referenzgebung aus. Eine staatliche Unabhängigkeit der regulierungsbeauftragten Organe bleibt umstritten, eine Bedeutsamkeit freiwilliger Selbstregulierung gleichermaßen hintangestellt.

Geschieden sortiert Welle 2 die in Welle 1 zum Teil bereits zu *Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“* abgegebenen Einschätzungen, welche mit denen zu *Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b“* abgleichbar sind. Jugendschutz als unter letzterem Reiter multipel gelistet, findet unter vorherigem beispielsweise Bekräftigung: „*Es kann nicht sein, dass öffentlich-rechtliche wie private Rundfunkanstalten richtigerweise sehr streng die Altersfreigaben beachten müssen – sowohl linear wie beim Mediathekszugang – global agierende Medienunternehmen wie Netflix sich aber davon freimachen können*.“[1611] Ein anderes Postulat geht dahin:

> „*Keine Schlechterstellung bzw. Einschränkungen bei der Entwicklung von digitalen Angeboten. Öffentlich-rechtlichen Rundfunkbetreibern muss es möglich sein, das Publikum dort zu erreichen, wo es sich aufhält bzw. Medien konsumiert. Rechtliche Rahmenbedingungen sollen den öffentlich-rechtlichen Auftrag definieren, jedoch nicht wie dieser vertrieben bzw. konsumiert werden kann*.“[1612]

Analytisch kombinieren und auswerten lassen sich diese und ähnliche Aussagen mit jenen zu *Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b.* Jenes ruft in Welle 1 solche Vorschläge ab. Die stichpunktartig empfohlene Beantwortung dieser Frage ermöglicht ein problemfreies Gewichten der Nennungen. Mehrfachgenanntes stellt Welle 2 noch einmal zur Disposition. In unsortierter Folge werden sämtliche aufgeworfenen Faktoren vorher den Teilnehmern über den Feedbackbogen präsentiert. Vielfachanführungen sind hierbei unterlassen, um keine Trends indirekt vorwegzuschicken. „*Finanzierung, Urheberrecht, Absetzung zu Privaten oder eben nicht – eine klare Linie etwa der EU, was öffentlich-rechtlicher Rundfunk leisten kann, darf und soll*“ steht da neben „*regulation of marketing, propaganda and balanced opinion-display in public service broadcasters*“ oder „*Advertisement. Financing. Copyright*“[1613]. Überzeugungen gehen genereller gefasst dahin: „*Öffentlich-Rechtliche sollten weni-*

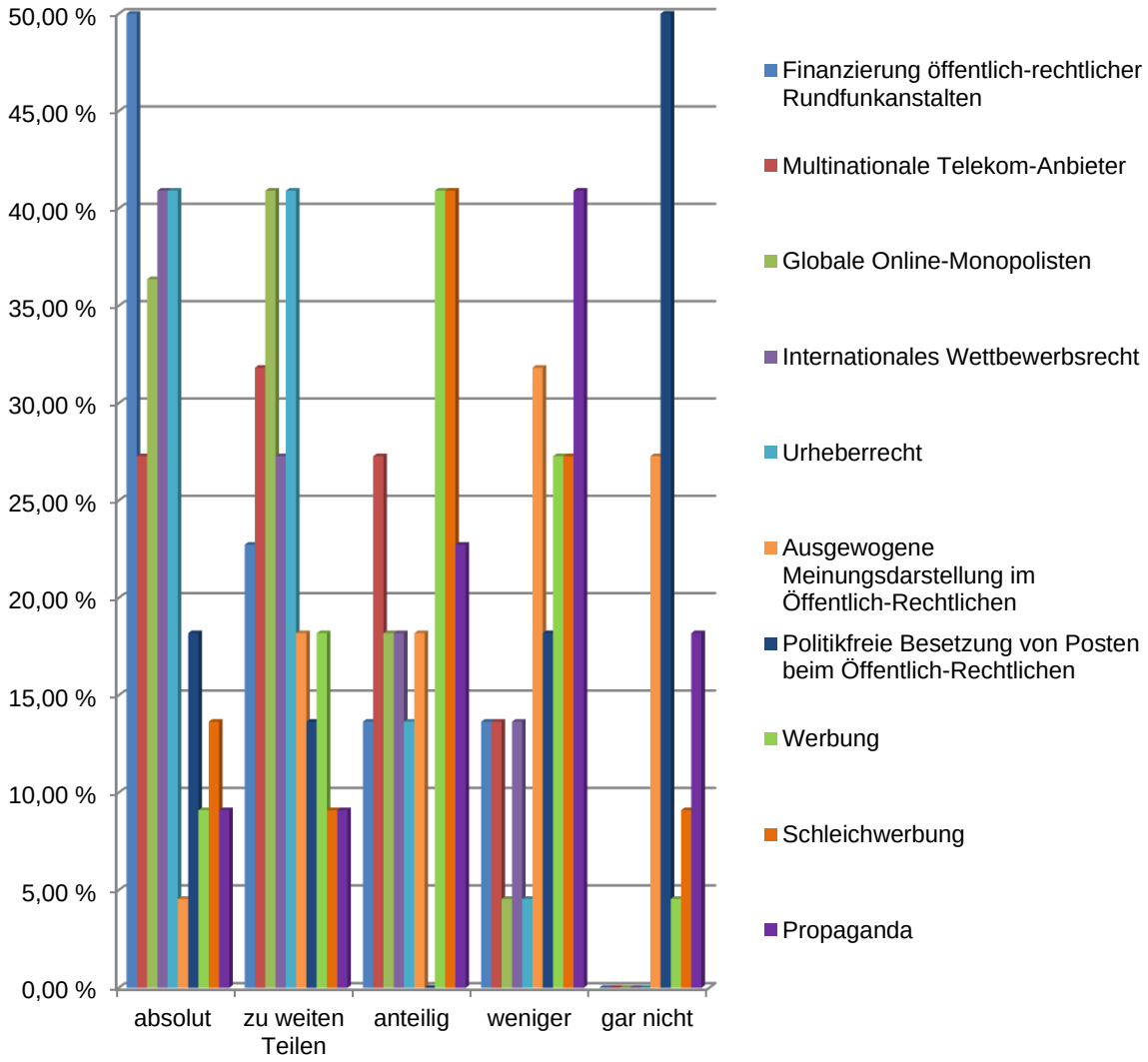
[1611] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“
[1612] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“
[1613] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b“

ger beschränkt werden. Gerade im Zeitalter der 'Fake News' wird klar, dass ökonomisch orientierte Märkte nicht alles regeln können."[1614] Andere Statements exemplifizieren: „*Regulierungsbedarf besteht in erster Linie in Bezug auf die globalen Online-Monopolisten (Google, YouTube und Co.). Deren immer stärkere Monopol-Stellung gefährdet die Vielfalt und die Wirtschaftlichkeit lokaler Medien, egal ob öffentlich-rechtlich oder privat*."[1615] Über ein quantifizierendes Schema nachzufasssen, befördert das Reflektieren darüber, welche der genannten Bereiche dringlicher gegenüber anderen zu setzen sind. Nicht abgefragt wird welche Wegnahmen als wahrscheinlicher anzunehmen sind, im Sinne von da und dort werden Regulierungsmaßnahmen kommen. Es interessiert, was aus Sicht der Experten künftig wünschenswert wäre. Über diese Volte lässt sich auf aktuell empfundene Mankos in der Regulierungssetzung an sich rückschließen. Fragte man schätzbar kommende gesetzliche Bestimmungen ab, höbe man mitunter eher systemische und politische Zuschreibungen. Intendiertes Objekt von *Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b" – modifiziert „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1d"* ist aber: Wo bestehen Lücken in diesem Bedarf?

[1614] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b"
[1615] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b"

6a(W2). Worin besteht für Sie im Blick auf Europas öffentlich-rechtliche Zukunft mehr Regulierungsbedarf als bisher?...

Abb. 11a_Delphi_Auswertung: Felder für mehr Regulierungsbedarf … (n=22)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten	50,00 %	22,73 %	13,64 %	13,64 %	0,00 %	0,00 %
Multinationale Telekom-Anbieter	27,27 %	31,82 %	27,27 %	13,64 %	0,00 %	0,00 %
Globale Online-Monopolisten	36,36 %	40,91 %	18,18 %	4,55 %	0,00 %	0,00 %
Internationales Wettbewerbsrecht	40,91 %	27,27 %	18,18 %	13,64 %	0,00 %	0,00 %
Urheberrecht	40,91 %	40,91 %	13,64 %	4,55 %	0,00 %	0,00 %
Ausgewogene Meinungsdarstellung im Öffentlich-Rechtlichen	4,55 %	18,18 %	18,18 %	31,82 %	27,27 %	0,00 %
Politikfreie Besetzung von Posten beim Öffentlich-Rechtlichen	18,18 %	13,64 %	0,00 %	18,18 %	50,00 %	0,00 %
Werbung	9,09 %	18,18 %	40,91 %	27,27 %	4,55 %	0,00 %
Schleichwerbung	13,64 %	9,09 %	40,91 %	27,27 %	9,09 %	0,00 %
Propaganda	9,09 %	9,09 %	22,73 %	40,91 %	18,18 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Auf die nächsten zwei bis fünf Jahre sehen die Teilnehmer *Finanzierung* als elementares Thema der Regulierungsbestrebungen. 50,00 Prozent konstatieren *absolute* Bedeutung, 22,73 Prozent eine *in weiten Teilen*. Länger angenommen sprechen der Kategorie 71,43 Prozent *absolut* und 14,29 Prozent eine Wichtigkeit *zu weiten Teilen* zu. Damit werde die pekuniäre Ausstattung der Öffentlich-Rechtlichen vorderster Tagesordnungspunkt. Gewichtig gesetzt sind darüber hinaus Regulierungsmaßnahmen bezüglich *Multinationaler Telekomanbieter* (27,27 Prozent *absolut*, 31,82 Prozent *zu weiten Teilen* für die unmittelbare Zukunft; 42,86 Prozent *absolut*, 28,57 Prozent *zu weiten Teilen* bis Ende der Dekade) und *Globaler Onlinemonopolisten* (36,36 Prozent *absolut*, 40,91 Prozent *zu weiten Teilen* für die unmittelbare Zukunft; 47,62 Prozent *absolut*, 38,10 Prozent *zu weiten Teilen* bis Dekadenende). Diese Befunde bestätigen sich über die Abfrage der Rubrik *Internationales Wettbewerbsrecht*. 40,91 Prozent bekräftigen hier bald *absoluten* Handlungsbedarf, 27,27 Prozent *zu weiten Teilen*. Eine Einschätzung, wie sie für den zweiten Phasenabschnitt latent zunimmt (45,00 Prozent *absolut*, 30,00 Prozent *zu weiten Teilen*). Ableitbar ist der Gedanke im Sample, dass Öffentlich-Rechtliches qua Gesetz schützenswert oder schutzbedürftig gegenüber privater medialer Einstrahlung aus dem In- wie vor allem Ausland sei. Besonders märkteübergreifend dominierende Großkonzerne müssten über Regulierungsmaßnahmen ausgebremst oder zumindest auf Abstand gehalten werden. Bekräftigt ist so indirekt eine stets gesellschaftspolitische Abhängigkeit nationaler öffentlich-rechtlicher Strukturen. Diese könnten oder sollten sich nach Expertenmeinung nicht im freien Marktumfeld behaupten.

Bedarf ist als grundsätzlich im regulierenden Rahmen und Ausbalancieren der Konkurrenzlagen gegeben, legen die Auswertungen nahe. Weitere von den Probanden in Welle 1 aufgeworfene Kategorien werden weniger eindeutig bewertet. Eine Klärung des *Urheberrechts* steht für jeweils 40,91 Prozent *absolut* oder *zu weiten Teilen* auf der Agenda der Regulierungsstellen für die nächsten zwei bis fünf Jahre. 42,68 Prozent urteilen *absolut*, 52,38 Prozent *zu weiten Teilen* für die kommenden sechs bis zehn.

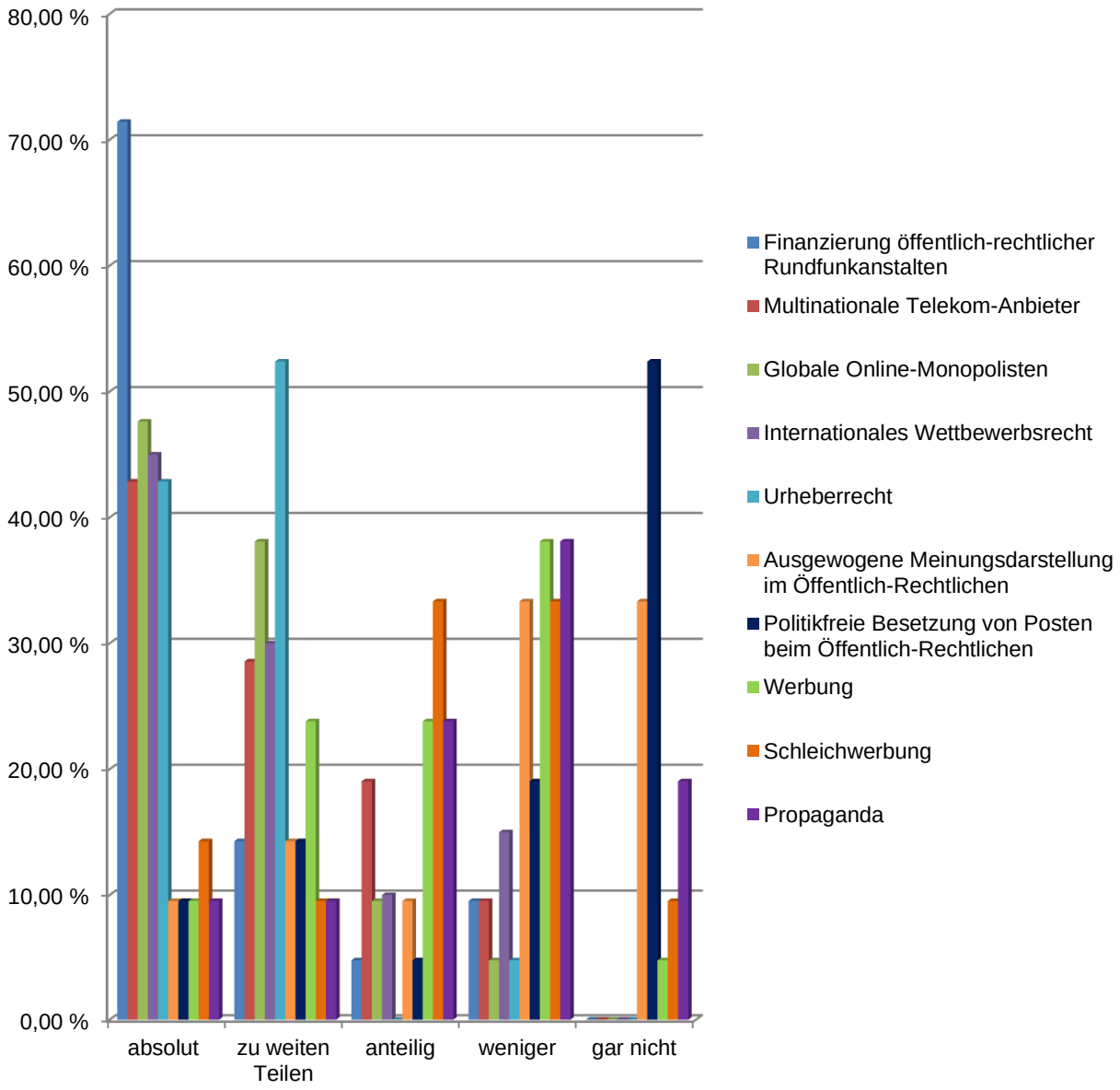
Zu weiteren Themenfeldern mäandern die Aussagen. *Ausgewogene Meinungsdarstellung im Öffentlich-Rechtlichen* ist für 31,82 *weniger* und für 27,27 Prozent *gar nicht* auf den Listen der Regulierer. Dies verändert sich kaum auf weitere Sicht. 33,33 Prozent sagen jeweils *weniger* oder *gar nicht*.

50,00 Prozent sind sicher, dass eine politikfreie Besetzung von Posten beim Öffentlich-Rechtlichen die Regulierer auf welchen Ebenen auch immer *gar nicht* tangieren wird. Für den längeren Zeitraum teilen 52,38 Prozent diese Auffassung. Somit sind zwei als eher betriebsintern zu gewichtende Sachverhalte den Unternehmen selbst überlassen. Zugriffe von außen antizipieren die Befragten bei der Einhaltung von Richtlinien bezüglich *Werbung*. 40,91 Prozent merken *anteilig* Handlungsbedarf für die nächsten zwei bis fünf Jahre an, gehen aber davon aus, dass im Zehn-Jahres-Überblick nur mehr *anteilig* (23,81 Prozent) oder *weniger* (38,10 Prozent) Dringlichkeit besteht. Analoges gilt für den Bereich *Schleichwerbung*, der etlichen im Sample wenn als unmittelbar zu klären gilt – 40,91 Prozent *anteilig*, 27,27 Prozent *weniger* gegenüber im weiteren Horizont verortet jeweils 33,33 Prozent.

Propaganda als Thema in Regulierungsstatute wie -tätigkeit eingebracht, halten 40,91 Prozent für *weniger*, 22,73 Prozent für *anteilig* wahrscheinlich. Diese Werte verschieben sich nur marginal gen Ende der Dekade auf 23,81 Prozent *anteilig* und 38,10 Prozent *weniger*.

6b(W2). Worin besteht für Sie im Blick auf Europas öffentlich-rechtliche Zukunft mehr Regulierungsbedarf als bisher?...

Abb. 11b_Delphi_Auswertung: Felder für mehr Regulierungsbedarf … (n=22)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten	71,43 %	14,29 %	4,76 %	9,52 %	0,00 %	0,00 %
Multinationale Telekom-Anbieter	42,86 %	28,57 %	19,05 %	9,52 %	0,00 %	0,00 %
Globale Online-Monopolisten	47,62 %	38,10 %	9,52 %	4,76 %	0,00 %	0,00 %
Internationales Wettbewerbsrecht	45,00 %	30,00 %	10,00 %	15,00 %	0,00 %	0,00 %
Urheberrecht	42,86 %	52,38 %	0,00 %	4,76 %	0,00 %	0,00 %
Ausgewogene Meinungsdarstellung im Öffentlich-Rechtlichen	9,52 %	14,29 %	9,52 %	33,33 %	33,33 %	0,00 %
Politikfreie Besetzung von Posten beim Öffentlich-Rechtlichen	9,52 %	14,29 %	4,76 %	19,05 %	52,38 %	0,00 %

Werbung	9,52 %	23,81 %	23,81 %	38,10 %	4,76 %	0,00 %
Schleichwerbung	14,29 %	9,52 %	33,33 %	33,33 %	9,52 %	0,00 %
Propaganda	9,52 %	9,52 %	23,81 %	38,10 %	19,05 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Als künftige Richtschnur bleibt festzuhalten:

These 13: „Rechtlicher Konvergenzrahmen“

Öffentlich-Rechtliche werden in Europa Regulierung zuvorderst über nationale Stellen erfahren, wobei die EU rahmengebend wirkt. Regulierungsbedarf wird es vor allem im internationalen Wettbewerbsrecht und Urheberrecht geben.

5.2.5 Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur

Erkenntnisinteresse der Vorrunde hier:

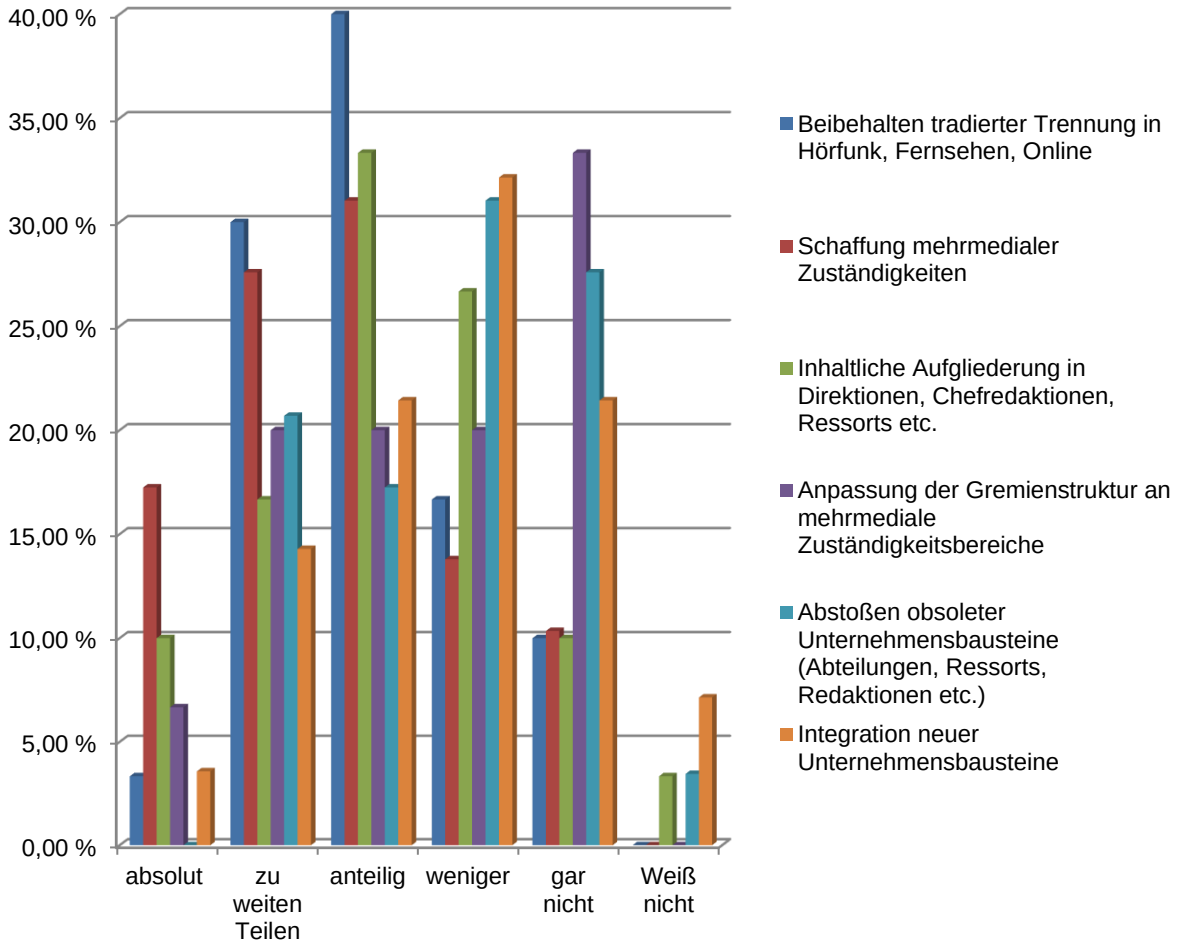
„Medienbehörde“ vs. Teilweise Anpassung des Organigramms vs. (Konvergenz-) Lernendes Unternehmen etc.

In der Vorrunde sind den Experten öffentlich-rechtliche Organisationskonzepte besonders angelegentlich. In der Sekundärliteratur finden sich solche noch weniger empirisch ausgeleuchtet oder wenigstens theoretisch modelliert. Partiell haben vorherige Items diesen Bereich angeschnitten, etwa in der potentiellen inhaltlichen Ausrichtung von multimedialen Ressorts und Redaktionen. *Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1“* geht tiefer in die konkrete Unternehmensaufstellung.

13a(W1). Öffentlich-rechtliche Unternehmen werden ihre Organisationsstruktur dahin gehend verändern…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 12a_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach … (n=30)[1616]



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Beibehalten tradierter Trennung in Hörfunk, Fernsehen, Online	3,33 %	30,00 %	40,00 %	16,67 %	10,00 %	0,00 %
Schaffung mehrmedialer Zuständigkeiten	17,24 %	27,59 %	31,03 %	13,79 %	10,34 %	0,00 %
Inhaltliche Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen, Ressorts etc.	10,00 %	16,67 %	33,33 %	26,67 %	10,00 %	3,33 %
Anpassung der Gremienstruktur an mehrmediale Zuständigkeitsbereiche	6,67 %	20,00 %	20,00 %	20,00 %	33,33 %	0,00 %
Abstoßen obsoleter Unternehmensbausteine (Abteilungen, Ressorts, Redaktionen etc.)	0,00 %	20,69 %	17,24 %	31,03 %	27,59 %	3,45 %
Integration neuer Unternehmensbausteine	3,57 %	14,29 %	21,43 %	32,14 %	21,43 %	7,14 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

[1616] *Abb. 12a und 12b_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach...* tragen trotz hoher Kategorienanzahl im Diagramm das Segment „Weiß nicht“ mit ab, um eine stärker als bei anderen Fragen kennbare Differenzierung in diesem Feld für gerade vorliegendes Item auch grafisch auszudrücken.

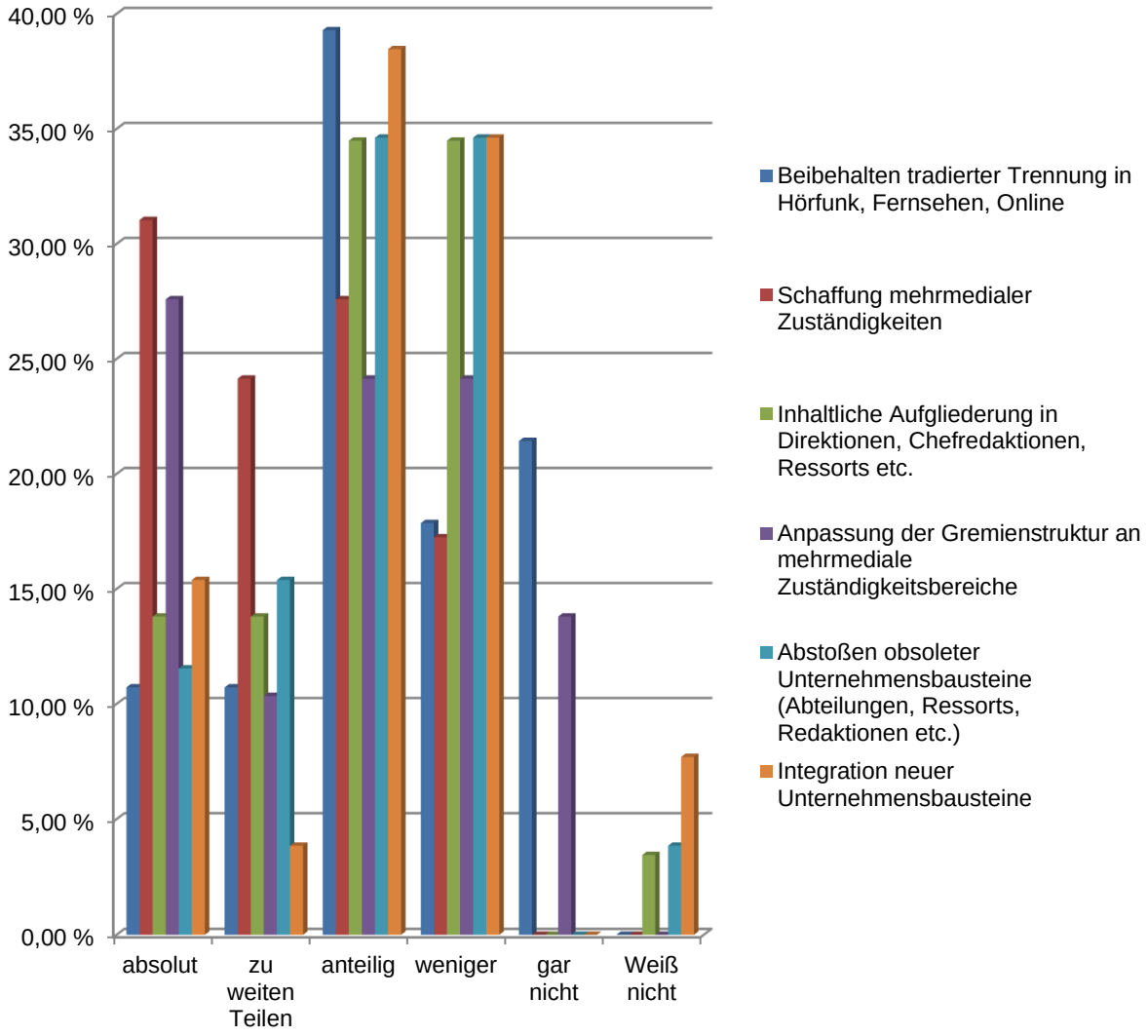
Für die nächsten zwei bis fünf Jahre sehen die Probanden keine ad hocen Neuerungen voraus. Die tradierte *Trennung in Hörfunk, Fernsehen und Online* ist für 30,00 Prozent *zu weiten Teilen* beständig, für 40,00 Prozent *anteilig*. Zugleich nennen 31,03 Prozent eine Schaffung mehrmedialer Zuständigkeiten als *anteilig* relevant, 27,59 Prozent *zu weiten Teilen* und 17,24 Prozent als *absolut*. Mehrmediale Verschränkungen werden vorangetrieben. Eine gänzliche Verabschiedung hergekommener Organisation bedeutet das nicht. Eine *inhaltliche Aufgliederung der Direktionen, Chefredaktionen und Ressorts* glauben 33,33 Prozent als *anteilig*, 26,67 Prozent als in den nächsten fünf Jahren *weniger* vollzogen. Die Gremienstruktur ändert sich für 33,33 Prozent in diesem Zeitraum *gar nicht*, je 20,00 Prozent malen eine *weniger*, *anteilige* oder *in weiten Teilen* darauf zulaufende Entwicklung. Fraglich ist, ob sich existente Gremienkonzeptionen an den einen Häusern leichter umformen lassen als solche an anderen Häusern. Kapitel 4 hat dazu für die Standorte im Sample mehrfach starke politische Verlinkungen erkannt. Die breite Verteilung der Expertenstimmen legt den Schluss nahe, dass gerade in diesem Punkt unternehmerische Wünsche und Pläne auf verschieden flexible Bestände treffen.

Dafür spricht weiter, dass ein *Abstoßen als obsolet deklarierter Unternehmensbausteine* in den nächsten zwei bis fünf Jahren in der Mehrheitsmeinung *weniger* (31,03 Prozent) bis *gar nicht* (27,59 Prozent) passiert. Die apostrophierte Schwerfälligkeit öffentlich-rechtlicher Komplexe kommt erneut in den Sinn. Bestätigung erfährt dies in der Bewertung einer *Integration neuer Unternehmenselemente*. 32,14 Prozent halten derlei für *weniger* wahrscheinlich, 21,43 Prozent jeweils für *anteilig* oder *gar nicht*. Große organisationale Umbrüche sind aus Sicht der Probanden in naher Zukunft nicht zu erwarten. In einigen Bereichen sind sie wiewohl auf den Weg gebracht. Die Abklärung für eine Zeitspanne von sechs bis zehn Jahren löst manche angedeutete Entwicklung ein.

13b(W1). Öffentlich-rechtliche Unternehmen werden ihre Organisationsstruktur dahin gehend verändern…

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 12b_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach … (n=30)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Beibehalten tradierter Trennung in Hörfunk, Fernsehen, Online	10,71 %	10,71 %	39,29 %	17,86 %	21,43 %	0,00 %
Schaffung mehrmedialer Zuständigkeiten	31,03 %	24,14 %	27,59 %	17,24 %	0,00 %	0,00 %
Inhaltliche Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen, Ressorts etc.	13,79 %	13,79 %	34,48 %	34,48 %	0,00 %	3,45 %
Anpassung der Gremienstruktur an mehrmediale Zuständigkeitsbereiche	27,59 %	10,34 %	24,14 %	24,14 %	13,79 %	0,00 %
Abstoßen obsoleter Unternehmensbausteine (Abteilungen, Ressorts, Redaktionen etc.)	11,54 %	15,38 %	34,62 %	34,62 %	0,00 %	3,85 %
Integration neuer Unternehmensbausteine	15,38 %	3,85 %	38,46 %	34,62 %	0,00 %	7,69 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

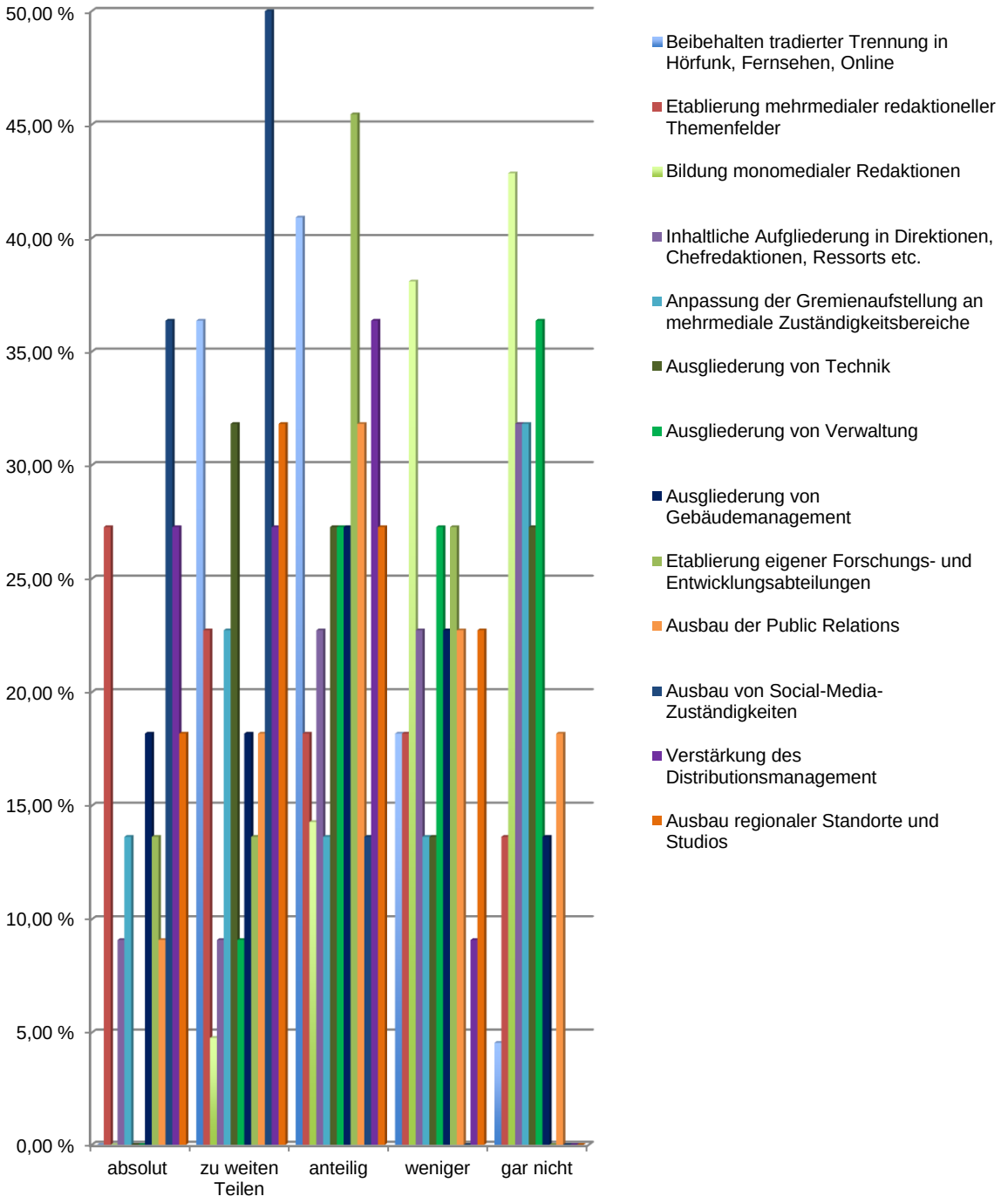
Die *Beibehaltung tradierter Trennung in Hörfunk, Fernsehen und Online* schwindet. Nach wie vor nimmt die Mehrheit eine *anteilige* (39,29 Prozent) Erhaltung als ausgemacht, dennoch liegen die Werte jener, die *gar nicht* mehr davon ausgehen mit 21,43 Prozent erheblich über denen der Vorphase (10,00 Prozent). Die *Schaffung mehrmedialer Zuständigkeiten* holt konsekutiv auf. 31,03 Prozent entwerfen eine *absolute* Umgestaltung dahin bis Ende der Dekade, 24,14 Prozent *zu weiten Teilen* und 27,59 Prozent *anteilig*. Somit ist ein Votum der Expertenrunde für eine Entwicklung gen mehrmediale Strukturierung gegeben. Ehemalige Sortierungen nach Mediengattungen werden Schritt für Schritt abgelöst. Bei einer *Inhaltlichen Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen oder Ressorts* bleibt das Panel zurückhaltend. In diesem Feld entsprechen sich die beiden zu erhebenden Intervalle in den Häufigkeiten nahezu. Anders verläuft die Verteilung bezüglich *Mehrmedialer Gremienausrichtung*. Davon sprechen bis Ende der Dekade 27,59 Prozent *absolut*, 10,34 Prozent *zu weiten Teilen* und 24,14 Prozent *anteilig*. In der Beurteilung der Experten sind Gremienzuschnitte trotz starker politischer Verwobenheit wohl doch über absehbare Zeiträume beweglich. Dass diese Flexibilität sich eventuell in der Benennung der Ausschüsse erschöpft und gleiche Personen respektive parteilich und gesellschaftlich als relevant gesetzte Größen bedacht bleiben, ist einzukalkulieren. Dies spielt den Ball zurück auf in Kapitel 4 Diskutiertes zu Besetzung und Zuständigkeiten verschiedener Gremieneinheiten. Für die Samplestandorte ergeben sich hier Varianten zueinander. Die quantitative Einschätzung qua Fragebogen überblickt genereller und für europäische Öffentlich-Rechtliche insgesamt. Für jene gehen Experten auf ein Intervall von sechs bis zehn Jahren nicht davon aus, dass als obsolet erachtete Unternehmensbausteine gekappt würden. 34,62 Prozent werten *anteilig*, 34,62 Prozent *weniger*. Das ist insofern zu betonen, als die Urteile bezüglich *Integration neuer Unternehmenselemente* auseinandergehen. Nach wie vor stellen annähernd viele (15,38 Prozent) eine *absolute* Addierung in Aussicht. Nur mehr 3,85 Prozent heben für *zu weiten Teilen* die Hand, die Mehrheit wertet jetzt *anteilig* (38,46 Prozent). Herauslesen lässt sich womöglich ein strategisches Vorgehen, das in den kommenden zwei bis fünf Jahren Strukturumbildendes festzieht, ergo bei schleppendem Verabschieden von Altem Neues aufbaut. Weiter gerichtet stoppt dieser Umschwung. Um diese Ableitungen zu verifizieren, gibt Welle 2 das Fragebogenitem in Modifikation erneut aus

(*Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1“ – modifiziert „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1a“*). Den Probanden in Welle 1 erwähnenswerte Zusatzbereiche[1617] sind jetzt angefügt.

8a(W2). Öffentlich-rechtliche Unternehmen werden ihre Organisationsstruktur dahin gehend verändern…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 12c_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach… (n=22)



[1617] Vgl. Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1“

Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	Weniger	gar nicht	Weiß nicht
Beibehalten tradierter Trennung in Hörfunk, Fernsehen, Online	0,00 %	36,36 %	40,91 %	18,18 %	4,55 %	0,00 %
Etablierung mehrmedialer redaktioneller Themenfelder	27,27 %	22,73 %	18,18 %	18,18 %	13,64 %	0,00 %
Bildung monomedialer Redaktionen	0,00 %	4,76 %	14,29 %	38,10 %	42,86 %	0,00 %
Inhaltliche Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen, Ressorts etc.	9,09 %	9,09 %	22,73 %	22,73 %	31,82 %	4,55 %
Anpassung der Gremienaufstellung an mehrmediale Zuständigkeitsbereiche	13,64 %	22,73 %	13,64 %	13,64 %	31,82 %	4,55 %
Ausgliederung von Technik	0,00 %	31,82 %	27,27 %	13,64 %	27,27 %	0,00 %
Ausgliederung von Verwaltung	0,00 %	9,09 %	27,27 %	27,27 %	36,36 %	0,00 %
Ausgliederung von Gebäudemanagement	18,18 %	18,18 %	27,27 %	22,73 %	13,64 %	0,00 %
Etablierung eigener Forschungs- und Entwicklungsabteilungen	13,64 %	13,64 %	45,45 %	27,27 %	0,00 %	0,00 %
Ausbau der Public Relations	9,09 %	18,18 %	31,82 %	22,73 %	18,18 %	0,00 %
Ausbau von Social-Media-Zuständigkeiten	36,36 %	50,00 %	13,64 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Verstärkung des Distributionsmanagement	27,27 %	27,27 %	36,36 %	9,09 %	0,00 %	0,00 %
Ausbau regionaler Standorte und Studios	18,18 %	31,82 %	27,27 %	22,73 %	0,00 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Welle 2 zeigt in den Tendenzen Übereinstimmungen. Erneut wird die Beständigkeit einer *Trennung in Hörfunk, Fernsehen und Online* für die kommenden zwei bis fünf Jahre als *zu weiten Teilen* (36,36 Prozent) bis *anteilig* (40,91 Prozent) annähernd wie in Welle 1 bewertet. Rückgänge prognostiziert auch Welle 2 für den Zeitraum sechs bis zehn Jahre (57,14 Prozent meinen *anteilig*, 14,29 Prozent *weniger*).

Die abermalige Abfrage gewichtet die von etlichen Probanden parallel dazu angenommene Etablierung mehrmedialer redaktioneller Themenfelder als schon in der ersten Prognosephase *absolut* (27,27 Prozent) oder *anteilig* (22,73 Prozent) angestrebt. Hier traut Welle 2 rein quantitativ der Kategorie erheblich mehr zu als Welle 1. Diese Ableitung relativiert sich, inkludiert man das weitere Zukunftsintervall. Der Ausschlag in Welle 1 hin zu einer verstärkten Ausrichtung öffentlich-rechtlicher Organigramme in kategoriale Richtung, ebnet sich ein. 28,57 Prozent sagen *absolut*, 19,05 Prozent *zu weiten Teilen* und 23,81 Prozent *anteilig* die Implementierung mehrmedialer redaktioneller Themenfelder vorher. Die Entwicklung dahin setzt also für die Experten nach Überprüfung eigener Ansichten am Feedbackbogen früher an.

Der in Welle 2 kontrastierend hinzugefügte Bereich *Bildung monomedialer Redaktionen* soll obige Faktoreneinschätzungen feinabstimmen. Für die kommenden zwei

bis fünf Jahre sind 38,10 Prozent *weniger* und 42,86 Prozent sogar *gar nicht* mehr der Meinung, dass monomediale Zuständigkeiten neu aufgesetzt werden. Leicht verschieben sich die Werte bis Ende der Dekade. 23,81 Prozent können sich *anteilig* – wieder – eine solche Ausdifferenzierung vorstellen, 38,10 Prozent *weniger*. Anzunehmen ist, dass sich bestimmte Expertisefelder gekoppelt an ihre jeweiligen medialen Träger schlussendlich doch absetzen. Die zitierten Statements, dass etwa für Hörspiele, Dokus oder Spielfilme kaum Synergien mit anderen medialen Arealen durchgängig fruchtbar zu machen seien, geben dieser Einschätzung Recht. Auf weitere Sicht formen sich womöglich monomediale Inseln im sonst eher mehrmedial-thematisch orientierten Systemgefüge aus.

Die quantitativen Entwicklungen von Welle 1 nach Welle 2 in der Rubrik *Inhaltliche Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen, Ressorts etc.* bestätigen Gesagtes. Welle 2 geht für die nahe Zukunft zu je 22,73 Prozent *anteilig* oder *weniger* davon aus, dass Fortschritte dieser Ausrichtung angezeigt sein werden. 31,82 winken ab: *gar nicht.* Bis zum Ende des abzuschätzenden Zehnjahres-Intervalls entfallen die Urteile verhaltener als in Welle 1. 14,29 Prozent unterschreiben eine organisatorische Gliederung nach inhaltlichen Parametern bis in die Direktionen, Chefredaktionen und Ressorts *absolut*. 33,33 Prozent sind *weniger* und 23,81 Prozent *gar nicht* der Ansicht. Augenfällig ist abermals, dass aus Warte zahlreicher im Sample die organisationsstrukturellen Mühlen Europas Öffentlich-Rechtlicher wenig sprunghaft, um nicht zu sagen langsam mahlen.

Früher als in Welle 1 setzen einige der Befragten in Welle 2 eine *Anpassung der Gremienaufstellung an mehrmediale Zuständigkeitsbereiche* an. Schon für die erste Zukunftsphase deuten 13,64 Prozent *absolut*, 22,73 *zu weiten Teilen* dahin. 31,82 Prozent hingegen werten *gar nicht*. Folglich gehen hier die Auffassungen auseinander. Es zeigt sich, dass eine Anpassung oder Nicht-Anpassung von Gremienstrukturen abgekoppelt von den organisationalen Verläufen bezüglich Direktionen oder Ressorts gesehen werden kann, aber nicht muss. Auf sechs bis zehn Jahre betrachtet, bleiben viele Probanden bei ihrer Einschätzung, dass sich dann doch etwas bewegt haben wird. 28,57 Prozent konstatieren *absolut*, 14,29 Prozent *zu weiten Teilen*. 38,10 Prozent halten mit *weniger* dagegen. Die Präferenzen gehen über alle im Sample vertretenen Gruppen. Damit liegt am Tage, dass sich zwei Sichtweisen auf die Flexibilität und Dynamik hergekommener Gremienaufstellungen für die Zukunft einnehmen lassen: Eine die diese Komponenten mit Nachdruck bekräftigt und eine,

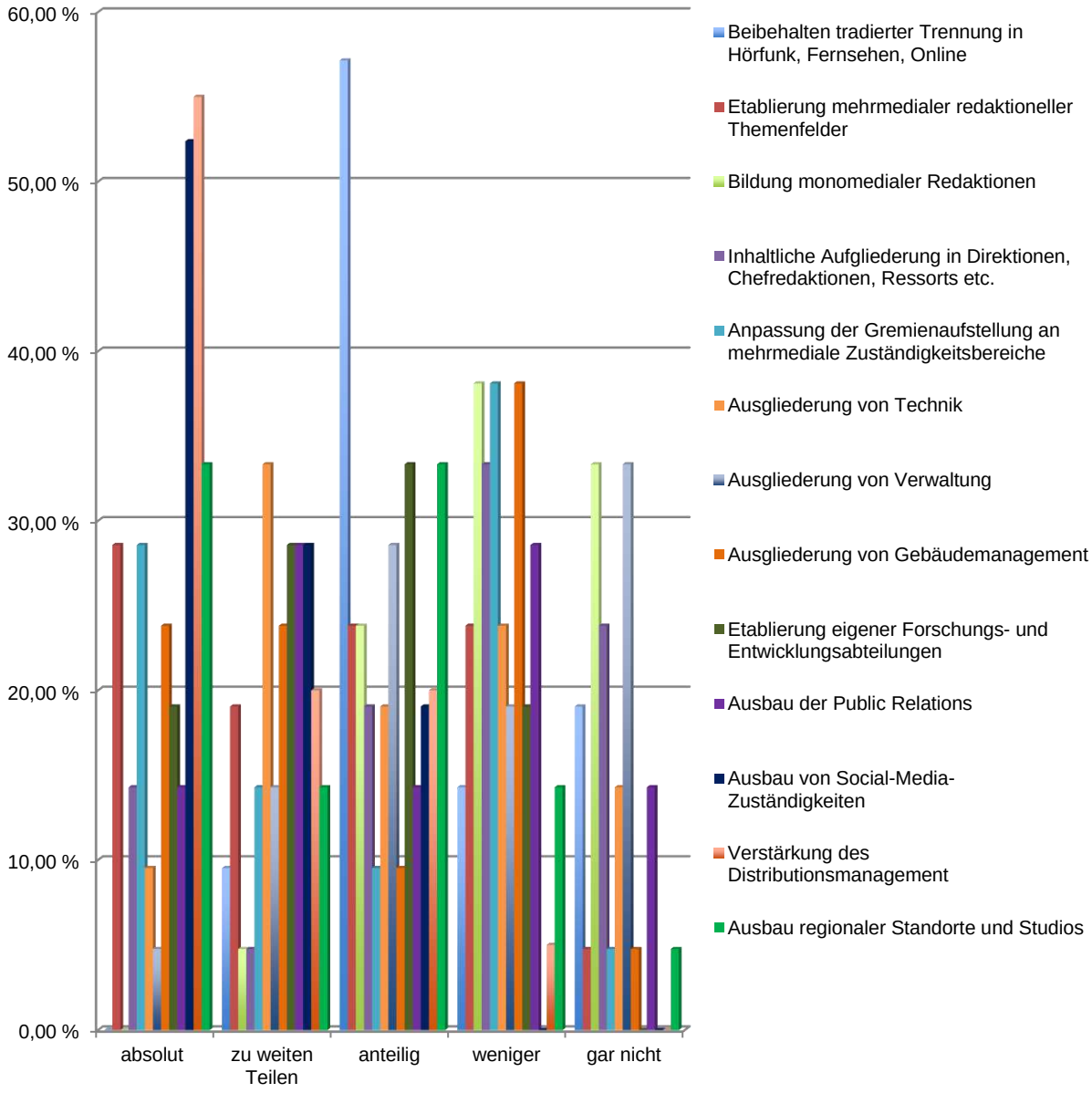
welche sie torpediert. Das Mittelfeld *anteilig* (9,52 Prozent) kreuzen vergleichsweise weniger an. Das deutet dahin, dass es in dieser organisatorischen Frage aus Perspektive der Experten um ein Entweder-Oder gehen werde.

Welle 1 hat sowohl ein allmähliches Verabschieden obsolet erscheinender Unternehmensbausteine als auch eine zögerliche Integration neuer und innovativer abtragen lassen. Welle 2 sortiert Vorschläge der Teilnehmer unter diesen Dimensionen, wie sie in der vorherigen Fragebogenrunde generierter wurden.

8b(W2). Öffentlich-rechtliche Unternehmen werden ihre Organisationsstruktur dahin gehend verändern…

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 12d_Delphi_Auswertung: Veränderung der Organisationsstruktur nach… (n=22)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Beibehalten tradierter Trennung in Hörfunk, Fernsehen, Online	0,00 %	9,52 %	57,14 %	14,29 %	19,05 %	0,00 %
Etablierung mehrmedialer redaktioneller Themenfelder	28,57 %	19,05 %	23,81 %	23,81 %	4,76 %	0,00 %
Bildung monomedialer Redaktionen	0,00 %	4,76 %	23,81 %	38,10 %	33,33 %	0,00 %
Inhaltliche Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen, Ressorts etc.	14,29 %	4,76 %	19,05 %	33,33 %	23,81 %	4,76 %
Anpassung der Gremienaufstellung an mehrmediale Zuständigkeitsbereiche	28,57 %	14,29 %	9,52 %	38,10 %	4,76 %	4,76 %
Ausgliederung von Technik	9,52 %	33,33 %	19,05 %	23,81 %	14,29 %	0,00 %
Ausgliederung von Verwaltung	4,76 %	14,29 %	28,57 %	19,05 %	33,33 %	0,00 %
Ausgliederung von Gebäudemanagement	23,81 %	23,81 %	9,52 %	38,10 %	4,76 %	0,00 %
Etablierung eigener Forschungs- und Entwicklungsabteilungen	19,05 %	28,57 %	33,33 %	19,05 %	0,00 %	0,00 %
Ausbau der Public Relations	14,29 %	28,57 %	14,29 %	28,57 %	14,29 %	0,00 %
Ausbau von Social-Media-Zuständigkeiten	52,38 %	28,57 %	19,05 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Verstärkung des Distributionsmanagement	55,00 %	20,00 %	20,00 %	5,00 %	0,00 %	0,00 %
Ausbau regionaler Standorte und Studios	33,33 %	14,29 %	33,33 %	14,29 %	4,76 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Intensiver wollen die Probanden in Welle 1 nach extern zu verlagernde Bereiche beachtet wissen. Für *Ausgliederung von Technik* zeigt der Trend über beide Zukunftsabschnitte ein konsequentes Mehr. 31,82 Prozent skizzieren *zu weiten Teilen*, 27,27 Prozent *anteilig* ein Outsourcing bereits in den nächsten zwei bis fünf Jahren. Auf sechs bis zehn Jahre gesehen, sprechen 9,52 Prozent *absolut* davon. 33,33 Prozent *zu weiten Teilen*, 19,05 Prozent *anteilig*. Bemerkenswert ist das insofern, als Items zur Zukunft journalistischer öffentlich-rechtlicher Berufsfelder und Ausbildung eine massiv zunehmende Technisierung herausstellen. Ist nun von einem in erster Linie Outsourcing in diesem Feld die Rede, wären detailliertere Maßstäbe anzusetzen: Welche Arten von Technik oder Technikaufgaben übernehmen Externe? Und aus welchen Gründen? Wirtschaftlichkeit steht zu vermuten, müsste aber wie apostrophiert über ein erneutes Zurückspielen an die Expertenrunde belegbar gemacht werden.

Enger verankert werten die Probanden die Verwaltung. 36,36 Prozent glauben *gar nicht*, je 27,27 Prozent *weniger* oder *anteilig* an ein Betrauen von Fremdfirmen mit solchen Aufgaben. Diese Werte verschieben sich gen Dekadenende. 33,33 Prozent bekräftigen *gar nicht*, 28,57 Prozent vertreten ein *anteiliges* Outsourcing, 14,29 Pro-

zent *zu weiten Teilen*. Zu erforschen wäre, welche Verwaltungsgebiete für ein Abgeben nach außen in Frage kommen. Controlling? Buchhaltung? Personal? Aus gegebenem Datenmaterial bleibt nur das Fazit zu ziehen, dass Öffentlich-Rechtliche in ihrer komplexen Organisationsstruktur nicht zwingend ein in sich geschlosser Unternehmenskosmos bleiben.

Diese Annahme unterstreicht die different eingeschätzte Komponente *Gebäudemanagement*. 27,27 Prozent sind von einer Ausgliederung zunächst *anteilig* überzeugt, 22,73 Prozent *weniger*. Auf sechs bis zehn Jahre sehen je 23,81 Prozent *absolut* oder *zu weiten Teilen* eine Übernahme solcher Aufgaben durch Fremdfirmen. 38,10 Prozent meinen *weniger.*

Belegt ist das angeklungene Zögern in strukturellen Belangen. Der Expertenpool behält seine kontroverse Einschätzung des Veränderungspotentials öffentlich-rechtlicher Organisationseinheiten bei. Dies findet Entsprechung für addierende Organisationsfelder. Dass eigene *Forschungs- und Entwicklungsabteilungen* eingerichtet werden, etikettieren 45,45 Prozent für die nächsten zwei bis fünf Jahre als *anteilig*, 27,27 Prozent als *weniger* wahrscheinlich. Für sechs bis zehn Jahre nehmen 19,05 Prozent *absolut*, 28,57 Prozent einen Fortschritt *zu weiten Teilen* und 33,33 Prozent *anteilig* dahin an. Öffentlich-Rechtliche in Europa werden also mehr und konzertierter als bisher aus den eigenen Reihen heraus Strategien, Produkte, Entwicklungen anstoßen. Gebündelte Verantwortlichkeiten etwa in einer Abteilung speziell dafür sehen die Befragten als zunehmend signifikant.

Das in folgenden Items abgeprüfte Element einer Legitimitätssicherung deutet die hier aus dem Panel in Welle 1 vorgeschlagene Rubrik *Ausbau der Public Relations* mit an. Auf die kommenden zwei bis fünf Jahre beschreiben die Beteiligten *anteilig* (31,82 Prozent) oder *weniger* (22,73 Prozent) Bewegung dorthin. Später laufen die Meinungen auseinander. Je 14,29 Prozent sagen *absolut* oder *gar nicht*. Je 28,75 Prozent *zu weiten Teilen* oder *weniger*. Es geht ergo darum, inwieweit Bestrebungen der ersten Zeitspanne als für die zweite ausreichend perzipiert werden. Im Expertenrund ist die Überlegung gegeben, dass öffentlich-rechtliche Anbieter in Europa bereits suffizient aufgestellt wären. Einigen ist eine Ausweitung der Public Relations sehr wohl angelegentlich, um Marken, Produkte – die Verfassungsform „öffentlich-rechtlich“ überhaupt – nach außen darzustellen.

Die nachkommenden drei Spalten prüfen indirekt schon mittels varianter Items abgeklärte Aspekte. Von den Befragten in Welle 1 vorgebracht, benennen 36,36 Prozent in Welle 2 einen *Ausbau von Social-Media-Zuständigkeiten* als *absolut*, 50,00 Prozent als *zu weiten Teilen* für die nahe Zukunft maßgeblich. 52,38 Prozent nehmen dies als *absolut*, 28,57 Prozent *zu weiten Teilen* weiteres gegeben. Eine öffentlich-rechtliche Schwerpunksetzung hatten bisherige Items unterstrichen.

Entsprechendes gilt für eine *Verstärkung des Distributionsmanagements*. 27,27 Prozent legen jeweils *absolut* oder *zu weiten Teilen* eine darauf zielende Strategie in den nächsten zwei bis fünf Jahren an, 36,36 Prozent *anteilig*. Für den nächsten Zeitabschnitt sind 55,00 Prozent *absolut* und jeweils 20,00 Prozent *zu weiten Teilen* oder *anteilig* der Überzeugung. Auch hier bekräftigt sich Vorheriges zur zunehmenden Relevanz varianter Ausspielwege und Plattformen.

Eine in anderen Dimensionsbezügen angeklungene Bedeutungszunahme regionalen Contents für öffentlich-rechtliche Programmangebote in Europa übersetzen die Experten in einen *Ausbau regionaler Standorte und Studios*. 31,82 Prozent prognostizieren einen solchen *zu weiten Teilen*, 27,27 Prozent *anteilig* und 18,18 Prozent sogar *absolut* für die nahe Zukunft. Für die Phase sechs bis zehn Jahre zeichnen 33,33 Prozent *absolut*, 14,29 Prozent *zu weiten Teilen* und 33,33 Prozent *anteilig* einen solchen Fortgang. Zu klären wäre an dieser Stelle, ob sich aus Warte mancher ein Saturierungseffekt merken lässt, also nur eine gewisse Anzahl regionaler Spielflächen abzuzirkeln ist, sich somit ein fortlaufender Ausbau irgendwann von selbst erübrigt? Oder ob finanzielle Gründe einen Anstoß in diese Richtung – allfällig als momentanen Trend – zwar erlauben, eine großzügige Flächenabdeckung aber zu teuer wäre? Es sind durchaus Abschattungen über eine abermalige Delphi-Schleife zu heben. Fraglich wäre, wie lange sich eine derart ins Detail schraubende Wiederholung für die Teilnehmer als attraktiv erweist. Welche Erträge könnten – bei zu erwartender Panelmortalität – noch gehoben werden, um Vorliegendes für das Erkenntnisinteresse erheblich konkreter zu ziehen? Aus der Vorrunde wie den Wellen 1 und 2 ist bereits sehr viel Valides zu schöpfen, aus dem sich Thesen zur Beantwortung der Forschungsfragen aufstellen lassen.

These 14: „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur“

Europas öffentlich-rechtliche Organigramme geben etablierte Strukturen zögerlich auf. Mehrmediale Zuständigkeiten halten in redaktionellen Zusammenhängen Einzug, ohne monomediale Inseln zu überspülen. Gremienzuschnitte gestalten sich langsamer um. Outsourcing wird die Bereiche Technik und Gebäudemanagement treffen, weniger die Verwaltung. Neue Unternehmensbausteine werden Social-Media-Abteilungen sowie Forschungs- und Entwicklungsabteilungen sein. Der Ausbau regionaler Standorte spielt in naher Zukunft eine bedeutendere Rolle als auf lange Sicht.

Um die referenziellen Bezüge der Expertenaussagen in Gruppenzugehörigkeiten und Wissensgebieten markanter zu eruieren, knüpft Welle 1 (*Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 2“*) an die Prognose zu organisationalem Wandel die Frage nach Vorbildern unter Europas öffentlich-rechtlichen Adressen. Angelegt ist darin ein Abschätzen, für wie bedeutsam die Beteiligten Unterschiede in eher föderalem oder zentralistischem Anstaltsgefüge empfinden. Welche Rolle kommt der Größe bezüglicher Medienlandschaften als Einzugs- oder Ausstrahlungsgebieten zu? Welche Prominenz schreibt man bestimmten – renommierten – Vorreitern zu?

Das Gros nennt die „üblichen Verdächtigen“, wie sie die wissenschaftliche Literatur und Forschung deklariert. Die BBC gilt als Markstein für öffentlich-rechtlichen Fortschritt. Mannigfach Genannte sind DR sowie weitere skandinavische Standorte.[1618] Bindet man solche Befunde zurück an Aussagen der Vorrunde, wird schnell evident, dass eine Vorbildhaftigkeit besonders über „Integrated Newsroom“-Konfigurationen und die multimediale redaktionelle Aufstellung nach Themenkomplexen zugeschrieben wird. Diese Gesichtspunkte lagern im Aktuellen an, wo Synergien wie in Kapitel 2.2.6 dargelegt, am reibungsfreisten zu nutzen sind. „*Eine Vergleichbarkeit ist unter bestimmten Gesichtspunkten sicher gegeben, im Allgemeinen fällt es aber schwer eine BBC gegen eine ARD zu werten*“[1619], sagt ein Proband. „*Im Grunde gehen alle in unterschiedlichem Tempo in dieselbe Richtung, aber eine ARD (föderal) ist mit einer BBC (zentral) nicht vergleichbar*“[1620], meint ein Experte. Ein weiterer extrapoliert: „*BBC – as ‘good practice’, but not as a role model for others to adopt. Systems and nations they belong to are too different*.“[1621] Als Ergebnis bleibt, dass teilweise

[1618] Vgl. Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 2“
[1619] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 2“
[1620] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 2“
[1621] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 2“

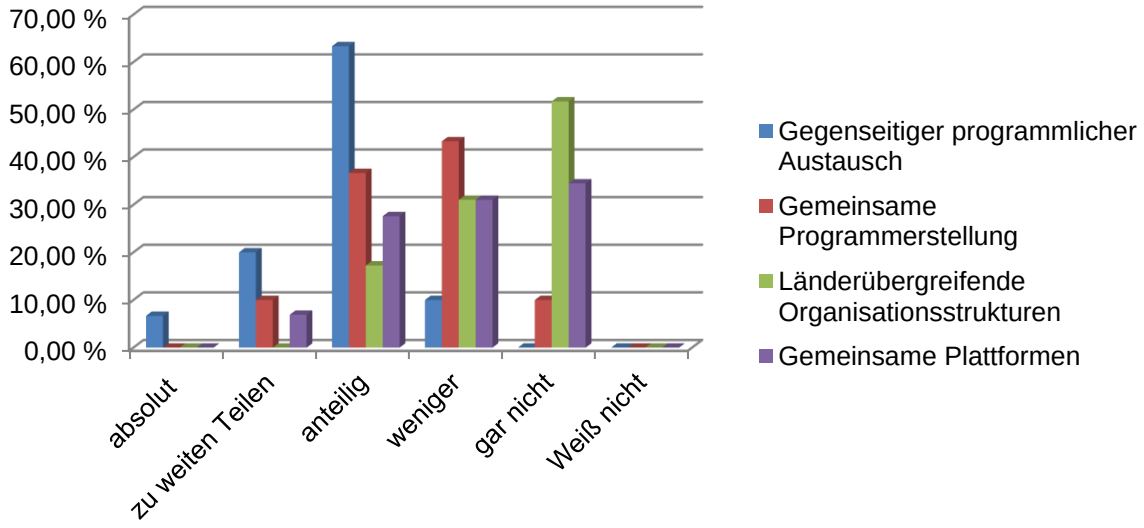
Analogiebildungen als möglich und gewinnbringend erachtet werden. Ein Gleichsetzen öffentlich-rechtlicher Standorte, ihrer Verfasstheiten oder konvergenten Fortschrittsnahmen wird aber als kaum zulässig beurteilt. Grundtenor ist aber auch: Europas Öffentlich-Rechtliche sind in besagte selbe Richtung unterwegs. Sie verfügen über Spezifika in der Anlage gegenüber Privatveranstaltern, was fallweise Vorteile und Nachteile evolvieren lasse. Reservoirs zu bündeln, um in der Gesamtheit europäischer öffentlich-rechtlicher Anbieter ökonomischer, pluralistischer, umfassender etc. aufzutreten, erwächst nicht zwingend als Konsequenz, untermauert *Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 3“*.

Die EBU-Zugehörigkeit als Klammer einer Grundgesamtheit sowie die aufgezeigten gemeinsamen Werte innerhalb dieses Verbundes legen Dynamiken nahe, die ein Nebeneinander wenigstens auf ausgewählten Gebieten in ein Miteinander überführen wollen. Die von der EU als Rahmen etablierten Bestimmungen für Europas Öffentlich-Rechtliche setzen Eckpfeiler ein, geben die tatsächliche Ausgestaltung jedoch in die Kulturhoheit der Mitgliedsstaaten. Knapp zu folgern wäre, dass es nun an den Länderanstalten selbst sei, sich – über eine EBU, mehr- oder bilateral verständigt – um internationale Synergieschöpfung zu bemühen. Aussagen in der Vorrunde bestätigen einen engen Erfahrungsaustausch der Experten aus den Gruppen „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung“, aber auch „Redaktionsleitung/Ressortführung“ mit öffentlich-rechtlichen Pendants. *Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 2“* hat prominente und meistbesuchte „Vorbilder“, wie sie die Leitfadengespräche angerissen hatten, herausgeschält.

15a(W1). In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen...

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 13a_Delphi_Auswertung: In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen… (n=30)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Gegenseitiger programmlicher Austausch	6,67 %	20,00 %	63,33 %	10,00 %	0,00 %	0,00 %
Gemeinsame Programmerstellung	0,00 %	10,00 %	36,67 %	43,33 %	10,00 %	0,00 %
Länderübergreifende Organisationsstrukturen	0,00 %	0,00 %	17,24 %	31,03 %	51,72 %	0,00 %
Gemeinsame Plattformen	0,00 %	6,90 %	27,59 %	31,03 %	34,48 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Eine Zusammenarbeit über Staatsgrenzen hinweg sehen die Experten in den nächsten zwei bis fünf Jahren punktuell. Gegenseitiger programmlicher Austausch, wie er etabliert ist, mag Bestandteil bleiben. Die Mehrheit (63,33 Prozent) ist von einem solchen *anteilig* überzeugt. 20,00 Prozent imaginieren sogar Übernahmen *zu weiten Teilen*. Anzumerken sind die in der Sampleauswahl angelegten sprachlichen Überlappungen. Ein Geben und Nehmen zwischen ORF und ARD wäre kein Problem. Minderheitenprogramme auf Ungarisch oder Slowenisch bietet auch das österreichische Öffentlich-Rechtliche. MTVA bedient eine slowenische Minorität. Damit sind die Barrieren eines Transfers medialer Produkte gesenkt.

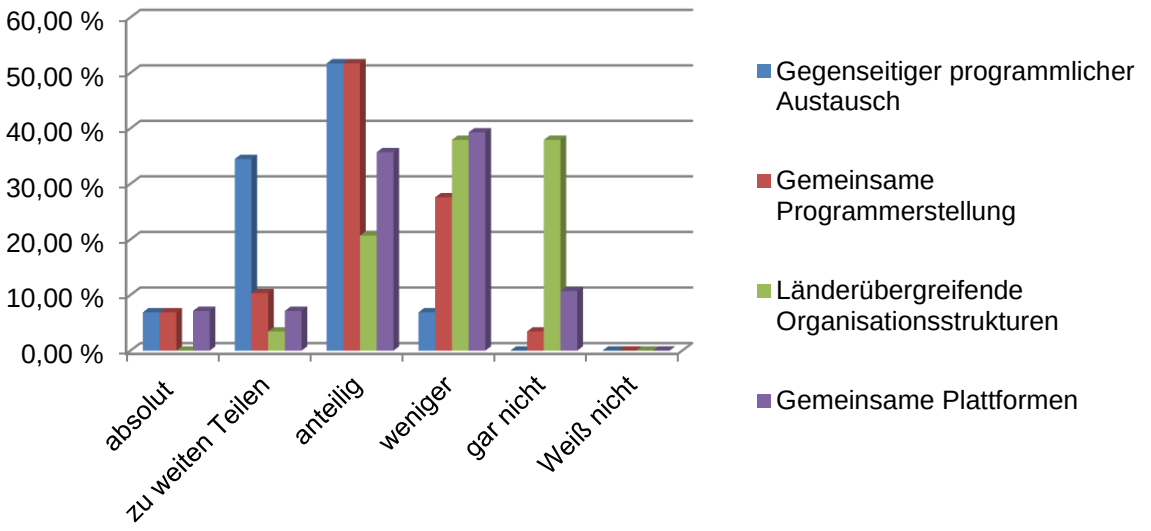
Für weniger wahrscheinlich halten die Probanden *Gemeinsame Programmerstellung* über die Länder hinweg. 43,33 Prozent sagen *weniger*, 36,67 Prozent *anteilig* solche weitergreifenden Verabredungen voraus. Diese würden nicht nur singuläre Koproduktionen betreffen, sondern ganze Sendestrecken oder Sendeflächen in konzertierte Planung und Gestaltung transferieren.

Für 51,72 Prozent ist für die nahe Zukunft ein Zusammenwachsen in länderübergreifenden Organisationsstrukturen *gar nicht* vorstellbar. 31,03 Prozent gehen *weniger* davon aus, dass multinationale Ebenen eingezogen werden, welche öffentlich-rechtliche Standorte trotz unterschiedlicher national-medienlandschaftlicher Verankerungen verbinden. Der regulatorische wie rechtliche Hintergrund gilt vermutlich als Hemmschuh, was folgerichtig für die Frage nach dem *Betrieb gemeinsamer Plattformen* ins Feld geführt werden kann. 34,48 Prozent antizipieren solche Entwicklungen für die nächsten zwei bis fünf Jahre *gar nicht*, 31,03 Prozent *weniger*, 27,59 Prozent *anteilig*. Die kommende halbe Dekade bleibt im Blick der Experten am Status Quo: Besondere Angebote (Filme, Hörspiele etc.) werden ausgetauscht, internationale Großevents (Eurovision Song Contest, Konzertveranstaltungen etc.) sternförmig zu EBU-Partnern übertragen. Flächige Sendestrecken in geteilter Verantwortung zu bespielen findet nicht statt, ebenso wenig eine verbindende Organisationsstrukturierung oder Plattformbestellung.

15b(W1). In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen...

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 13b_Delphi_Auswertung: In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen… (n=30)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Gegenseitiger programmlicher Austausch	6,90 %	34,48 %	51,72 %	6,90 %	0,00 %	0,00 %
Gemeinsame Programmerstellung	6,90 %	10,34 %	51,72 %	27,59 %	3,45 %	0,00 %
Länderübergreifende Organisationsstrukturen	0,00 %	3,45 %	20,69 %	37,93 %	37,93 %	0,00 %
Gemeinsame Plattformen	7,14 %	7,14 %	35,71 %	39,29 %	10,71 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Auf ausgedehnte Sichtweite können sich etwas mehr (34,48 Prozent statt vorher 20,00 Prozent) gegenseitigen programmlichen Austausch *zu weiten Teilen* vorstellen. Die Majorität (51,72 Prozent) verharrt bei der Annahme einer *anteiligen* Gemengelage. *Gemeinsame Programmerstellung* wird für 51,72 Prozent (statt vorher 36,67 Prozent) *anteilig* imaginierbar, 10,34 Prozent gehen *zu weiten Teilen* davon aus, 6,90 Prozent *absolut*. Die Einschätzungen verschieben sich hin zu engerer Verzahnung nicht nur spezifische Produkte und Produktionen betreffend, sondern zu geteilter strategischer und planerischer Programmgestaltung. Eine erhebliche Erhöhung der Werte in der Rubrik *Länderübergreifende Organisationsstrukturen* zieht das nicht nach sich. Die Häufigkeiten wandern bei *anteilig* (20,69 Prozent) etwas nach oben. Dafür dünnen sich zumindest die Stimmen in der Einschätzung *gar nicht* aus: von vorher 51,72 Prozent auf 37,93 Prozent. Eindeutig ist eine Absage an das Szenario solcher internationaler Ebenen über die Länderanstaltenorganigramme hinweg. Geteilter zeigen sich auf eine weitere Zukunftsbetrachtung die Meinungen hinsichtlich *Gemeinsamer Plattformen*. *Anteilig* gehen 35,71 Prozent von einer Etablierung solcher aus, 39,29 Prozent *weniger*. Anders als für die Zeitspanne zwei bis fünf Jahre finden sich Vereinzelte (jeweils 7,14 Prozent), die das *absolut* oder *zu weiten Teilen* annehmen.

Insgesamt leitet sich als These ab:

These 15: „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur“

Europas Öffentlich-Rechtliche tauschen in der kommenden Dekade verstärkt einzelne Programmprodukte aus. Gemeinsame Programmerstellung und Organisationsstrukturen bleiben unwahrscheinlich, ebenso ein mehr als peripherer Aufbau gemeinsamer Plattformen.

Die angeklungene Referenz zu Länderspezifika und öffentlich-rechtlicher Ausgestaltung als kulturellem Hoheitsgut innerhalb der EU verquickt mit folgendem Fragebogenkomplex. Dieser macht eine öffentlich-rechtliche Legitimation in gesellschaftlich-mediensystemischem Zukunftskonsens besprechbar.

5.2.6 Öffentlich-rechtliche Legitimation in gesellschaftlich-medien-systemischem Zukunftskonsens

Erkenntnisinteresse der Vorrunde hier:

Post-faktisches Offertenumfeld oder Faktencheck? Mainstream und Minderheiten? Bedingt populärer Pluralismus vs. Massentaugliche Kommerzialisierung? Region vs. Nation vs. Internationalität etc.

In der leitfadengestützten Delphi-Vorrunde klingt immer wieder der Parameter „Legitimation“ an – ein Begriff respektive ein Phänomenkomplex, wie ihn auch die Sekundärliteratur im Bezug auf öffentlich-rechtliche Veranstaltung zu fassen sucht. Kapitel 2 hat Ausführliches dazu referiert. Konsequent gibt der Fragebogen in Welle 1 Platz für dahin gehende Erklärungsmodelle im Kontext mit bestimmten Konvergenzbereichen. *Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“* widmet sich dem Objekt noch einmal gesondert.

„*Showing more of how and why they fulfill a remit for society*“[1622], bringt den Kern der meisten Einschätzungen auf den Punkt. Legitimitätssicherung knüpft das Gros eng an eine Erfüllung programmauftraglicher Vorgaben. Grundlegend gelte dabei: „*Der Auftrag ist unteilbar: Unterhaltung, Information, Sport, Kultur, Bildung etc. Alles gehört zusammen.*“[1623] „*Im Grunde steht alles im Gesetz: Bildung, Unterrichtung, Unterhaltung – so das BR-Gesetz!*“, wird erste Ansicht geteilt und mit dem Zusatz versehen: „*Unabhängige öffentlich-rechtliche Medien sind für eine Demokratie von großer Bedeutung – als Garant von Orientierung und Meinungsbildung*.“[1624] Diese Rollenzuschreibung von Extern finde nach mehrheitlich geäußerter Meinung für Europas Öffentlich-Rechtliche zunehmend weniger statt. Eine Ursache dafür ist der Majorität zu geringe Selbstdarstellung, die öffentlich-rechtlichen – meinungsbildenden und pluralistischen – Mehrwert im Publikum als Qualitätsmerkmal verankern helfe. Für die Praxis im Sinne einer Legitimitätswahrung und -beförderung prognostizieren die Experten das Motto: „*Klar erkennbar machen, wofür öffentlich-rechtlicher Rundfunk steht.*“[1625] Öffentlich-rechtliche Wertigkeiten vermuten die Probanden am ehesten indirekt über Produkte und Marken nach außen getragen. Wenige nennen „*Public Value-Berichte, Formate der Publikumsbeteiligung, aktive Eigenwerbung*“[1626] als Kenn-

[1622] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“
[1623] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“
[1624] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“
[1625] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“
[1626] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“

größen, die auf eine Stärkung öffentlich-rechtlichen Images einzahlten. Jenes konstruiere sich in der Publikumsperzeption hauptsächlich über konkrete Gehalte. „*Legitimacy basically stems from independent work, so providers ought to show their uninfluenced practice in terms of agenda setting and message creation*."[1627] Dabei gehen etliche von einer engen thematisch Kopplung an öffentlich-rechtliche Programmaufträge aus: „*Information, Bildung, Kultur, Auslandsberichterstattung, Sport*"[1628] – „*Nachrichten, Informationen, Dokumentationen, Hintergründe, Auslandsberichterstattung*"[1629] – „*Information, education at large and national sports and qualitative entertainment*"[1630].

Ein Argument, das oft geführt wird, ist jenes der ausgewogenen nachrichtlichen Berichterstattung, transparent in Rechercheweg und offen für diverse Positionen der involvierten Akteure. „*Political and economical links should be cut – political parties and commercial companies should not gain significant influence on programming and staff decisions*"[1631], empfiehlt ein Teilnehmer generell. „*More independence from political and economical stakeholders*"[1632], erfährt dieses Zustimmung. Ohne Zweifel ist die Panelmehrheit, dass es eher nationale Inhalte der Berichterstattung sein werden, denn internationale, auf die Europas Öffentlich-Rechtliche abzuheben haben werden. „Das Regionale" erklären nicht wenige zum Nukleus: „*Regional coverage, political unbiased information, minority and majority interests are covered*"[1633] – „*Regionale Informationen und Erklärung, Einordnung komplexer Zusammenhänge für die unmittelbare Lebenswelt*"[1634] – „*Fiktionale Inhalte mit Bezug zur Lebenswelt und Biografie der Nutzer*"[1635], lauten Statements in diesem Tenor. Verzahnt ist mit diesen Standpunkten zu aktueller Berichterstattung nicht selten die Ausdehnung auf den non-fiktionalen Bereich. „*Regionales hochwertig aufbereitet, einheimische Filmemacher, lokale Schauplätze statt Blockbuster*"[1636], entwirft ein Teilnehmer wahrscheinliche Wegnahmen. „Das Lokale" verbindet sich schließlich mit einem Detailblick auf gesellschaftliche Gefüge im Kleinen und sucht diese wiederum im Großen zu positionieren:

[1627] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1628] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1629] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1630] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1631] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1632] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1633] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1634] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1635] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"
[1636] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1"

„*Anything that deals with social inclusion, involving special social groups into the 'large' society*“[1637]. Soziale Inklusion fällt als Schlagwort mehrfach im Panel.

Weniger einig sind sich die Beteiligten darin, wie die als einzubeziehend ausgeschilderten Kulturen, Subkulturen, gesellschaftlichen Gruppen praktisch zu bedienen sind. „*Social inclusion – protection of national cultural heritage*“[1638], liest sich eine als potentiell erkannte Zugangsweise. Diese setzt auf das hereinholende Element von – umfassenden und stabilen – Kulturen, die neue und andere Strömungen in sich aufnehmen können und zum Aspekt des Gesamten machen wollen, diesen also auch offensichtlich Gehör schenken und Stimme geben.[1639] Ein Zerfasern im Klein-Klein sehen andere als bedingt sinnhaft: „*Ein wesentlicher Bestandteil der Legitimitätssicherung ist jedoch auch, dass die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten weiterhin große Teile der Bevölkerung erreichen und dementsprechend auch niederschwellige Angebote für alle Zielgruppen bereitstellen. Ein reiner 'Elitenfunk' verliert seine Glaubwürdigkeit und Legitimität in großen Teilen der Bevölkerung*.“[1640] Angerissen ist damit die Frage nach der Bedeutung einer Dimension wie „Qualität“ als legitimitätssichernd. „*Quality products as feature films and radio drama*“[1641], benennt eine Seite als essentiell. Eine andere macht deutlich, dass Höhenkammproduktionen und -inhalte ein öffentlich-rechtliches System für eine Gesamtgesellschaft kaum tragfähig erhalten können: „*Würde man die öffentlich-rechtlichen Sender auf einen reinen Bildungsauftrag reduzieren, würden sie zu dann noch schwerer legitimierbaren allgemeinfinanzierten Randsendern.*“[1642] Verifiziert ist sogleich eine Diskrepanz, wie sie die Vorrunde dieses Delphi erkennen hat lassen: Für welche Publika meint was „Qualität“? Welches könnten Gradmesser sein? Und ist „Qualität“ als Kriterium vielleicht nur eines unter vielen anderen, womöglich angesichts öffentlich-rechtlichen Legitimationsbedarfs gewichtigeren? *Fragebogenitem „USP Öffentlich-Rechtlich 1a“* nimmt sich dieser Auseinandersetzung im Sample an. Bereits aus bisherig Abgeleitetem ist evident:

[1637] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“
[1638] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“
[1639] Vgl. Kapitel 2.3.2.1
[1640] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“
[1641] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“
[1642] Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“

These 16: „Öffentlich-rechtliche Legitimation“

Europas Öffentlich-Rechtliche richten ihre Anstrengungen zur Legitimitätssicherung eng am jeweiligen Programmauftrag aus. Dabei wird ein – ausgewogenes, meinungspluralistisches – Herunterbrechen eben jener Anforderungen auf regionalbezogene Medienprodukte wesentlich. Metakommunikative Legitimierungsansätze über Public Value-Berichte oder Diskussionsveranstaltungen bleiben marginal.

5.2.7 USP Öffentlich-Rechtlich

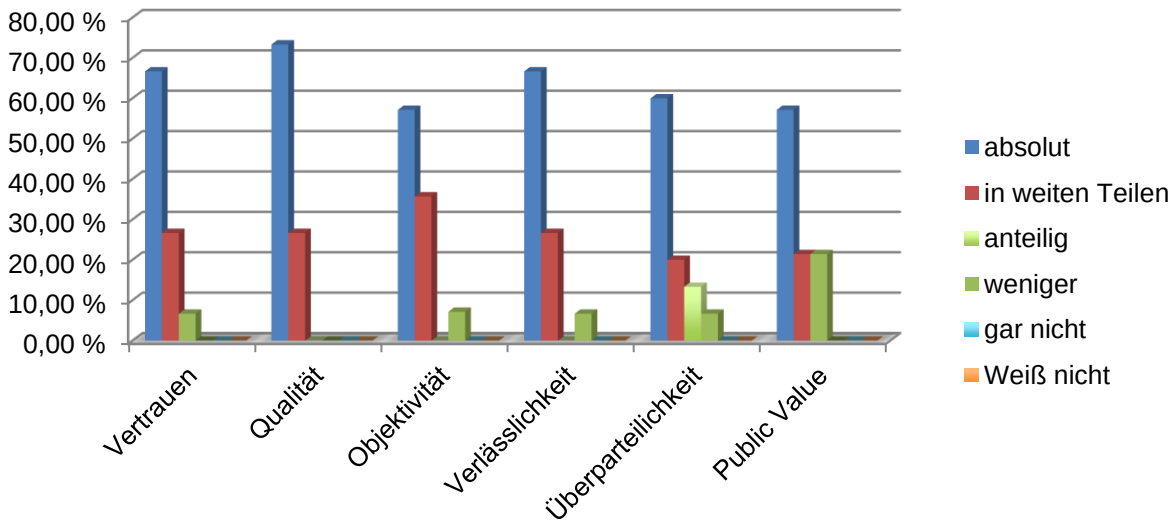
Erkenntnisinteresse der Vorrunde hier:

Qualität, Objektivität, Vertrauen vs. Zugängliche, auffindbare und verlässliche Inhalte vs. Dachmarke, Wellenmarke, Sendungsname, ModeratorInnenpersönlichkeit etc.

Die Literaturrecherche zum Gegenstand „öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Europa“ spült über die Dekaden bis heute viel historisch Gewachsenes und politisch Kontroverses herauf. An neuralgischen Loci jeweiliger Geschichte öffnen oder beschränken Regierungen – mit oder ohne parlamentarische Zustimmung – „ihren“ Öffentlich-Rechtlichen, fordern Bürgerinnen und Bürger programmatisch und strukturell Alternatives ein. Kapitel 4 komprimiert Wesentliches dazu für die vier Standorte im Delphi-Sample. Solcherlei Bewegtheit nimmt die Vorrunde dieser Studie folgerichtig auf, wenn sie – mögliche – essentielle Kategorien eines „USP Öffentlich-Rechtlich“ in Diskurs bringt. Welle 1 will in *Fragebogenitem „USP Öffentlich-Rechtlich 1a“* als neuralgisch genannte Aspekte sortieren.

17(W1). Öffentlich-rechtliche Medienanbieter werden künftig ihren „USP Öffentlich-Rechtlich“ zu gründen suchen auf Begriffen wie…

Abb. 14_Delphi_Auswertung: „USP Öffentlich-Rechtlich“ wird gründen auf... (n=30)



Item	absolut	zu weiten Teilen	anteilig	weniger	gar nicht	Weiß nicht
Vertrauen	46,67 %	26,67 %	6,67 %	20,00 %	0,00 %	0,00 %
Qualität	40,00 %	20,00 %	26,67 %	13,33 %	0,00 %	0,00 %
Objektivität	34,48 %	24,14 %	27,59 %	13,79 %	0,00 %	0,00 %
Verlässlich-keit	36,67 %	26,67 %	10,00 %	26,67 %	0,00 %	0,00 %
Überpartei-lichkeit	30,00 %	10,00 %	13,33 %	23,33 %	23,33 %	0,00 %
Public Value	37,93 %	13,79 %	37,93 %	10,34 %	0,00 %	0,00 %

Quelle: Weichselbaumer 2017

Die Liste der Parameter, welche in der Vorrunde gesammelt werden konnten, ist in den vergleichenden Bewertungen inhomogen. Keinesfalls lautet das pauschale Urteil der Experten, sämtliche Begriffe wären wichtig und stünden somit absolut für einen „USP Öffentlich-Rechtlich“. *Vertrauen* ist das, was es nach Expertenmeinung in erster Linie zu gewinnen und zu halten gelte. 46,67 Prozent setzen diesen Faktor als *absolut*, 26,67 Prozent *in weiten Teilen*. Der unter vorherigem Item kontrovers eingeschätzte Begriff *Qualität* findet 40,00 Prozent *absolute* Befürworter. 26,67 Prozent sind aber nur *anteilig* der Meinung, dass hierin Erklärgewicht für eine öffentlich-rechtliche Alleinstellung begründet sein kann. *Objektivität* halten die Panelisten für verschiedentlich einzustufen. 34,48 Prozent glauben daran als *absoluten* Indikator öffentlich-rechtlichen USP. 24,14 Prozent *zu weiten Teilen*, 27,59 Prozent werten *anteilig*. Relation findet das in den Einschätzungen einer *Überparteilichkeit*. 30,00 Prozent gehen davon als *absolute* Zuschreibung aus, die sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa geben oder verdienen sollte. 23,33 Prozent jeweils sind der Ansicht, dies werde *weniger* oder *gar nicht* der Fall sein. Experten, die diesbezüglich skeptisch sind, ordnen sich nahezu gänzlich den Gruppen „Redaktionsleitung/Ressortführung“ (das über alle vier Standorte hinweg verteilt, mit etwas mehr Überhang bei ORF und MTVA) sowie „Wissenschaft/Forschung“ zu. In der Selbstzuschreibung „Innovations-management/Unternehmensplanung“-Zugehörige voten die Kategorie höher. Paralleles gilt für *Public Value*. Speziell Probanden aus dem letztgenannten Sektor stimmen für eine *absolute* Bedeutung (37,93 Prozent) des Segments. 13,79 Prozent gehen *zu weiten Teilen*, allerdings abermals 37,93 nur von einer *anteiligen* Wichtigkeit aus.

Ebenfalls diskrepant erachten die Beteiligten *Verlässlichkeit*. 36,67 Prozent sehen darin *absolut* öffentlich-rechtliches Alleinstellungspotential, 26,67 Prozent zu *weiten Teilen*, 26,67 Prozent hingegen *weniger*. Damit ist ein weiterer Hinweis erbracht,

dass solche Schlagworte am Ende des Tages einer semantisch klaren Füllung bedürfen. Die Analyse der von den Experten abgegebenen Erläuterungen zu ihren Befunden ist erhellend. Für einige ist der ideelle Fahrplan zum „USP Öffentlich-Rechtlich“ eindeutig auszulegen:

> „*Vertrauen – Image; Qualität – Inhalte und Produktionen; die tiefer gehen als der allgemeine Medienmainstream; Themen und Schwerpunkte setzen; Objektivität – Darstellung unterschiedlichster Perspektiven und Darstellungsformen; Verlässlichkeit – schnelle und fachkundige Information und Einordnung (Fachexpertise); Überparteilichkeit – kritischer und konstruktiver Journalismus; Verifikation; Investigativer Journalismus; Public Value – Agenda Setting; Emotionaler Wert des Öffentlich-Rechtlichen für die Gesellschaft; Überzeugende Produkte und Inhalte.*“[1643]

Andere suchen nach konkreter Umsetzung abstrakter Konzepte. Die Ideen sind zählbar und wenig illusionistisch: „*I have unfortunaltely no idea except for an independent international board for observing the trust, quality etc. of public broadcasting services*.“[1644] – „*In dem man nur mit gut ausgebildeten, gebildeten, heterogen sozialisierten Menschen arbeitet. In dem man ein Controlling installiert bzw. beibehält und ausbaut*.“[1645] – „*Schwer messbar, aber: möglichst keine Fehler machen und transparent sein*.“[1646] Transparenz verankern mehrere in einer öffentlich-rechtlichen Gangart, welche sich nachhaltig um „*Authentizität und Identifizierung von ‘Urhebern’ in der Berichterstattung, insbesondere beim Umgang mit Inhalten und Quellen aus sozialen Medien*“[1647] bemüht. Ein Experte stellt den Vorschlägen, die unisono dahin gehen, dass Öffentlich-Rechtliche ihren UPS aus sich selbst heraus, über Programminhalte und nach extern zielende Unternehmenskommunikation zu formen suchen werden, die Möglichkeit anbei, „*Public Value-Berichte, Nachhaltigkeitsberichte und unabhängige Studien*“[1648] von Dritten als neutrale kritische Perspektive zu befördern.

Grundlegend wird die Problematik orbitant, ideelle Wertigkeiten in praktikable Maßnahmen zu übersetzen, welche wiederum zur Manifestation besagter Wertigkeiten – und das in deren intendierter Interpretation beim Gegenüber – führen. Unzureichend muss an diesem Punkt ein bloßes Quantifizieren von – theoretischen – Spezifika bleiben. Welle 2 nimmt diese Schwierigkeit noch einmal in empirischen Angriff

[1643] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1644] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1645] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1646] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1647] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1648] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“

und will einen „USP Öffentlich-Rechtlich“ in Ausrichtung, Umsetzung und prognostizierender Entwicklung über *Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“* schaubar machen, um zu einer Thesenbildung zu kommen.

Die offene Orakel-Frage nach einem wahlweise „Wohin“ oder „Was tun“ oder „Was lassen“ oder all dem und noch mehr beantwortet das Panel konkordant zu bisherigen Analyseergebnissen. Etlichen Probanden geht es um die elementare Überlegung: Überleben oder nicht Überleben des Öffentlich-Rechtlichen in Europa – *„Es ist immer Licht am Ende des Tunnels“*[1649] *– „Stillstand ist der Tod“*[1650]*.* Dabei zeigt sich in der Auswahl der Argumente eine Bandbreite als relevant erachteter Gesichtspunkte. *„Public Service Broadcasting in Europe has never been in a situation more competitive concerning its values and its legitimacy. The future will lie in the ability to living up to that challenge – or giving up on a public broadcasting system at all“*[1651]*,* resümiert ein Teilnehmer. Wie solcher Herausforderung erfolgreich zu begegnen ist oder sein könnte, heben mehrere Stimmen aufs Tapet. *„Setze auf die Kernkompetenz von Information und stärke die Authentifizierung von Inhalten und Quellen!“*[1652]*,* rückt Transparenz und Verlässlichkeit der Aktualitäten ins Licht. Die Berücksichtigung ausdifferenzierender Zielgruppenkulturen findet Betonung: *„PSM will have to adopt to a society fragmenting. Former minorities by origin or belief will be replaced by categories of special interest or media usage, subcultural groups will find together and dissolve at different speed.“*[1653] Häufig artikuliert ist der Brückenschlag zwischen dem, was Programmmachende anbieten und dem, was das Publikum erwartet beziehungsweise erwarten kann. Letzteres knüpft sich für die Beteiligten an den Programmauftrag.

> *„Public Service Broadcasting will continue its broad coverage of topics from different angels and benefit from a remit that forces them – theoretically – to do so.“*[1654]

> *„PSM should not forget its remit in the race for keeping up with each and every technological development.“*[1655]

Die Apostrophierung eines „öffentlich-rechtlichen Mehrwerts“ setzen Beteiligte auf internen wie externen Ebenen. *„Wenn sich das öffentlich-rechtliche System auf seine*

[1649] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1650] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1651] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1652] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1653] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1654] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“
[1655] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“

programmauftraglichen Grundwerte besinnt, sich nicht beim Publikum anbiedert, sondern gestanden seinen Mehrwert ins Licht rückt, wird es vielleicht in gekappter Ausstattung dennoch weiter bestehen"[1656], forciert die Kommunikation eines USP nach außen. Ähnliches liest sich so: *„Kernkompetenzen im konvergenten Trubel wahren!"*[1657] Logisch daran setzen lässt sich: *„Ohne klare Benennung öffentlich-rechtlicher Wertigkeit für die Gesellschaft wird diese ihre Zahlungsbereitschaft zumindest überdenken."*[1658] Andere Experten richten diese Stärkung, Artikulation, Belebung „des Öffentlich-Rechtlichen" in eine Mitarbeiterschaft hinein: *„An alle Mitarbeiter: immer daran denken, für was für eine Organisation man arbeitet"*[1659] – *„Nicht weg ducken, zu eigenem Mehrwert stehen"*[1660] – *„Tue Gutes und rede darüber (Wert der Arbeit für die Gesellschaft erkennbarer machen)"*[1661].

Wenige Statements unterstreichen eine – auch – politische Folie, vor der Europas öffentlich-rechtliche Anbieter jeweils wie stets zu verorten seien: *„The political pressure will be increasing as well as the role of PSBing as tool of political communication – the consequence will be the marginalization of PSBing. It will survive."*[1662] Wie genau dieses Überleben aussieht oder aussehen könnte, findet sich verschieden ausgemalt und begründet: *„PSB will take on challenges of convergence in a slow path, trying not to endanger 'safe' ground"*[1663] – *„By the end of the day, the audience is deciding on which form type of media they want to support in what kind of system"*[1664].

These 17: „USP Öffentlich-Rechtlich"

Europas Öffentlich-Rechtliche werden ihren USP über Parameter wie „Vertrauen" und „Verlässlichkeit" zu verankern suchen. Diese Argumentation läuft über die Kopplung an den Programmauftrag und eine resultierende mediensystemische Mehrwertigkeit. Weniger werden sich Europas Öffentlich-Rechtliche in eine Diskussion politischer Ab- oder Unabhängigkeiten begeben.

[1656] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"
[1657] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"
[1658] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"
[1659] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"
[1660] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"
[1661] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"
[1662] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"
[1663] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"
[1664] Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2"

5.2.8 Resümee der Wellen 1 und 2

Die Datenauswertung der Wellen 1 und 2 ineinander zu führen hat Vorteile gezeitig. Items konnten in ihrer Fortschreibung über die Runden hinweg verfolgt werden. Sie mussten nicht an späterer Stelle wiederholt aufgerollt werden. Eine Thesenableitung blieb in der Abfolge der aufeinander bezogenen Fragebogendramaturgien als quantitativer wie in erklärenden Zusätzen qualitativer Richtschnur. Bei Prüfung von mehrmals ident oder modifiziert erhobenen Meinungen galt es, die Rückbindung an die jeweils bestimmende Grundgesamtheit (Welle 1: n=30; Welle 2: n=22) transparent zu halten. Bei solchen für eine Delphi-Studie hinreichenden, dennoch für quantifizierende Stichfestigkeiten bedingt robusten Teilnehmerzahlen war in der Regel eine Analyse auf Trends und Tendenzen ertragreicher. Diskussionslagen innerhalb der Expertengruppen wurden so schaubar. Ableitungen gestalteten sich als Thesen, welche das Schlusskapitel in Zusammenschau und Ausblick aufbereitet. So mögen sie den bestehenden Diskurs bereichern und zu wissenschaftlicher Auseinandersetzung anregen.

6 Zusammenschau und Ausblick

Ausgang nahm diese Delphi-Studie als breit angelegtes Unterfangen. Nicht zuletzt ob der diffusen Forschungslage bezüglich medienkonvergenter Begrifflichkeiten, Theorien und Modelle amplifizierte die Arbeit ihr europazentriertes Erkenntnisinteresse.

> **Welche Bedeutung hat Medienkonvergenz heute konkret für die unternehmensplanenden und journalistischen AkteurInnen öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa?**
>
> **Wie bewerten die unternehmensplanenden und journalistischen AkteurInnen öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa die zukünftige Relevanz von Medienkonvergenz?**

Über einen *Most different systems*-Ansatz ließen sich aus der Grundgesamtheit der EBU-Mitglieder vier öffentlich-rechtliche Größen über ein kategoriengeleitetes Raster gewinnen. Als maßgeblich bestätigten sich die Rubriken „Ausprägung des umfeldbestimmenden Medienregulierungsstils“, „Finanzierung“ sowie „Öffentlich-rechtliche Organisationsform“. Für Deutschland lag der Fokus auf der ARD als föderalistisch strukturiert, konturiert über einen Light Touch-Medienregulierungsstil und ausgestattet über Haushaltsabgaben in erster Linie. Der ORF für Österreich bewegt sich ebenso in einer Umgebung, dem Light Touch-Medienregulierungsstil zuzuordnen, hingegen mit der Besonderheit eines Single Regulators. Vorrangig beitragsgespeist ist das Organigramm des ORF stark zentralistisch verankert. Das slowenische RTV SLO ist anteilig gebühren- und werbe-/sponsoringbetrieben. Der Organisationsaufbau kennt einen bedeutsamen Kern mit föderativ aufgespannten Satelliten. RTV SLO bewegt sich in klientelistischer Medienregulierungslandschaft. Ebenfalls in solcher lokalisiert Ungarns MTVA, de facto staatlich finanziert und zentralistisch aufgebaut.

Für alle vier Standorte suchte die Delphi-Studie Experten aus den drei Bereichen „Innovationsmanagement/Unternehmensplanung“, „Redaktionsleitung/Ressortführung“ und „Wissenschaft/Forschung“ zu gewinnen, um diverse Wissensbereiche – Kontextwissen, Betriebswissen, Deutungswissen etc. – aufzuschließen. Die Vorrunde fand über qualitative Leitfadengespräche mit 15 Teilnehmern als Schnittmenge des Samples zu deduktiv abgeprüften und induktiv abgeleiteten Dimensionen. Aus denen ließ sich der Fragebogen der Welle 1 konstruieren. 30 Probanden trugen vorwiegend quantitative Bewertungen – mit bisweilen qualifizierenden Einordnungen –

bei. Der zu beurteilende Zukunftshorizont war zweigeteilt. Abgerufen wurden Einschätzungen auf die kommenden zwei bis fünf Jahre, um die nächsten zu vermutenden Schritte zu erheben. Gegebenenfalls neu zu sortieren waren Prognosen auf sechs bis zehn Jahre. Damit ließen sich mögliche Trends und Brüche ausmachen. In einem Feedbackbogen in den Umfragesprachen Deutsch und Englisch wurden die Ergebnisse der Welle 1 ohne Wertung aufbereitet und den Probanden vor Beantwortung der Welle 2 anonymisiert zur Verfügung gestellt. An Welle 2 nahmen 22 Experten teil. Kapitel 5 hat die Rundenauswertungen der Delphi-Studie vorgenommen und Thesen abgetragen. In den Fällen, in denen Senderzugehörigkeiten oder nationale Verankerungen in der Bewertung der Items Signifikanz zeigten, wurde dies erläutert. Generell war in den Antworten eine Durchmischung über die in der Rekrutierung eingezogenen Gruppeneinteilungen hinweg zu konstatieren. Die Selbsteinschätzungen der Inkludierten zeigen Überlappungen der medienkonvergenten Kompetenzfelder. Als Vita wurde gängig eine international aufgespannte Ausbildung, Berufspraxis oder Interessensetzung angegeben. Die Aufbereitung der Thesen ist das Produkt des Gesamtpanels dieser Studie. Sie nimmt keinen Versuch einer Differenzbetrachtung mehr vor.

These 1: „Definition“

„Medienkonvergenz“ ist als bedingt dehnbares semantisches Gefäß brauchbar zur Beschreibung eines Phänomenkomplexes im Wandel. Ob dessen Dynamik bedarf es eindeutiger Verortung und Benennung von Bezugsobjekten.

Der Terminus „Medienkonvergenz“ ist den Probanden als praktisch wie theoretisch situations- und objektbezogen zu spezifizieren. Gleiches gilt für den damit angesprochenen Grad eines „Annäherns“, „Zusammenkommens“, „Zusammenwachsens“ oder „Ineinanderlaufens“. Eine semantische Eindeutigkeit fehle. Zugleich begreifen die Beteiligten „Medienkonvergenz“ eben ob dieser Flexibilität als durchaus handhabbar, um mediale Momente des Wandels in Status Quo wie Verlauf zu beschreiben. Die Notwendigkeit sich stets zu vergegenwärtigen, was man – und das Gegenüber – unter „Medienkonvergenz“ verstehe oder verstehen könne, erhalte die akademische wie berufsalltägliche Diskussion aufmerksam für das gegenstandsinhärente Element einer Dynamik. Eine solche Dehnbarkeit des Begriffs berge Potential für Missverständnisse. Solche ergeben sich wie der Studienverlauf über mehrere Delphi-Runden zeigt, weniger über sprachliche Unterschiede etwa zwischen Deutsch, Österreichisch, Ungarisch, Slowenisch, als über die Bezugsflächen, welche

„Medienkonvergenz“ im Dafürhalten der Teilnehmenden in unterschiedlichen Gewichtungen besetzt.

These 2: „Definition“

> ***Technische Medienkonvergenz*** **wird vor** ***Rechtlicher Konvergenz/Regulierung*** **der beachtenswerteste Faktor einen Medienwandel in Europa betreffend für das Intervall von zwei bis fünf Jahren sein. Auf längere Sicht überholt letztere Kategorie und wird ausschlaggebend. Auch eine** ***Konvergenz der Nutzung*** **setzt sich dann vor** ***Technischer Konvergenz*** **ab.** ***Inhaltliche Konvergenz*** **bleibt in ihrer Bedeutung kontrovers erachtet.**

Die aus der Sekundärliteratur gehobene Vierteilung in technische, wirtschaftliche, inhaltliche Medienkonvergenz und jene der Nutzung erfährt über die Fragebogenrunden Ergänzungen rechtlicher Gesichtspunkte und solcher der Regulierung. Bemerkenswert ist deren Bedeutsamkeit über beide Untersuchungsintervalle hinweg. Auf die nahe Zukunft sehen die Teilnehmer technische Gegebenheiten als bedingend. Legislative Rahmensetzung rückt als determinierend an zweite Stelle. Bis zum Ende der Dekade liegt hierin der belangreichste Faktor. Technische Möglichkeiten rutschen hinter deren Ausschöpfung durch Nutzende. Bei den Rezipienten verorten die Probanden – im Rahmen rechtlichen und regulativen Umfeldes – die wesentlichen Konvergenzimpulse. Das wissenschaftlich als so diffizil zu greifend deklarierte Feld inhaltlicher Konvergenz setzen die Befragten nach hinten. Dies passiert auch aus praktischer Draufsicht, was zumindest an diesem Punkt einem weidlich ausgerufenen „Content is king“ in medienkonvergenten Zusammenhängen ein Fragezeichen beigibt.

Bestätigt findet sich das schon widerlegte und eingangs konvergenter Auseinandersetzungen erklärte Bestreben,[1665] über die Schöpfung bestimmter Synergien erhebliche pekuniäre Einsparungen zu erreichen. Konsequent werten die Probanden wirtschaftliche Aspekte verglichen mit anderen Konvergenzbereichen als nicht unwesentlich, aber auch nicht erstrangig für weitere öffentlich-rechtliche Strategiesetzung. Nachstehende Thesen fokussieren jeweilige Konvergenzareale.

These 3: „Technische Konvergenz“

> **Lineare und non-lineare Angebote sind als zwei gesonderte Phänomene nach eigenen Spezifika abzuklopfen. Öffentlich-Rechtliches in Europa muss beide einbeziehen, um laut Programmauftrag einem Gesamtpublikum gerecht zu werden. Das Offertenvolumen erweitert sich merklich gen Non-Linear.**

[1665] Vgl. Kapitel 2.2.4.2

Die Bezugsgröße „Technische Konvergenz“ beurteilt sich zweistrangig. Lineare Angebote sehen die Experten als solide Bestandteile des öffentlich-rechtlichen Portfolios, wenn auch nicht mehr engagiert apostrophiert. Der Einbezug relevanter gesellschaftlicher Gruppen sei ein Grund an Tradiertem festzuhalten. Angeführt sind darüber hinaus der Event-Charakter bestimmter Premieren, Live-Ereignisse etc. oder die von Rezipienten gesuchte Agenda-Settingfunktion und journalistische Vorsortierung von Themen oder deren Darstellung. Diese Annahmen rekurrieren auf einen fürderhin begrenzten linearen Umfang. Der non-lineare Sektor weitet sich nach Expertensicht bis Ende des zweiten Prognoseintervalls deutlich aus. Zweitverwertungen von Linearangeboten und zunehmend originär für den non-linearen Abruf Gestaltetes fielen darunter. Interessant bleibt die Bipolarität dessen, was fix versendetes lineares Programm auf der einen Seite an möglichem Nutzen besitzen kann, und dem, was non-linear asynchron und portabel bereitgestellter Content – eben auch zu seinen bestimmten Initialzeiten – an alternativer Wertigkeit erzeugt oder erzeugen mag. Aus Warte der meisten Partizipierenden sind zwei distinkte Felder unter je Wesenhaftem auf Zukunftsfähigkeit zu prüfen. Eine einfache Rechnung zwischen niveaugleichen Optionen sei nicht aufzumachen wie in der Vorrunde von Einzelstimmen propagiert. Europas Öffentlich-Rechtliche werden im kommenden Zehnjahresabschnitt beide Bereiche bespielen, wenn auch den non-linearen innovativer und ausgedehnter begleiten wollen, filtern die Panelurteile. Daran kopple eine profunde Aus- und Weiterbildung der Akteure.

These 4: „Technische Konvergenz“

Basierend auf einer multimedialen akademischen wie innerbetrieblichen Ausbildung werden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Europa neben Allroundern auch Experten für einzelne Ausspielwege und Formate aufzubauen haben. Quereinstiege sind nach wie vor denkbar.

Die Journalistenausbildung beschreiben die Probanden wie bisher als akademische und innerbetriebliche. Erstere werde unbedingt auf multimediale Grundausstattung abheben. Im Unternehmen seien (später) Weichenstellungen in klare Richtungen möglich. Dabei fänden grundsätzlich Allrounder einen Platz, seltener ausgewiesene Fachleute. Diese bräuchte es nichtsdestoweniger für – hochqualitative – Nischen. In dem Zusammenhang würden die öffentlich-rechtlichen Veranstalter besonders auf Quereinsteiger setzen, was einer Argumentation in Richtung eigener Pro-

fessionalisierung nach Sparten entgegenläuft. Interne Experten- und Nischenausbildung in intensivem Umfang sehen die Befragten kaum, dafür ausgedehnte multimediale Schulungsprogramme für Mitarbeitende eher monomedialen Hintergrunds, welche nachrüsten wollen oder sollen. Kommende öffentlich-rechtliche Mitarbeitergenerationen bekämen unstrittig multimediale Befähigung vermittelt. Öffentlich-rechtliche und externe Adressen der Journalistenausbildung – Universitäten, Hochschulen, Medienakademien etc. – großflächiger zusammenzubinden und beispielsweise duale Studienkonzepte zu erstellen, imaginiert das Sample kaum. Eher skizziert sich der Zugang von außen als bereits namhafter Blogger, YouTuber – als Social-Media-Marke.

Obige Szenarien durchlaufend merken die Befragten eine gewichtige Technisierung journalistischer Berufe an. Zugleich erfolgt die Warnung, just darüber nicht eine journalistische Ethik zu vergessen. Mehr noch als in externer Ausbildung verankert das Panel derlei Wertigkeitsvermittlung als Unabdingbarkeit öffentlich-rechtlicher ergo anstaltseigener Nachwuchsbildung.[1666] Die Signifikanz einer perzipierten „Sondervalidität öffentlich-rechtlich“ spiegelt sich neben der tatsächlichen Umsetzung im technisch aufbereiteten und distribuierten Produkt auch im perspektivierten technischen Fortgang.

These 5: „Technische Konvergenz“

Europas Öffentlich-Rechtliche suchen technische Orientierung in erster Linie im Austausch miteinander, sei es im EBU-Verbund oder bilateral. Kooperationen mit staatlichen Stellen ergeben vor solchen mit der freien Wirtschaft das weitere technisch bedeutsame Schöpfungspotential.

Die vom Delphi-Rund für Europas Öffentlich-Rechtliche sämtlich attestierte Notwendigkeit einer technischen Fort- und Weiterentwicklung – um am Puls der medienkonvergenten Zeit zu bleiben oder diesbezüglich eine Pole-Position einzunehmen – benennt eindeutige Orientierungspunkte. Besonders andere ebenfalls öffentlich-rechtlich verfasste Medienhäuser seien es, die kommend Impulse setzen und kooperierend zur Seite stehen würden. Bilaterale Verbünde und Projekte sind für die Experten ebenso denkbar wie eine Zusammenarbeit auf breiterer EBU-Basis. Nachordnung erfahren Verbindungen mit staatlichen Stellen (Netzagenturen-, Wissenschafts- und Forschungsministerien etc.), welche die Probanden als technische Optimierung

[1666] Eine spezifische Diskussion des semantischen Gehalts apostrophierter Ethik(en) und Wertigkeit(en) avisierte diese Delphi-Studie nicht. Ergo lässt sich an dieser Stelle im Ergebnis nur mit einem theoretischen Gefäß, das es terminologisch aufzuladen gelte, operieren.

unterstützend begreifen. Hierein spielen etwa Verpflichtungen zu technischer Innovation in Rundfunkstaatsverträgen oder Rundfunkgesetzen, die öffentlich-rechtlichen Anstalten gewisse Konzeptausrichtungen an die Hand geben bis oktroyieren. Eine vergleichbare Spanne attestieren die Befragten einem Agieren mit der freien Wirtschaft. Auch hier öffneten gesetzliche Vorschriften Wege oder verstellten diese. Insgesamt gilt den Probanden nach einem Austausch der Öffentlich-Rechtlichen untereinander und Kooperationen mit staatlichen Stellen die freie Wirtschaft als dritter Anhaltspunkt in der Suche nach technischer Aus- und Fortgestaltung. Justierende Größe bei technologisierenden Unterfangen bleibt indes der entsprechende öffentlich-rechtliche Etat.

These 6: „Wirtschaftliche Konvergenz“

Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten im öffentlich-rechtlichen Segment in den kommenden zwei bis fünf Jahren leicht steigern oder wie heute belassen, in den nächsten sechs bis zehn Jahren aber eher verringern. Anschubfinanzierung, Neuaufstellung, Veränderung der Produkt- und Plattformportfolios sowie technische Anschaffungen schlagen jetzt zu Buche, lösen sich aber bis Ende der erhobenen Dekade in weniger Mittelaufwand ein.

Die finanziellen Verlagerungen in medienkonvergierenden öffentlich-rechtlichen Umgebungen prognostizieren die Experten merklich einig wie dezidiert. In der nahen Zukunft werde es – wenn möglich – Investitionen geben, sprich die Produktion werde teurer werden oder wenigstens gleichbleibend wie aktuell bleiben. Gemeint sind damit Anschubfinanzierungen, Umgestaltungen der Produkt- und Plattformpalette sowie technische Modifikationen. Auf längere Sicht – die nächsten sechs bis zehn Jahre – amortisierten sich etwaig entstandene Zusatzkosten. Für möglich halten die Partizipierenden dann Einsparungen, wenn eine – eventuell kostspielige – Phase der Implementierungen weitgehend abgeschlossen ist und Synergien in der Neuaufstellung zum Tragen kommen. Vorbehaltlich bleibt Obiges stets ob enger Konnexion mit der Finanzierungssituation des jeweiligen öffentlich-rechtlichen Anbieters.

These 7: „Wirtschaftliche Konvergenz“

Im Ansinnen Bewährtes zu bewahren und Neues zu wagen suchen Europas öffentlich-rechtliche Anbieter etablierte Ausspielwege zu erhalten. Vehementer bemühen sie sich um den Aufbau alternativer Plattformpräsenzen und eigenständiger digitaler Markenträger. Personal- und Produktionskosten werden gesenkt, Lizenz- und Rechteankäufe verringert sowie aufwendige Eventberichterstattung (Sport, Shows etc.) und Höhenkammproduktionen (Film, experimentelles Hörspiel etc.) reduziert.

Die Angebotspalette wird sich nach Ansicht des Samples aus ökonomischen Gründen zu verschlanken haben. Die Strategie dabei zeichnen viele als doppelte: Hergebrachtes, das weiter Rezeption findet, werde ausgebaut oder zumindest beibehalten. Obsoletes finde nicht mehr statt. Neue Eckpfeiler würden neben bestehenden Plattformkonzepten etwa privater Betreiber einzuziehen sein. YouTube, Twitter etc., wie sie momentan als Träger öffentlich-rechtlicher Inhalte benutzt werden, träten in ihrer Bedeutung hinter selbstgenerierten Kontexten wie Apps oder Webpräsenzen zurück. Innovationsteams in Inhalt und Technik seien gefragt, Entsprechendes aufzusetzen. Insgesamt rechnen die Probanden mit spürbarer Bedeutungszunahme digitaler Markenwertigkeit auf eigenen wie fremdbestellten Kanälen. Das Öffentlich-Rechtliche werde sich zuverlässig und nachhaltig bemerkbar machen müssen in einem digital kaleidoskopierenden Massenumfeld.

Getragen würden die Kosten für derlei vorwiegend durch Umlagerungen: Lizenzen und Rechte sei es für Sportveranstaltungen oder Blockbuster werden ausgewählter und weniger erworben werden, große Shows oder Galas in tradierter Samstagabend-Anmutung kaum mehr regelmäßig inszeniert. Film, Dokumentar oder Hörspiel behaupte sich vereinzelt, aber eben in der Funktion des Besonderen und Gehaltvollen. Unterhaltungsware von der Stange werde es in den produktionsaufwendigen und personalintensiven Genres nach Expertenurteil nicht mehr geben. Die erfasste Untersuchungsdekade sehen die Befragten als stagnierend bis reduziert in den öffentlich-rechtlichen Budgets.

These 8: „Wirtschaftliche Konvergenz“

Europas Öffentlich-Rechtliche finden ihre Finanzierung über Beiträge oder gerätegebundene Gebühren. Eine geringe Ausdehnung werblicher Erträge ist anzunehmen. Eher ist mit Gewinn über Drittverwertungen oder Veranstaltungseinnahmen zu rechnen. Staatliche Subventionen bleiben kontrovers diskutiert. Eine ausgewiesene Steuer werden Öffentlich-Rechtliche nicht für sich reklamieren.

Die Meinungen im Sample halten für die kommende Dekade an bekannten Konzepten fest und betrachten eine Finanzierung über Beiträge oder Gebühren als gängigste Variante. Eine Bindung werde es dabei allerdings nicht mehr an Geräte geben, sondern eine Abrechnung über „Haushaltseinheiten“. Werbezuflüsse antizipieren die Beftragten als maximal marginal steigend. Eher könne man eine Erweiterung der Möglichkeiten ausmalen, Gelder über Drittverwertungen oder Veranstaltungen ein-

zunehmen. Die Einführung einer gesonderten Steuer für öffentlich-rechtliche Medienangebote sehen die Teilnehmer nicht. Crowdfunding oder Pay-per-view-Konstrukte finden in der Delphi-Runde wenig Resonanz. Latent verschieden werten die Beteiligten staatliche Subventionen – wo es den einen schon allein aus Gründen partei- und regierungspolitischer Unabhängigkeit in keinem Fall um derlei gehen kann, öffnen wenige doch Zugänge, um indirekt Zuschüsse aus Steuertöpfen abzuleiten. Annotierenswert ist, dass auch und gerade Probanden aus dem ungarischen öffentlich-rechtlichen Segment, das de facto über staatliche Finanzierung existiert, für Gesamteuropa just diese Variante ausschließen.

Eine andere Absage erteilt das Expertenfeld sämtlich in Richtung „europäischer öffentlich-rechtlicher Rundfunkgebühr“ im Sinne einer einheitlichen Veranschlagung. Die Kulturhoheit der EU-Mitglieder überlasse jenen eine – „ihre“ – monetäre Konzeption. Wie weit darein EU-Rahmenbedingungen wirken dürfen und sollen bleibt sicher zu fragen. Dies trifft eine momentane Diskussion, welche Abschnitte in Kapitel 2 und 4 ausgeleuchtet haben. Fokuspunkt einer Anpassung bestehender öffentlich-rechtlicher Verfasstheiten an konvergierende, aber nicht höher etatisierte Bedingtheiten werde die Transformation bestehender Organigramme sein. Gemahnt sei hierbei produktinhaltlich zur Vorsicht.

These 9: „Inhaltliche Konvergenz“

Öffentlich-rechtliche Organisationen in Europa werden in der kommenden Dekade ihre mehrmedialen Ressort- und Redaktionszuschnitte über inhaltliche Parameter bestimmen. Angelegentlich wird dabei die Gewährleistung von Binnenpluralismus zur Sicherung der Meinungsvielfalt in Themenfindung und Berichterstattung sein.

Die Experten glauben an eine sukzessive Zunahme mehrmedialer Ressort- und Redaktionsorganisation unter inhaltlichen Gesichtspunkten. Über ehemalige Mediengrenzen hinweg bildeten sich Themenfelder heraus. In deren journalistischer Umsetzung plädieren die Probanden für aufmerksamen Einzug von Planken, welche Binnenpluralismus gewährleisten. Über eine Verjüngung der Auftragsvergabe auf wenige neuralgische Koordinationspositionen könnten sich Effekte ergeben, die eine innerbetriebliche und im Nachgang nach außen wirkende Einengung der Sichtweisen und schließlich der Berichterstattung ergäben. Gerade im Pluralismusgedanken des Angebots verankern die Befragten einen Mehrwert des Öffentlich-Rechtlichen. Der Bereich der inhaltlichen Konvergenz wird in Parallelstruktur perzipiert: Einmal gilt Inhalt als reiner Content, der verwaltbar ist und sich nach Mediengattungen, -formen, -

formaten, Ausspielwegen und Plattformen modellieren lässt. Neben dieser Sichtweise als bloßes Objekt transportiert „Inhalt“ für die Probanden Konnotatives. Valenzen seien zu verhandeln wie Themenauswahl, Qualität der Aufbereitung, Ausgewogenheit des Angebots etc.

These 10: „Inhaltliche Konvergenz“

Groß- und Live-Events werden weniger im öffentlich-rechtlichen Angebot. Monomediale Ursendungen in anschließender Mehrfachverwendung nach Ausspielwegen überwiegen Ansätze mehrmedialen Storytelling. Nachrichtliche Berichterstattung und regionale Schwerpunktbildung werden öffentlich-rechtliche Formatentwicklung bestimmen. Dabei wird es weniger um Etablierung programmlicher Muster (Faktenchecks etc.) gehen, sondern eigener Plattformen.

Eine Abfrage möglicher künftiger Inhaltsausprägungen setzt im Delphi-Pool Schlaglichter. Nachrichtliches und Regionales greifen die Dekade über Raum. Höhenkammproduktionen verorten die Probanden nach wie vor im Feld monomedialer Ursendungen, welche für nachgeschaltete Ausspielwege zweitaufbereitet werden. Der Bereich des originär polyplattformintendierten multimedialen Storytelling bleibe projektbezogen, werde jedoch mitnichten Standard. Weniger seien es denn auch etwaige als hervorragend zu deklarierende Formate, die inhaltliche Angebote konturierten. Faktenchecks in Manifestation journalistischer Kernkompetenz sehen die Befragten als eine Variante nachrichtlicher Hintergrundeinlassung, nicht als öffentlich-rechtliches Profil künftig charakterisierend. Gleichsam reduzieren die Teilnehmer die zukünftige Relevanz von Groß- und Live-Events. Finanzintensive Showkonzepte für das eine – primär lineare Erlebnis – würden rapide weniger. Genauso sortiere nicht zuletzt eine massive Kostensteigerung der Übertragungsrechte etliche Sportereignisse aus dem öffentlich-rechtlichen Programm. Inhaltliche Auffindbarkeiten werden sich nach Paneleinschätzung zusehends gen eigenaufgezogene Plattformen richten. Von Dritten betriebene Flächen wie YouTube, Twitter, Instagram etc., welche Öffentlich-Rechtliche als Gast unter anderen nutzen, verlören an Prominenz. Fraglich ist folglich die Perspektivierung gerade über solche Träger bisher primär betriebener Inklusion von Publikumsdialog.

These 11: „Nutzungskonvergenz “

Öffentlich-rechtliche Anbieter in Europa werden User-generated Content vermehrt einbeziehen. Dafür stecken sie gesonderte Umfelder ab. Um deren Steuerung kümmern sich zunehmend „Social-Media-Experten“. Angezeigter wird es sein, die eigene journalistische Kompetenz als professionellen öffentlich-rechtlichen Mehrwert gegen oder neben Nutzeroriginäres in Stellung zu bringen.

Das Sample rechnet mit erkennbarem Signifikanzgewinn von User-generated Content für öffentlich-rechtliche Programmumgebungen. Der dialogische Austausch mit den Rezipienten werde bis Ende der Dekade umgreifender. Dabei streichen die Experten gesondert ausgesteckte Flächen oder Formate heraus, die speziell als solchen deklarierten User-generated Content als Sendungsbestandteil inkludieren oder präsentieren. Social-Media-Spezialisten werden sich an den öffentlich-rechtlichen Häusern um eine sich professionalisierende Betreuung kümmern, beschreiben die Probanden. Die Wechselbeziehung zwischen ehedem alleinigem Sender und nunmehr auch aktiv rückkoppelndem Empfänger hebt das Gros der Befragten mitnichten auf Augenhöhe bezüglich programminhaltlicher Gestaltung oder Meinungsbildung. Die redaktionell-journalistische oder dramaturgisch-künstlerische Oberhand behielten die öffentlich-rechtlichen Protagonisten. Letztere würden über eine kuratierende Einbindung von User-generated Content bei zugleicher Pointierung ihrer eigenen Expertenrolle als Medienmachende eine Scheidung in der Eigen- wie Fremdwahrnehmung einzuziehen suchen. Öffentlich-rechtliche Mehrwertigkeitszuschreibung wähle ihren Weg ergo künftig etwa über ein Demonstrieren journalistischer Expertisé versus Publikumskommentar. Bilanzierend läuft das auf eine kommunikative Pseudobeziehung hinaus. Dabei können beide Partner grundsätzlich Rederecht beanspruchen. Nur eine Seite aber bestimmt, wer wann gehört wird. Anders als im für ziemlich vieles und jeden offenen Bürgerfunk beispielweise, wie ihn manche europäischen Mediensysteme kennen, bleibt die Erfüllung programmauftraglicher Pflicht in öffentlich-rechtlicher Sendeverantwortlichkeit. Meinungspluralismus im Programm werde von jetzt an nicht heißen, dass jeder Beitragszahlende ungefiltert zu Wort kommen könne. Das Sender-Rücksender-Verhältnis werde Europas Öffentlich-Rechtliche intensiv zu beschäftigen haben, kündigen die Partizipierenden im Blick auf künftige Rezeption an.

These 12: „Nutzungskonvergenz“

Öffentlich-rechtliche Anbieter in Europa sehen sich vor allem angesichts einer notwendigen Legitimation des öffentlich-rechtlichen Systems bei seiner Trägerschaft, der Gesellschaft, vor der Aufgabe, nachwachsende Publika zu binden. In nach subkulturellen, sozialen, demografischen etc. Komponenten fragmentierenden Umgebungen gewinnen unterschiedliche Präferenzen der Nutzung rapide Relevanz.

Markant leitet sich aus den Beschreibungen zu These 10 ein Dilemma für die unter These 11 gruppierten Prognosen der Experten dieser Delphi-Studie ab. Nachwach-

sende – Öffentlich-Rechtliches finanzierende – Gruppen zu binden, sehen die Inkludierten als elementar, um nutzungskonvergente Ziele zu erfassen und den eigenen Bestand zu sichern. Zeitgleich bliebe qua Programmauftrag ein Kaleidoskop gesellschaftlich relevanter Teile zu versorgen. Diese faserten zunehmend aus in subkulturelle, soziale, demografische etc. Segmente mit höchst differenten Halbwertszeiten. Gleichsam mäanderten anzunehmende Präferenzen für bestimmte – jetzt hypende, morgen vergessene oder im Gegenteil übermorgen weit wirkmächtigere – Plattformen, Formate, Medientypgestaltungen. Darein verwöben wiederum Vorlieben oder Abneigungen bestimmter Rezipienten, aktiv das Programm „ihres" Öffentlich-Rechtlichen mitzugestalten. Wo die einen dessen Preselektion goutierten, und ein Agenda-Setting als öffentlich-rechtlichen, journalistischen Service abrufen, wollen andere solche Themensetzung selbst mitsteuern.

Weniger treibend für ein Targetieren einzelner Nutzergruppen führen die Befragten Hoffnungen auf erhöhte Werbezugewinne an. Allein aufgrund rechtlicher Grenzlinien bestehe bedingt Handlungsradius für Europas Öffentlich-Rechtliche. Es könne unter dieser Überschrift allenfalls um ein Bewahren derzeitiger Budgetgrößen gehen. Ein in den nächsten Jahren härter werdender Konkurrenzkampf mit kommerziell ausgerichteten Medienbetrieben um kaufkräftige Werbekunden sei nicht zu erwarten. Resümierend artikuliert sich in den Panelurteilen die Bedeutsamkeit einer öffentlich-rechtlichen Kopplung an eine programmauftraglich definierte Nutzerpluralität. Keiner der Experten setzt daran eine Schere, wenn es um potentielle legislative Veränderungen für Europas Öffentlich-Rechtliche geht.

These 13: „Rechtlicher Konvergenzrahmen "

Öffentlich-Rechtliche werden in Europa Regulierung zuvorderst über nationale Stellen erfahren, wobei die EU rahmengebend wirkt. Regulierungsbedarf wird es vor allem im internationalen Wettbewerbsrecht und Urheberrecht geben.

Die gesetzliche Ausgestaltung öffentlich-rechtlicher Aktionsterrains legen die Probanden bis Ende der Dekade in erster Linie in nationalstaatliche Hände. Rahmen werde die EU mit Sicherheit geben, alleinige Entscheidungsmacht sprechen die Befragten ihr aber mit genau solcher Überzeugung auf die kommenden zehn Jahre ab. Dringlichen Regulierungsbedarf in naher Zukunft diagnostizieren die Teilnehmenden besonders bezüglich multinationaler Mediengroßkonzerne und im internationalen Wettbewerbsrecht. Als weiteren essentiellen Aspekt bringen sie das Urheberrecht auf. Mit dieser Schwerpunktsetzung schreibt sich das Panel in die in Kapitel 2 und 4

überblickten Debatten ein. Weniger als jene Kontroversen auf multinationalen Level beschäftigt die Probanden eine Diskussion um die Finanzierungen öffentlich-rechtlicher Adressen. Eine Verankerung angeführter Kulturhoheit der Mitgliedsstaaten ist im Sample als weitgehend gesetzt gegeben. Visionen eines EU-einheitlichen Finanzierungssystems werden nicht gesponnen. Genauso stehe eine rein EU-liche oder gar globale Rechtsdefinition konvergenter Medienlagen, welche supranational allein Gültigkeit verbuchen könne, für die Experten außer Frage. Konsekutiv bauen sich die jeweiligen öffentlich-rechtlichen Anbieter – im Rahmen ihrer rechtlichen Möglichkeiten – divers auf. Das Reagierenwollen und Reagierenkönnen auf antizipierten konvergenten Wandel fächere dabei aufgrund der Organisationsstrukturen auf. Ein Organigramm nach einer „internationalen öffentlich-rechtlichen Schablone“ existiert nicht.

These 14: „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur“

Europas öffentlich-rechtliche Organigramme geben etablierte Strukturen zögerlich auf. Mehrmediale Zuständigkeiten halten in redaktionellen Zusammenhängen Einzug, ohne monomediale Inseln zu überspülen. Gremienzuschnitte gestalten sich langsamer um. Outsourcing wird die Bereiche Technik und Gebäudemanagement treffen, weniger die Verwaltung. Neue Unternehmensbausteine werden Social-Media-Abteilungen sowie Forschungs- und Entwicklungsabteilungen sein. Der Ausbau regionaler Standorte spielt in naher Zukunft eine bedeutendere Rolle als auf lange Sicht.

Für die systemisch-organisatorische Navigation in naher Zukunft ist das Sample von bedingten Umwälzungen überzeugt. Hergebrachte Strukturen erwiesen sich als beständig und lösten sich erst langsam auf oder ließen sich ablösen von neueren. Eher sehen die Probanden eine Implementierung von Innovativem bei parallel langsamer Abrüstung als veraltet Empfundenem. Mehrmediale Konzeption werde monomediale péu-a-péu überschreiben, wobei einzelne monomediale Inseln überdauerten. Wo redaktionelle und ressortliche Zuschnitte sich rascher umzeichnen ließen, ist die Expertenrunde im Delphi gespalten, ob eine mehrmediale Ausrichtung auch der Gremien innerhalb der kommenden Dekade wahrscheinlich umzusetzen ist oder überhaupt angestrebt sein wird. Öffentlich-rechtliche Organigramme werden in ihrer starren Struktur von der Majorität als in Maßen flexibel begriffen.

Nicht alle Abteilungen und Bereiche des heutigen öffentlich-rechtlichen Anstaltskosmos werten die Befragten als verbleibend. Outsourcing in Technik und Gebäudemanagement prognostizieren etliche bereits auf kurze Sicht. Teile der Verwaltung

könne dies ebenso meinen. Wirksam wäre genauer zu eruieren, welche Technikkomponenten angesprochen sind. Werden Öffentlich-Rechtliche Equipment mieten? Oder externe Technikteams für einzelne Produktionen beschäftigen? Derartige Überlegungen betreffen auch den Sektor Verwaltung: Geht das Controlling nach draußen? Buchführung? Aktenarchivierung? Für vorliegendes Delphi geraten solche Momente zu spezifisch, illustrieren aber gehaltvoll das Spektrum an Wesenheiten, welche gemeinhin unter dem Titel „öffentlich-rechtlich“ subsummiert werden ergo bei dessen Besprechung und Analyse wenigstens mitbedacht werden müssen.

In der Öffnung bekannter Strukturen werten die Experten Social-Media-Abteilungen sowie Forschungs- und Entwicklungsabteilungen in der künftigen Wahrscheinlichkeit nach vorne. Dieses Urteil bleibt über den Zehn-Jahres-Zeitraum der Prognose aufrecht. Anders flachen die Werte für Ausbau und Stärkung regionaler Betrieblichkeiten für den zweitabgefragten Zukunftsausschnitt gegenüber dem ersten sichtlich ab. Eine mögliche Saturierung bei einem grundsätzlich – wenn de facto auch nicht thematisch oder in der Verbreitung – national begrenzten Gebiet mit limitiert unterteilbaren regionalen Diversitätsflächen ist sicher anzuführen. Auf Inhaltliches abzielende Aussagen der Probanden behalten eine Priorisierung regionaler Berichterstattung über die Dekade konstant. Dazu passt die geteilte Einschätzung des Panels, welches länderübergreifende öffentlich-rechtliche Strukturen marginal zeichnet.

These 15: „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur“

Europas Öffentlich-Rechtliche tauschen in der kommenden Dekade verstärkt einzelne Programmprodukte aus. Gemeinsame Programmerstellung und Organisationsstrukturen bleiben unwahrscheinlich, ebenso ein mehr als peripherer Aufbau gemeinsamer Plattformen.

Die bezüglich technischer Konvergenz bereits betonte künftig bedeutsame Kooperation mit anderen öffentlich-rechtlichen Standorten setzt sich nicht in einer anderweitigen oder überhaupt schaubaren organisatorischen Durchdringung fort. Europas Öffentlich-Rechtliche werden über die nächsten zehn Jahre vorwiegend im programmlichen Austausch zusammenarbeiten. Programme standardmäßig konzertiert auszudenken und aufzusetzen oder dafür gar multinational agierende Ebenen oder Organe auszubilden, bescheidet das Panel weitest negativ. Auch an den Aufbau einer gemeinsamen Plattformstruktur als geteilte Basis glauben die Probanden bis Ende der Dekade kaum. Beachtenswert wäre sicherlich, ob diese Meinungen auf der Annahme einer engen Verquickung des Öffentlich-Rechtlichen mit „seinem jeweiligen Mutterland“ als medienbestimmendem Umfeld fußen. Ableiten ließen sie sich

auch aus dem rein selbsterhaltenden Interesse, das dafür sorgt, regionale und nationale, kulturelle und subkulturelle Ausprägungen – und nicht zuletzt Arbeitsplätze – wahren zu wollen. Drittens – und das schlägt zu vermuten vorherige Argumente: Ein tatsächliches Mit- und Ineinander Europas öffentlich-rechtlicher Anstalten bedürfte eines – tatsächlichen – gemeinsamen Legislativkorpus auf EU-Ebene. Die Gegenfrage heißt: Ist Öffentlich-Rechtlich – nationales – Kulturgut, das vorrangigst in eben jenem nationalen Behälter legislativ gestaltbar ist oder sein soll? Diese Überlegungen bestimmen die Aussichtsnahmen für eine „öffentlich-rechtliche Legitimation".

These 16: „Öffentlich-rechtliche Legitimation"

Europas Öffentlich-Rechtliche richten ihre Anstrengungen zur Legitimitätssicherung eng am jeweiligen Programmauftrag aus. Dabei wird ein – ausgewogenes, meinungspluralistisches – Herunterbrechen eben jener Anforderungen auf regionalbezogene Medienprodukte wesentlich. Metakommunikative Legitimierungsansätze über Public Value-Berichte oder Diskussionsveranstaltungen bleiben marginal.

Der in mehrfachen Zusammenhängen bereits als Nukleus und finale Referenzgröße zukünftiger Richtungnahmen ausgegebene Programmauftrag wird abermals zur Richtschnur. Dessen Erfüllung – und dieses in der Außenwirkung zu unterstreichen – halten die Befragten für die wahrscheinlichste Gangart Europas Öffentlich-Rechtlicher, um Auto-Legitimation zu erzielen. Ausgewogenheit und Meinungspluralismus glaubt das Panel künftig an erster Stelle über regionale und dann überregionale Nachrichtenlagen darstellbar machen zu können. Derlei indirekter Weg einer Legitimitätssicherung über Wertigkeit der Produkte werde es sein, worüber Europas Öffentlich-Rechtliche die kommende Dekade Kurs nähmen. Die Experten unterstreichen in diesem Kontext sehr wohl eine unkalkulierbare Größe, als eine so gestalte Wertzuschreibung in der Perzeption des Publikums erreicht werden müsse. Dennoch schätzen sie das Potential solchen Vorgehens für öffentlich-rechtliche Anbieter als bedeutsamer und wahrscheinlicher ein, als in die offensive Belehrung und Darstellung selbstreferenziellen Public Value zu investieren. Ein direkter Meinungsaustausch etwa bei Sendungen mit Bürgerbeteiligung bliebe in der Gewinnerwartung ebenso untergeordnet.

These 17: „USP Öffentlich-Rechtlich“

Europas Öffentlich-Rechtliche werden ihren USP über Parameter wie „Vertrauen“ und „Verlässlichkeit“ zu verankern suchen. Diese Argumentation läuft über die Kopplung an den Programmauftrag und eine resultierende mediensystemische Mehrwertigkeit. Weniger werden sich Europas Öffentlich-Rechtliche in eine Diskussion politischer Ab- oder Unabhängigkeiten begeben.

Die Konzentration auf Meta-Komponenten einen „USP Öffentlich-Rechtlich“ markierend, rückt ideelle Konstanten in den Vordergrund. „Vertrauen“ und „Verlässlichkeit“ sind die prominenten Begriffe, in denen das Delphi-Panel Zukunftsträchtiges veranschlagt. „Qualität“ bedarf als rein terminologische Behauptung, wie die Auswertungen verdeutlichen, mehr substantieller Aufladung. Konsequent findet sich „Qualität“ erst nach den beiden Erstgenannten gelistet. Als Basisbezug wird wie oben referiert auch für die Formulierung eines USP der Programmauftrag gesetzt. Darüber würden die Öffentlich-Rechtlichen ihre mediensystemische Mehrwertigkeit im Lauf der Dekade vor allem verargumentieren. Merkbare Zurückhaltung vermuten die Probanden dagegen in öffentlich-rechtlich angestoßener – selbstkritischer – Diskussion von politischen Ab- oder Unabhängigkeiten. Betriebsintern wie rezeptionsbezogen extern deklarieren Teilnehmende hier mitunter „schwieriges Terrain“. Jenes sollte in der Absicht, einen griffigen USP zu verankern, eher unangestastet bleiben. Der eine Leitsatz oder Claim, der Öffentlich-Rechtliches in und für Europa gehaltvoll beschreit, formuliert sich im Delphi-Ensemble nicht.

In ihren bisweiligen Überlappungen für mehrere Konvergenzfelder macht die Besprechung der Delphi-Thesen für die Zukunft des Öffentlich-Rechtlichen in Europa in medienkonvergenten oder medial konvergierenden Zeiten besonders eines schaubar: Die klare Besinnung auf den erteilten Programmauftrag. Dessen zuverlässige und publikumswirksame Umsetzung bilden das Zentrum jedweder öffentlich-rechtlicher Zukunftsstrategie. Bedarfsfelder im technischen, wirtschaftlichen Konvergenzsektor, zunehmend dem der Nutzung und in erster Linie dem der Regulierung und rechtlichen Setzung sind zu bestellen. Gradmesser wird aber stets sein und bleiben: Was leisten europäische Öffentlich-Rechtliche für „ihre“ jeweiligen Gesellschaften? Also nicht nur: Bedienen öffentlich-rechtliche Anbieter sämtliche qua Auftrag relevanten Gruppen, sondern ist dieses öffentlich-rechtliche Angebot auch rezepientenrelevant? An diesem Punkt spätestens erfolgt eine Rückkopplung an inhaltliche Konvergenzspektren.

Loewe und Steemers unterstreichen das Element des medienkonvergenten Wandels speziell für öffentlich-rechtliche Veranstalter:

> „The public media sector is being challenged on nearly every front at the same time. Publics and politicians alike have come to see the commercial approach as the 'normal' way of organizing broadcasting. There are strong pressures for downsizing PSM organizations, limiting investment options, restricting online and digital opportunities, narrowing remits to genres and audiences that are not commercially attractive, and for implementing increasingly intrusive assessment procedures. The principles of public service in media no longer seem to resonate very widely, and there is growing criticism about a decline in PSM distinctiveness as these organizations compete aggressively with commercial rivals."[1667]

Horsti, Hultén und Titley sprechen genauso die Publikumsöffentlichkeit als Areal einer Auseinandersetzung und möglichen Neu- oder Andersbewertung sowie konsequent Gestaltung an: „*The ethical and pragmatic futures of public service in a digital era have, unsurprisingly, dominated both recent academic research and public discourse.*"[1668] Die aus der Literatur gewonnen und den Forschungsfragen beigestellten Leitannahmen finden sich grundsätzlich verifiziert.

- *Medienkonvergenz wird öffentlich-rechtliche Organisationsstrukturen, Plattformen und Produktportfolios wandeln.*

- *EU-weite und nationale Regulierungsmaßnahmen rahmen diesen Wandel.*

- *Konstante in dieser Dynamik ist der jeweilige öffentlich-rechtliche Programmauftrag. Dessen Umsetzung und darüber gesellschaftliche Legitimierung entscheidet über den Fortbestand Europas Öffentlich-Rechtlicher.*

Der Komplexität des Themas wie die Analyse sie schaubar gemacht hat, werden diese stark verkürzten Leitannahmen nicht gerecht. Pointierte Thesen aus dem empirisch gewonnenen Material lieferten umfassender und treffender Erkenntnisse.

Vorliegende Delphi-Studie hat Wege in medienkonvergenter Ära vorhergesagt, die Europas Öffentlich-Rechtliche beschreiten können oder wahrscheinlich werden. Die analysierte Zeitspanne ist nicht überbordend lang. Zwei bis fünf und sechs bis zehn Jahre wurden als Intervalle beleuchtet. In den Einschätzungen der Beteiligten werden es reiche Perioden sein, an Wandel, Wechsel, Neuorientierung bei gleichzeitigem

[1667] Loewe und Steemers 2012, S. 3
[1668] Horsti/ Hultén/ Titley 2014, S. 4

Versuch Bewährtes zu bewahren und Neues zu wagen. „Verlässlichkeit“ und „Vertrauen“ als USP gemünzt dahin, den mit der Gesellschaft geschlossenen Programmauftrag in deren Sinne – und bei deren Finanzierung – zu erfüllen, bilden vermutlich ideellen Kern, den es abzusichern gilt. Über einen *Most different systems*-Ansatz gekoppelt und rekrutiert aus den öffentlich-rechtlichen Bezugsflächen ARD (Deutschland), ORF (Österreich), RTV SLO (Slowenien) und MTVA (Ungarn) haben sich in den Expertenurteilen dieser Delphi-Studie erstaunlich viele gemeinsame Nenner herauskristallisiert. Ob politische Zugriffe oder deren Verhinderung anbelangend, wirtschaftliche Gewichtungen, rechtliche Bedürfnisse – Europas Öffentlich-Rechtliche werden in den nächsten Jahren gemeinsame Stränge auf EU-Ebene zu ziehen haben. Sie werden aber auch dafür Sorge tragen müssen, ihre „öffentlich-rechtlichen Kulturhoheitsgebiete“ gesellschaftlich relevant zu versorgen.

Medienkonvergenz wird terminologisch pauschal gegriffen Treiber sein und Herausforderung. „*Media convergence is like teenage sex*“[1669], tradiert sich der Ausspruch des dänischen Chefredakteurs Ulrik Haagerup seit 2002: „*Everybody thinks everybody else is doing it. The few who actually doing it aren´t very good at it*.“[1670] Das Öffentlich-Rechtliche in Europa wird es schaffen müssen, klug und besonnen in diesem Prozess erwachsen zu werden. Und sollte sich dabei vielleicht mehr Spielleidenschaft als bisher bewahren. Monolothisches mediales Gutsheerentum sieht diese Delphi-Studie nicht mehr als Option. Innovative und patente öffentlich-rechtliche Lebensfreude als Überlebensfreude schon.

[1669] zit. nach Dailey/ Demo/ Spillmann 2005, S. 151
[1670] zit. nach Dailey/ Demo/ Spillmann 2005, S. 151

Anhang 1: Qualitative ExpertInnenbefragung (Vorrunde)

Leitfadenbasierte Interviews (im direkten Gespräch, via Skype oder Telefon)

1. Begriffsklärung

- Wie definieren Sie „Medienkonvergenz?“
- Sehen Sie darin Übereinstimmung/ Kontroverse zu anderen Ihnen vertrauten Ansichten etwa in ihrem Unternehmen, im Branchendiskurs, in nationalpolitischem oder EU-Kontext, in wissenschaftlichem Zusammenhang?
- Wie wichtig wäre Konsens in der Begrifflichkeit? Und das wiederum bezüglich welchen Umfeldes?

2. Arten von Konvergenz

Technische Medienkonvergenz

- Was sind aus Ihrer Sicht in diesem Bereich aktuell zentrale Aspekte?
- Wohin gehen potentielle Entwicklungen?
- Wo sehen Sie Chancen/ Probleme für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten?

Wirtschaftliche Medienkonvergenz

- Was sind aus Ihrer Sicht in diesem Bereich aktuell zentrale Aspekte?
- Wohin gehen potentielle Entwicklungen?
- Wo sehen Sie Chancen/ Probleme für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten?

Inhaltlich Medienkonvergenz

- Was sind aus Ihrer Sicht in diesem Bereich aktuell zentrale Aspekte?
- Wohin gehen potentielle Entwicklungen?
- Wo sehen Sie Chancen/ Probleme für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten?

Konvergenz aus Nutzerperspektive

- Was sind aus Ihrer Sicht in diesem Bereich aktuell zentrale Aspekte?
- Wohin gehen potentielle Entwicklungen?
- Wo sehen Sie Chancen/ Probleme für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten?

Welche weiteren Konvergenzbereiche würden Sie besprechen wollen?
(Rechtliche Bedingungen beispielsweise?)

3. Persönliche Eindrücke

- Wie erleben Sie in Ihrem beruflichen Kontext Debatten über Medienkonvergenz?
- Gibt es aus Ihrer Sicht öffentlich-rechtliche Standorte in Europa, die bei einer wissenschaftlichen oder praxisbetrachtenden Auseinandersetzung mit dem Thema „Medienkonvergenz“ besonderer Aufmerksamkeit bedürfen? (Würden Sie „öffentlich-rechtliche Vorbilder“ nennen?)
- Welche Veränderungsvorschläge (technisch, wirtschaftlich, rechtlich, berufspraktisch etc.) hätten Sie bezüglich medienkonvergenter Zukunftsperspektiven für Europas Öffentlich-Rechtliche?
- Und bezüglich Ihrer konkreten eigenen Warte (im Unternehmen/ in der Institution)?

4. Welche weiteren Diskussionspunkte möchten Sie gerne in die Delphi-Studie einbringen?

Anhang 2: Qualitative Interviews (Preliminary Round)

Field manual (personal contact, via Skype or telephone)

1. Terminology

- How would you define the term "media convergence"?
- Do you see any analogies or differences concerning other definitions you have come across – in your company, in your field of profession, in national politics, science etc.?
- How important would you consider consensus in meaning? And related to what context?

2. Forms of Convergence

Technical Convergence

- What are the most relevant topics related to that area at the moment?
- Which developments would you consider as likely?
- Where do you see chances/ problems for Public Service Media?

Economic Convergence

- What are the most relevant topics related to that area at the moment?
- Which developments would you consider as likely?
- Where do you see chances/ problems for Public Service Media?

Contextual Convergence

- What are the most relevant topics related to that area at the moment?
- Which developments would you consider as likely?
- Where do you see chances/ problems for Public Service Media?

Convergence of use

- What are the most relevant topics related to that area at the moment?
- Which developments would you consider as likely?
- Where do you see chances/ problems for Public Service Media?

What other fields of convergence would you like to address? (Rules and regulations for example?)

3. Personal Experience

- How do you perceive media convergence in your daily professional routine?
- Are there any Public Service Providers in Europe you would like to mention as an example concerning „media convergence“?
- What changes would you recommend (in a technical sense, economically, practically, in terms of legislation etc.)?
- And relating to your personal field of experience/ employment?

4. What further topics you would like to bring to the discussion table?

Anhang 3: Quantitative ExpertInnenbefragung (Welle 1)[1671]

1. Begriffsklärung

Fragebogenitem „Definition 1“:

> 1. Um Prozesse eines seit geraumer Weile beobachtbaren Medienwandels zu beschreiben, fällt oft der Begriff „Medienkonvergenz“. Was verstehen Sie knapp gefasst darunter?

Fragebogenitem „Definition 2“:

> 2. Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?[1672]
> *In den nächsten zwei bis fünf Jahren*
> *In den nächsten sechs bis zehn Jahren*
> *Technische Konvergenz*
> *Wirtschaftliche Konvergenz*
> *Inhaltliche Konvergenz*
> *Konvergenz der Nutzung*
> *Zusätzliche konvergente Ausprägungen*

2. Arten der Konvergenz aus öffentlich-rechtlicher Perspektive

2.1 Technische Konvergenz

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“:

> 3. Öffentlich-rechtliche Veranstalter in Europa werden technische Innovationen vorantreiben…[1673]
> *In den nächsten zwei bis fünf Jahren*
> *In den nächsten sechs bis zehn Jahren*
> *Gründe für Ihre Einschätzung sind…*

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“:

> *Auf welche Arten von Technologien oder Technikbereiche werden Europas Öffentlich-Rechtliche vermutlich einen Schwerpunkt legen…*

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2“:

> 4. Das lineare öffentlich-rechtliche Programmangebot in Europa wird durch non-lineare Produkte ersetzt werden…[1674]
> *In den nächsten zwei bis fünf Jahren*
> *In den nächsten sechs bis zehn Jahren*
> *Gründe für Ihre Einschätzung sind…*

[1671] Um das Volumen der Arbeit nicht unnötig aufzublasen, verzichtet ich auf eine Übersicht auf Englisch und würde die interessierten Lesenden diesbezüglich auf die englische Feedbackaufbereitung in Anhang 5 verweisen.
[1672] Absolut, in Teilen, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1673] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1674] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 3“:

5. Journalistinnen und Journalisten bei öffentlich-rechtlichen Anbietern werden technische Aufgabenfelder übernehmen…[1675]
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Audiovisuelle Herstellung digitaler Inhalte
Distribution von digitalen Inhalten
Design digitaler Plattformen
Weitere technische Aufgabenfelder, die Sie nennen möchten…

2.2 Wirtschaftliche Konvergenz

Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a“:

6. Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten im öffentlich-rechtlichen Segment…
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Erheblich steigern
Etwas steigern
Wie heute belassen
Erheblich verringern
Weiß nicht
Gründe für Ihre Einschätzung sind...

Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“:

Öffentlich-rechtliche Anstalten werden ihre Budgets (bei nicht zu erwartenden erheblichen Mehreinnahmen) bevorzugt verwenden auf...

Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1c“:

Öffentlich-rechtliche Anstalten werden (bei nicht zu erwartenden erheblichen Mehreinnahmen) Einsparungen vor allem in folgenden Bereichen ansetzen...

Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 2“:

7. Welche grundlegende öffentlich-rechtliche Finanzierungsform halten Sie künftig europaweit für wahrscheinlich?

2.3 Inhaltliche Konvergenz

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“:

8. Europas Öffentlich-Rechtliche richten ihre Redaktions- und Ressortgrenzen an inhaltlichen Markern aus…[1676]
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Gründe für Ihre Einschätzung sind...

[1675] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1676] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“:

> 9. Im redaktionellen Zusammenwachsen von Hörfunk, Fernsehen und Online setzen etliche öffentlich-rechtliche Veranstalter in Europa auf die Einrichtung inhaltlicher Koordinationsstellen. Diese sollen Aufträge über alle Ausspielwege des Hauses hinweg bündeln und zentral an Autorinnen und Autoren verteilen. Was bedeuten solche Maßnahmen aus Ihrer Sicht für künftige inhaltliche Meinungspluralität?

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 3“:

> 10. Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden ihre inhaltlichen Formate dahin gehend schärfen…[1677]
> *In den nächsten zwei bis fünf Jahren*
> *In den nächsten sechs bis zehn Jahren*
> *Mehrmediales Storytelling*
> *Monomediale Ursendungen*
> *Präsentation von Eigenrecherche*
> *Aufbereitung von Agenturmaterial*
> *Faktenchecks*
> *Optimierung eigener Plattformen (Apps, Mediatheken etc.)*
> *Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter*

2.4 Nutzungskonvergenz

Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1“:

> 11. In einem digitalisierten Zeitalter sind Nutzende nicht mehr nur Konsumenten medialer Produkte, sondern werden selbst zu Kommentatoren und Produzenten von Inhalten. Wie werden öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten in Europa ihre Angebotspalette auf diese veränderte Art der Nutzung umstellen?

2.5 Rechtlicher Konvergenzrahmen

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“:

> 12. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk sieht sich in dualen nationalen, EU-weiten, globalen Medienmärkten unter vielfältigem Konkurrenzdruck. Auf welcher Ebene oder welchen Ebenen sollte Ihrer Meinung nach eine legislative Rahmengebung ansetzen, um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa zukünftig wettbewerbsfähig zu halten?

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“:

> *Worin besteht für Sie im Blick auf Europas öffentlich-rechtliche Zukunft mehr Regulierungsbedarf als bisher?*

[1677] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

3. Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1“:

> 13. Öffentlich-rechtliche Unternehmen werden ihre Organisationsstruktur dahin gehend verändern…[1678]
> *In den nächsten zwei bis fünf Jahren*
> *In den nächsten sechs bis zehn Jahren*
> *Beibehalten tradierter Trennung in Hörfunk, Fernsehen, Online*
> *Schaffung mehrmedialer Zuständigkeiten*
> *Inhaltliche Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen, Ressorts etc.*
> *Anpassung der Gremienstruktur an mehrmediale Zuständigkeitsbereiche*
> *Abstoßen obsoleter Unternehmensbausteine (Abteilungen, Ressorts, Redaktionen etc.)*
> *Integration neuer Unternehmensbereich*
> *Und zwar jeweils welcher...*

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 2“:

> 14. Erkennen Sie unter Europas öffentlich-rechtlichen Anstalten „Vorbilder" als richtungweisend für andere Öffentlich-Rechtliche?

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 3“:

> 15. In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen...[1679]
> *In den nächsten zwei bis fünf Jahren*
> *In den nächsten sechs bis zehn Jahren*
> *Gegenseitiger programmlicher Austausch*
> *Gemeinsame Programmerstellung*
> *Länderübergreifende Organisationsstruktur*
> *Gemeinsame Plattformen*

4. Öffentlich-rechtliche Legitimation in gesellschaftlich-mediensystemischem Zukunftskonsens

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 1“:

> 16. Im Zuge des Medienwandels setzen sich öffentlich-rechtliche Medienanstalten auch jenseits der in den Programmaufträgen und Staatsverträgen verankerten Positionen mit ihrer Stellung in der Gesellschaft auseinander. Auf welche Programmbestandteile (Formate oder Inhalte) könnten öffentlich-rechtliche Medienhäuser ihre Anstrengungen zur Legitimitätssicherung richten?

[1678] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1679] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

5. USP Öffentlich-Rechtlich

Fragebogenitem „USP Öffentlich-Rechtlich 1“:

17. Öffentlich-rechtliche Medienanbieter werden künftig ihren „USP Öffentlich-Rechtlich“ zu gründen suchen auf Begriffen wie…[1680]
Vertrauen
Qualität
Objektivität
Verlässlichkeit
Überparteilichkeit
Public Value
Was ist jeweils darunter zu verstehen

6. Selbsteinschätzung der ExpertInnen

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 1“:

18. Wo ordnen Sie sich beruflich am ehesten ein? (freiwillig) Sie können auch eine zweite oder dritte Präferenz angeben.
Innovationsmanagement/Unternehmensplanung
Redaktionsleitung/Ressortführung
Wissenschaft/Forschung

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 2“:

19. Wie würden Sie in den folgenden Bereichen Ihr Wissen bezüglich des Umfragethemas einschätzen? (freiwillig)[1681]
Technischer Konvergenzbereich
Wirtschaftlicher Konvergenzbereich
Rechtlicher Konvergenzbereich
Bereich der konvergenten Mediennutzung

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 3“:

20. Wie schätzen Sie Ihr Wissen über folgende national verankerte Medienlandschaften ein? (Mehrfachnennungen sind möglich; Die Reihenfolge der Länder ist alphabetisch)
Deutschland
Österreich
Slowenien
Tschechien
Ungarn
Weitere

[1680] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1681] Sehr gut, gut, befriedigend, mit ein paar Unsicherheiten, kenne ich mich gar nicht aus

7. Feedback an die Untersuchungsleitung

Was sollte die zweite Delphi-Runde bedenken? Welche Themenaspekte sollten noch berücksichtigt werden oder haben Sie anderweitige Anmerkungen? Dankeschön noch mal dafür ;0)

Anhang 4:

Feedback-Bogen August 2017. Zusammenfassung der ersten Fragebogenwelle Juni-August 2017.

Delphi-Studie

Medienkonvergenz bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Europa

netPOL. (Internationales und Interuniversitäres Netzwerk Politische Kommunikation)/ **Andrássy Universität Budapest.**

Dr. Susanne Weichselbaumer. Elvirastraße 16. 80636 München.
susi.weichselbaumer@br.de/ susi.weichselbaumer@andrassyuni.hu

Liebe Teilnehmende,

herzliches Dankeschön für die Rücksendungen, Ihre Mühe, Ihr Engagement und Ihre reichen Ideen.

Im Folgenden finden Sie die Zwischenergebnisse nach der ersten Delphi-Fragebogen-Welle. Die Grafiken bilden prozentuale Häufigkeitsverteilungen Ihrer quantitativen Antworten ab. Die qualitativen Übersichten referieren Ihre Einschätzungen unsortiert und noch frei von Gruppierung, Kategorisierung, Wertung. Lediglich Mehrfachnennungen sowie die Verweise zu einzelnen öffentlich-rechtlichen Häusern wurden – in diesem Schritt noch – ausgespart, um keinen Trend vorwegzusetzen. Aus Gründen der wechselseitigen Verständlichkeit habe ich jeweils ins Deutsche oder Englische übersetzt, so dass sich eine „anonyme Diskussion" auf gleicher Ebene ergeben kann.

Der zweite und finale Fragebogen (siehe Mail/ Link) nimmt von Ihnen kontrovers bewertete und als zusätzlich angemahnte Aspekte abermals oder neu auf. „Geklärte" Dimensionen werden aus pragmatischen Gründen nicht wiederholt zur Disposition gestellt. Der zweite Fragebogen kommt mit zehn Fragen aus – Wenn Sie möchten, sehen Sie vorher den Feedback-Bogen ganz oder in Teilen durch und vergleichen Sie Ihre Positionen mit denen der anderen Expertinnen und Experten.

Dankeschön für Ihre Zeit,

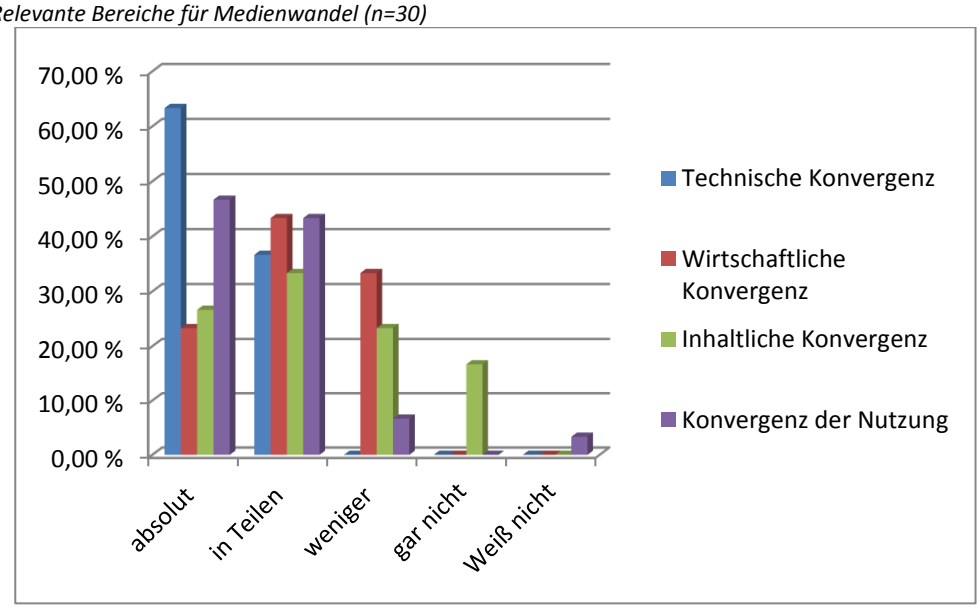
Susi Weichselbaumer

1. Um Prozesse eines seit geraumer Weile beobachtbaren Medienwandels zu beschreiben, fällt oft der Begriff „Medienkonvergenz". Was verstehen Sie knapp gefasst darunter?
(Dieser Ergebnispunkt sammelt Vorschläge Ihrerseits in möglichst breiter Streuung, ohne bereits konkrete Kategorisierungen vorzunehmen. Entsprechend finden Sie die Reihung als unsortierte Auswahl und Überblick.)

„Verschmelzen der Medien in Produktion und Nutzung, in Märkten und Organisationen“
„Das Zusammenwachsen verschiedener Medien, wie etwa Print, Online, Radio, TV...“
„Interaktion verschiedener Medienplattformen und Medieninhalte”
„Verfügbar für Nutzende jederzeit, überall, via welches Gerät auch immer“
„Hybrides Zusammenwachsen vormals getrennter Medienaspekte (Produktion, Inhalt, Kanal, Konsumationsobjekt usw.)“
„Medienkonvergenz meint das Konvergieren von Medientechniken, Mediengattungen und Medienkommunikation in letztlich ein grenzenloses gemeinsames Kommunikationssystem”
„Unterschiedliche Ebenen: funktionale (technische) Konvergenz, crossmediale/ prozessuale Konvergenz, publizistische Konvergenz (Angleichung publizistischer Inhalte bedingt durch erhöhte Konkurrenz in der ZG-Ansprache), vertikale Konvergenz (Elemente der WSK Medien bewegen sich aufeinander zu), horizontale Konvergenz (Branchenkonvergenz T.I.M.E.) “
„Medienkonvergenz ist eine Entwicklung charakterisiert von einer Verschmelzung medialer Inhalteproduktion und/ oder der Möglichkeit, verschiedene Medien über ein technisches Gerät zu nutzen”
„Interaktion/ Austausch/ Zusammenwirken von Medien-Inhalten auf unterschiedlichen Ausspielwegen“
„Technische, organisatorische, ökonomische, nutzungsbezogene nicht lineare Integration“
„Die trennscharfe Unterscheidung verschiedener Medien löst sich auf: Alle machen „Internet“, Zeitungen veröffentlichen Videos und streamen Pressekonferenzen etc.“
„Das Zusammenwachsen unterschiedlicher Mediengattungen und Ausspielkanäle“
„Durch die im Zuge der Digitalisierung immer wichtiger werdende Online-Verfügbarkeit und Online-Konsumation von Medien ändern sich die Anforderungen der Konsumenten an Medienmarken und es kommt zu einer Verschmelzung der vormals klar getrennten Gattungen TV, Radio und Print bzw. Text. Die Unterscheidung von Mediengattungen auf Grund der Ausspielwege rückt in den Hintergrund. Im Vordergrund stehen immer stärker die Marke und die damit verbundenen inhaltlichen Kompetenzen. Für die Marke gilt es zielgruppenspezifisch aufbereiteten Content im jeweils passenden Format anzubieten“
„Insbesondere technische Konvergenz und Nutzungskonvergenz. D.h. zum einen Annäherung vormals getrennter Einzelmedien zu bzw. in einem Ausgabegerät (Digitalisierung; vgl. Smartphones; Internetfähige TV-Geräte); Zum anderen: Verschwimmen von Individual- und Massenkommunikation“
„Das Zusammenwachsen von Medien im Zuge von Digitalisierung und technischen Entwicklungen“

2. Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?
In den nächsten zwei bis fünf Jahren

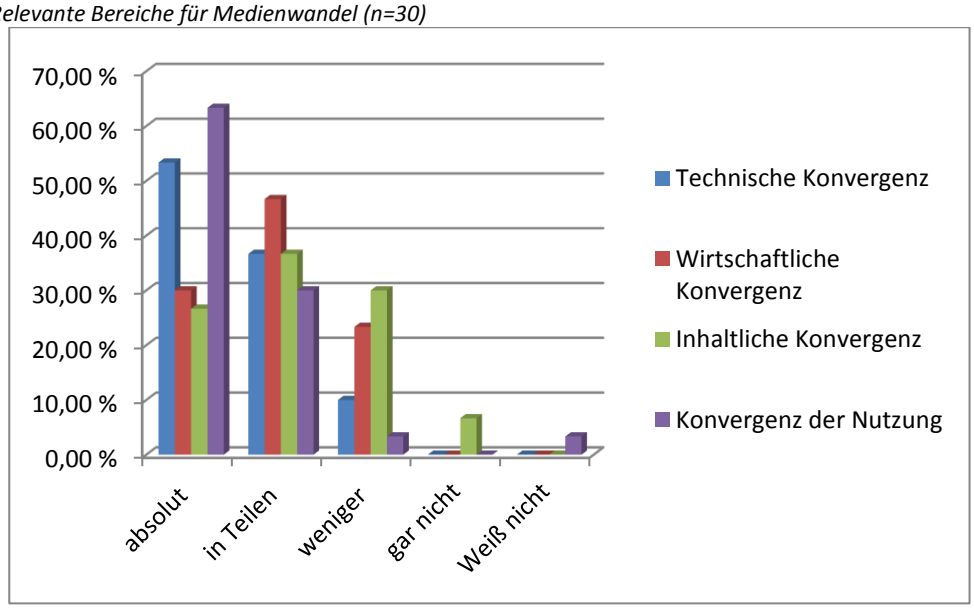
Abb. 1a: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 1b: Relevante Bereiche für Medienwandel (n=30)

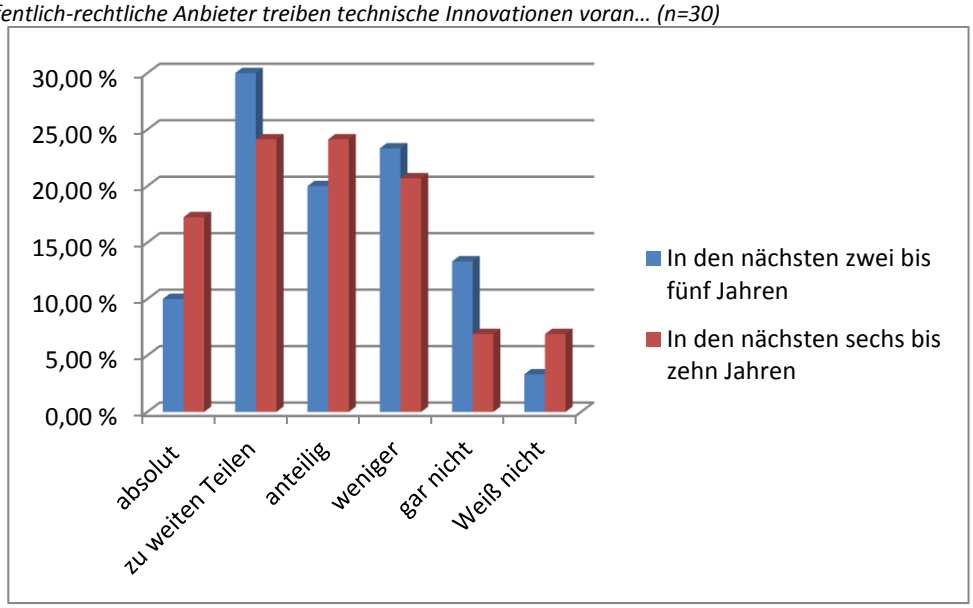


Quelle: Weichselbaumer 2017

Als „Zusätzliche konvergente Ausprägungen" haben Sie „Organisation Redaktion", „Regulierung" und „Parallelnutzung" (statt „Konvergenz der Nutzung" mit Verweis auf bereits zu analogen Strukturzeiten verschmelzender, annähernder oder überlappender Mediennutzung) angeführt.

3. Öffentlich-rechtliche Veranstalter in Europa werden technische Innovationen vorantreiben…

Abb. 2: Öffentlich-rechtliche Anbieter treiben technische Innovationen voran… (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

„Gründe für Ihre Einschätzung sind…" (in unsortierter Auswahl)

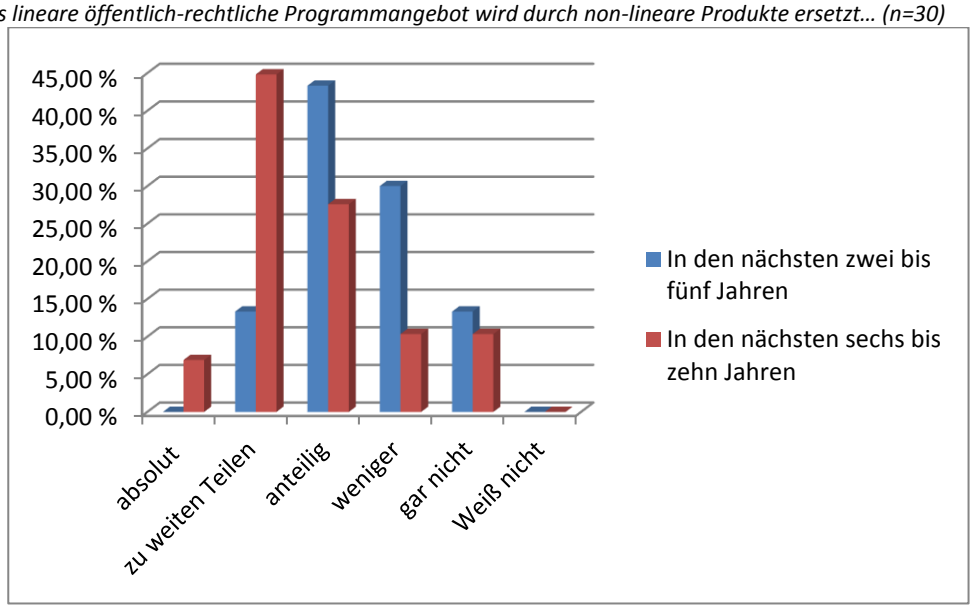
- *„Relevanz am Markt"*
- *„Public Service Anbieter sind langsam"*
- *„Unternehmenskulturen/ Kulturen sind stark veränderungsresistent aufgebaut"*
- *„Bestands- und Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks"*
- *„Medienpolitische Entscheidungsprozesse, die Innovationen bremsen müssen"*
- *„Eine eigene Softwareentwicklung bringt neue Produkte an den Markt. Nur der Austausch zwischen Journalisten und Entwicklern gewährleistet Zukunftsfähigkeit"*
- *„Technische Entwicklung, wirtschaftliche Notwendigkeit"*
- *„Sinkende Akzeptanz der Finanzierung von öffentlich-rechtlichen Angeboten und gesetzliche Beschränkungen"*
- *„Ändern sich Nutzungsbedürfnisse und Nutzungsverhalten der Bevölkerung, so sind öffentlich-rechtliche Medienanbieter verpflichtet, sich ebenfalls umzustellen, um ihren gesellschaftlichen Auftrag zu erfüllen"*
- *„Neue Nutzungsgewohnheiten der Beitragszahler"*

„Auf welche Arten von Technologien oder Technikbereiche werden Europas Öffentlich-Rechtliche vermutlich einen Schwerpunkt legen…"

- *„Digital"*
- *„E-governement Praktiken, E-public Verwaltungsdienste"*
- *„Verbreitung öffentlich-rechtlicher Inhalte via IP-Infrastruktur; anachronistisch: DAB+"*
- *„Interaktive Nachrichtenberichterstattung, Unterstützung von User-generated Content"*
- *„Software, Grafiksysteme, Schnitt- und Videosysteme"*
- *„Soziale Medien, Smart TV, Mobile TV"*
- *„Alles, was personell und finanziell günstiger ist als heutige Technologien"*
- *„VR, AR, 360-Grad, mobile Kommunikation"*
- *„Multimediale Redaktionssysteme, Streaming-Technologien, Analyse-Tools, VJ-Equipment"*
- *„Digitale Produkte"*
- *„Webangebote"*
- *„Apps (stationär – Smart TV – und mobil)"*
- *„Grundlegendes Ziel ist es, den Generationenabriss zu verhindern und so den Rundfunkbeitrag weiterhin zu legitimieren. Deshalb wird der digitale Ausspielweg wichtiger: Wie schaffen wir es, unsere Inhalte auf vielen Wegen zu verbreiten?"*

4. Das lineare öffentlich-rechtliche Programmangebot in Europa wird durch non-lineare Produkte ersetzt werden…

Abb. 3: Das lineare öffentlich-rechtliche Programmangebot wird durch non-lineare Produkte ersetzt… (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

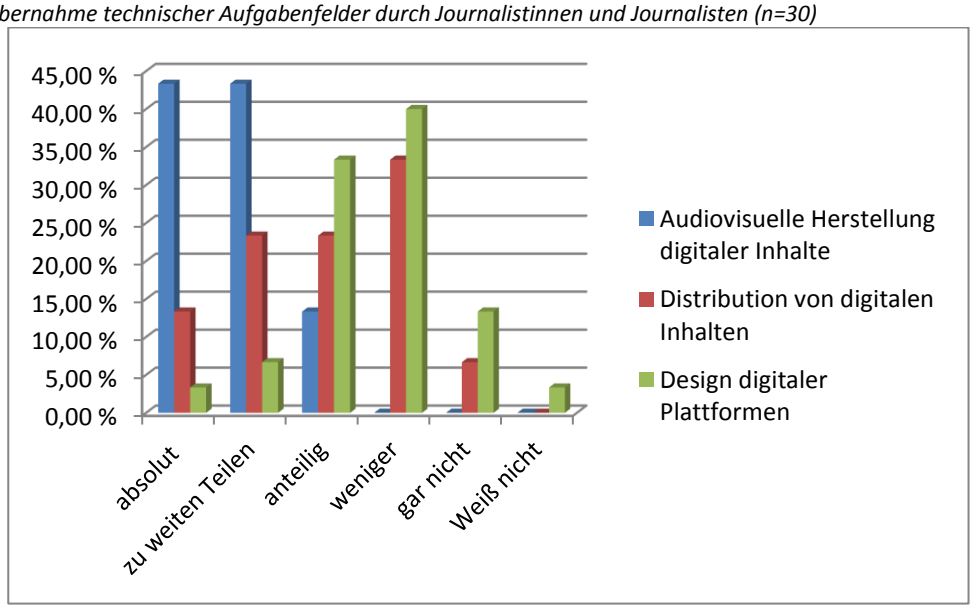
„Gründe für Ihre Einschätzung sind…" (in unsortierter Auswahl)

- *„Änderung der User-Gewohnheiten"*
- *„Medienökonomische Wirkungsmacht internationaler (künftiger) Marktführer (Netflix, Amazon, Google, Apple…)"*
- *„Vergleich von Äpfel mit Birnen; lineares TV und VoD vereint lediglich die Präsentationsoberfläche. Beide Medienengattungen weisen unterschiedliche Produktions- und Managementroutinen auf. Zudem erfüllen die Medienangebote unterschiedliche Publikumsbedürfnisse"*
- *„Demographischer Wandel"*
- *„Die Nutzungs- und Nutzerdaten gehen deutlich in diese Richtung"*
- *„Fernsehen und Hörfunk sind zu gut, die Menschen in Deutschland zu beharrlich. Der Anteil neuer Distributions- und Ausspielwege wird erheblich steigen, die linearen Medien angesichts der geburtenstarken Jahrgänge aber nicht ersetzt"*
- *„Der lineare Fernsehkonsum steigt und auch die „digital natives" nutzen lineares Programm"*
- *„Die Bedeutung von linearen Angeboten wird zwar anteilig am Gesamtmedienkonsum stetig steigen, bestimmte Angebote werden aber weiterhin linear bzw. live konsumiert werden"*
- *„Wir gehen von einer weiterhin hohen Nutzung linearer Medien in den nächsten zehn Jahren aus, müssen aber Verluste in den Linearmedien durch Zugewinne in non-linearen Produkten ausgleichen"*

5. Journalistinnen und Journalisten bei öffentlich-rechtlichen Anbietern werden technische Aufgabenfelder übernehmen…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

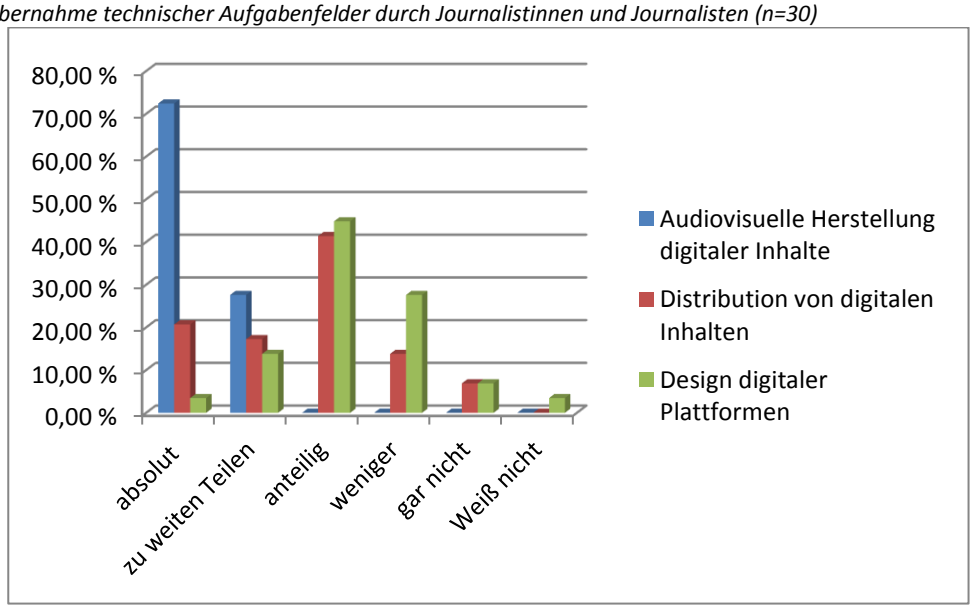
Abb. 4a: Übernahme technischer Aufgabenfelder durch Journalistinnen und Journalisten (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 4b: Übernahme technischer Aufgabenfelder durch Journalistinnen und Journalisten (n=30)



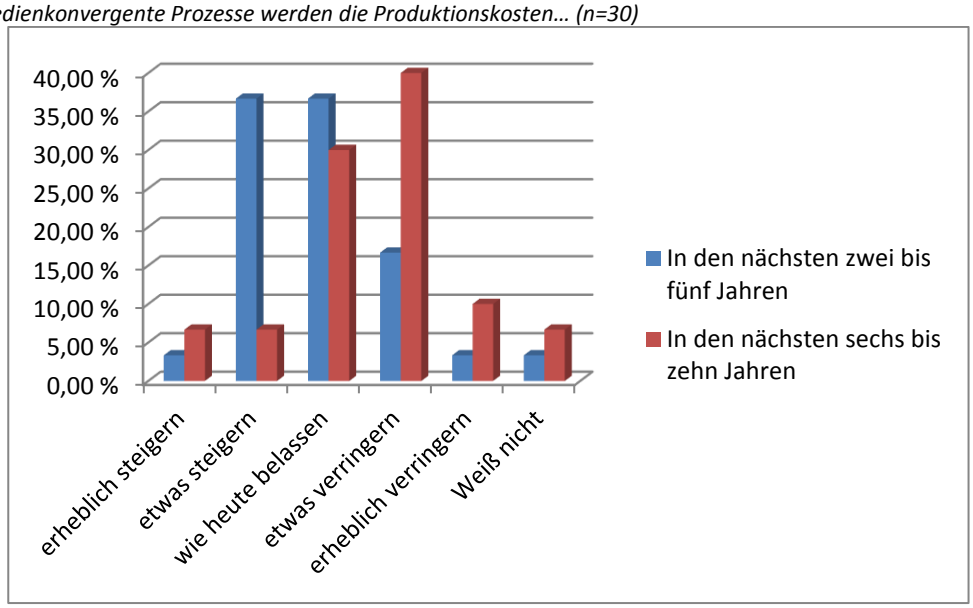
Quelle: Weichselbaumer 2017

„Weitere technische Aufgabenfelder, die Sie nennen möchten…" (in unsortierter Auswahl)

- *„Übernahme technischer Berufe wie Regie, Kamera, Ton…"*
- *„Dreh, Schnitt, Grafik"*
- *„Es wird weiterhin technische Experten geben, aber News-Beiträge und kürzere Filme werden vermutlich zunehmend von Autoren geschnitten und bearbeitet"*
- *„Moderation und Feedback auf Nutzerkommentare in Social Media durch Journalisten"*

6. Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten im öffentlich-rechtlichen Segment…

Abb. 5: Medienkonvergente Prozesse werden die Produktionskosten… (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

„Gründe für Ihre Einschätzung sind…" (in unsortierter Auswahl)

- *„Weniger Personal in Technik und Redaktion, gleichzeitig steigender Output"*
- *„Personalkosten werden sinken (Altverträge gehen bzw. erreichen Rente), Markt hat ökonomisches Interesse, Kosten für Medienproduktion konstant zu halten"*
- *„Komplexe Produktions-, Handling- und Vertriebsbedingungen"*
- *„Großgeräte, d.h. personalintensive Produktionsmittel werden ersetzt durch einfachhandhabbare, leistungsfähige Digitalprodukte"*
- *„Technikkosten"*
- *„Einerseits werden Produktionsbedingungen günstiger (automatische Studios…) andererseits werden die Ausspielwege täglich mehr und die technischen Equipments müssen häufiger erneuert werden (technische Entwicklungssprünge)"*

Öffentlich-rechtliche Anstalten werden ihre Budgets (bei nicht zu erwartenden erheblichen Mehreinnahmen) bevorzugt verwenden auf: (in unsortierter Auswahl)

- *„Digitale Ausspielwege"*
- *„News-Produktion, Live-Elemente, Übertragung von Großevents"*
- *„Content-Design"*
- *„Multiskills Education, Multiplattform Journalismus"*
- *„Personalkosten"/ „Pensionsleistungen"*
- *„Cross-Media, Online-Only-Angebote, Automatisierung"*
- *„Ausbau und Modernisierung der Infrastruktur"*
- *„Inhalte, Journalismus, von Menschen für Menschen. Damit verbunden: regionale Strukturen"*
- *„Softwarenentwicklung für neue Produkte"*
- *„Etablierung und Entwicklung neuer Technologien"*
- *„Soweit möglich: Erstellung von Programminhalten für alle Ausspielwege"*

Öffentlich-rechtliche Anstalten werden (bei nicht zu erwartenden erheblichen Mehreinnahmen) Einsparungen vor allem in folgenden Bereichen ansetzen: (in unsortierter Auswahl)

- *„Klassische Ausspielwege, vor allem lineares TV"*
- *„Produktion von Filmen und Serien, Sport (weil Rechte zu teuer), in der eigenen Verwaltung"*
- *„Produktionskosten"*
- *„Verwaltungskosten"*
- *„Distribution, Logistik und Transport, Archivierung"*
- *„Im Personalbereich, in der (Post-)Produktion, im linearen Radio- und TV"*

- *„Personalkosten, Lizenz-Kosten, Technik-Kosten“*
- *„Klassische monomediale Produktionsbetriebe“*
- *„Es gilt so lange wie möglich merkbare Einsparungen am Programm zu vermeiden. Durch Synergien und kluge Planung in allen Bereichen ist vieles möglich“*

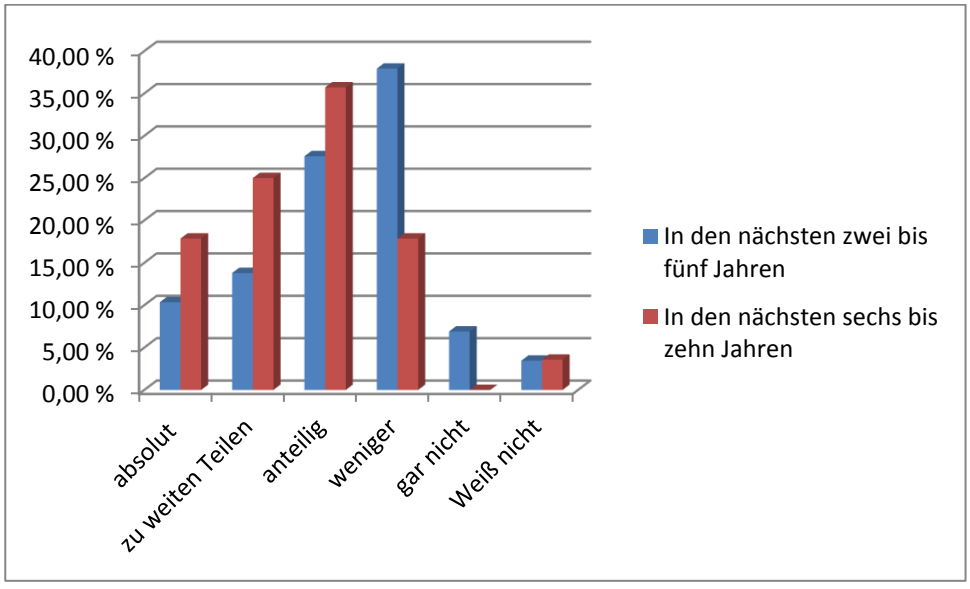
7. Welche grundlegende öffentlich-rechtliche Finanzierungsform halten Sie künftig europaweit für wahrscheinlich?

Angaben in unsortierter Auswahl

- *„Gebühren bzw. Haushaltsabgabe“*
- *„Generelle Medien- bzw. Haushaltsabgabe, Finanzierung aus dem allg. Steuertopf, Spenden“*
- *„Staatliche und EU-Finanzierung“*
- *„Illusorisch, von einheitlicher Finanzierungsform zu schreiben (Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der EU ist heute durch Heterogenität geprägt = Vielfaltkonzept der EU/ Protokoll von Amsterdam)“*
- *„Projektbezogenes Funding mit Staatsmitteln und/ oder Publikumsgeldern“*
- *„Indexierte Beitragsfinanzierung“*
- *„Geräteunabhängige Beitragsfinanzierung“*
- *„Neben der klassischen Mischfinanzierung aus Gebühren bzw. Steuern und aus Werbung werden vermutlich neuere Finanzierungsmodelle wie z.B. Crowdfunding oder andere Social-Media-Einnahmequellen eine Rolle spielen. Konträr dazu zeichnet sich in einigen europäischen Ländern ein Gegentrend zurück zum regierungsnahen und regierungsfinanzierten Staatsfernsehen ab“*
- *„Der Rundfunkbeitrag ist keine Steuer und finanziert kein ‘Staatsfernsehen’. In der Legitimationsdebatte um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist der Wert dieser Finanzierungsform den Menschen zu erklären“*

8. Europas Öffentlich-Rechtliche richten ihre Redaktions- und Ressortgrenzen an inhaltlichen Markern aus…

Abb. 6: Ausrichtung an inhaltlichen Markern… (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

„Gründe für Ihre Einschätzung sind…“ (in unsortierter Auswahl)

- *„Wir machen das“*
- *„Struktur“*
- *„Innovationsfeindliche Unternehmenskultur“*
- *„Die Entwicklung hin zu Medienhäusern, die Inhalte auf vielen Ausspielwegen an das Publikum bringen wollen“*

- *„Zunehmende Zahl an Ausspielwegen fordert eine Reaktion. Stärkung inhaltlicher Kompetenzen und gezielte, koordinierte Absprache, welche Inhalte auf welchen Ausspielwegen am besten passen. Mein Sender hat sich 2011 auf den Weg gemacht, sich nach Themen aufzustellen. Selbstverständlich muss es bei neu aufkommenden Themen auch ggf. neue, diese bearbeitende, Organisationsformen geben“*

9. Im redaktionellen Zusammenwachsen von Hörfunk, Fernsehen und Online setzen etliche öffentlich-rechtliche Veranstalter in Europa auf die Einrichtung inhaltlicher Koordinationsstellen. Diese sollen Aufträge über alle Ausspielwege des Hauses hinweg bündeln und zentral an Autorinnen und Autoren verteilen. Was bedeuten solche Maßnahmen aus Ihrer Sicht für künftige inhaltliche Meinungspluralität?

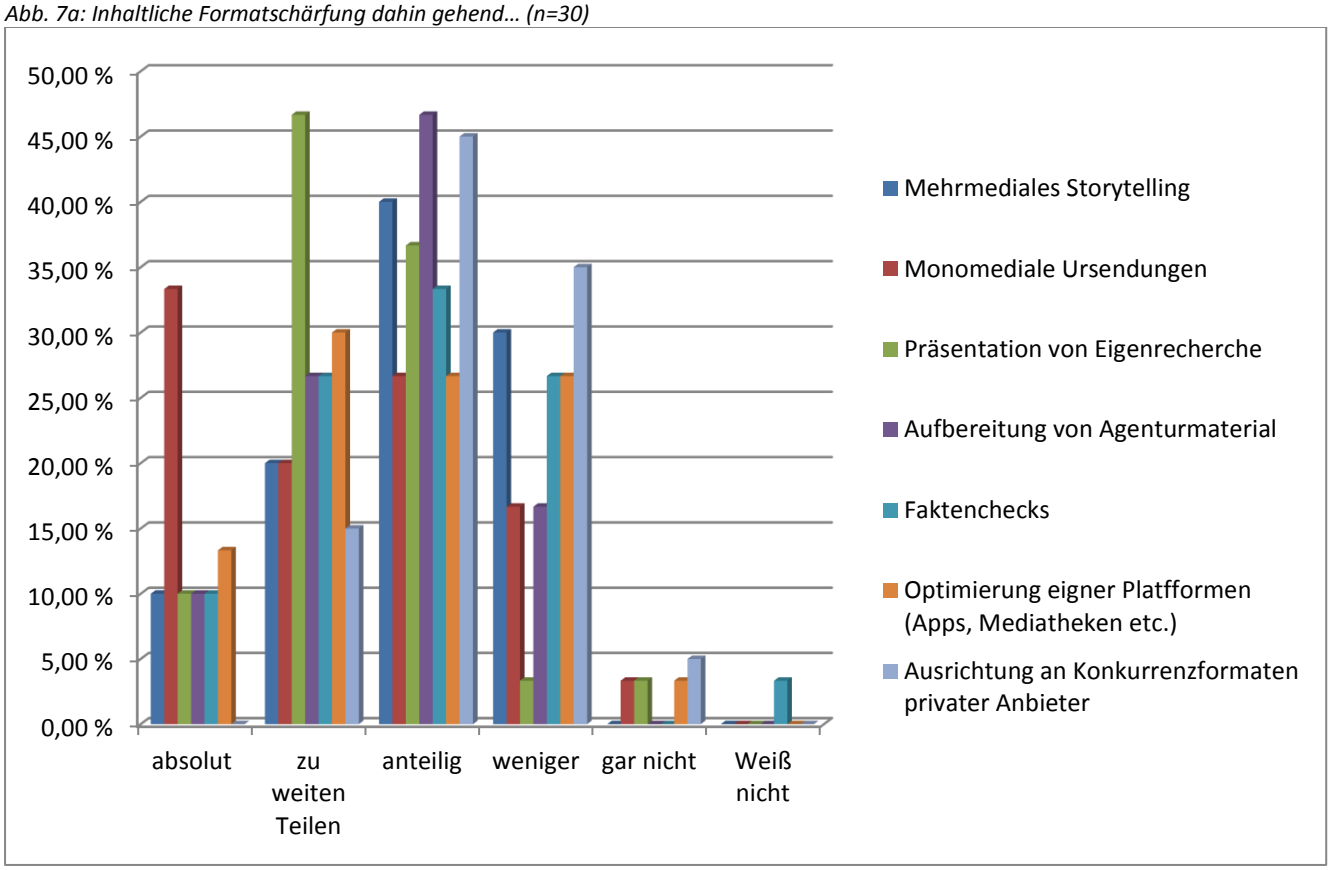
Angaben in unsortierter Auswahl

- *„Chancen und Gefahren. Chance: Teams bringen verschiedene Perspektiven in Themenfindung und Produktionsprozesse ein// Gefahr: Wenn politische Einflussnahme vorhanden ist, ist dies leichter“*
- *„Weniger Pluralität, weil weniger Diskussionen geführt werden“*
- *„Redaktionelle Unabhängigkeit in Gefahr“*
- *„Zuständigkeiten und rechtliche Verantwortung verschwimmen“*
- *„Halte ich derzeit für ein Übergangsphänomen (nicht alle Mitarbeitenden sind mit den Tendenzen der Digitalisierung vertraut) Langfristig sollten solche Aufgaben von den redaktionellen Bereichsleitern in regelmäßig tagenden Gremien wahrgenommen werden. Dysfunktional für die Pluralität wären zentrale Stellen im Stab der Intendanten/ Direktoren“*
- *„Gefahr: Meinungspluraliät wird in der Zukunft keinen Platz haben, öffentlich-rechtliche Produzenten werden die Realität einer eingeschränkten Pluralität akzeptieren müssen“*
- *„Gut und richtig gemacht ermöglicht das allen Bevölkerungsgruppen Zugang zu Inhalten. Meinungspluralität ist davon komplett unabhängig. Das ist eine Frage der redaktionellen Organisation“*
- *„Ohne innere Pressefreiheit und institutionelle Vorkehrungen zur Vielfaltssicherung problematisch. Eine gewisse Gefahr für die Binnenpluralität ist nicht zu übersehen, es gilt die Pluralität aufrecht zu erhalten – was gelingen wird“*
- *„Das ist vermutlich themenabhängig. In den Bereichen der politischen und wirtschaftlichen Berichterstattung sowie der klassischen Auslandsberichterstattung erscheint mir künftig das Einschränkungspotenzial inhaltlichen Meinungspluralismus als sehr hoch“*
- *„Zentralisierte ‘Multimedia’-Redaktionen und zielgruppenspezifische Channels lassen sich nur sehr schwer vereinbaren. Genau in diesem Spannungsfeld bewegen sich derzeit die unterschiedlichen Strategien der verschiedenen öffentlich-rechtlichen Anstalten. Derzeit gibt es jedoch noch kaum überzeugende Konzepte, die diesen Widerspruch überwinden. Effiziente Organisationsstrukturen zu entwickeln, die trotzdem Multimedialität, zielgruppenspezifische Content-Aufbereitung und Meinungspluralität gewährleisten, ist eine der größten Herausforderungen für öffentlich-rechtliche, als auch private (traditionelle) Medienhäuser. Sollte sich die reine ‘Zentralisierung’ durchsetzen, führt dies jedoch unweigerlich zum Verlust von Meinungspluralität“*
- *„Chancen und Risiken für die Meinungsvielfalt, wobei aus meiner Sicht - wenn gute Journalisten gute Arbeit machen, die Vorteile überwiegen: Koordination kann dafür sorgen, dass X Autoren das Thema nicht aus derselben Perspektive in ähnlicher Machart beleuchten, sondern dass sie unterschiedliche Aspekte beleuchten. So kann tatsächlich ein umfassenderes Meinungsbild abgebildet werden. Koordinationsstellen - sind im Journalismus auch nichts Neues: letztlich ist jede Konferenz eine Koordinationsstelle. Schwierig würde es aus meiner Sicht, wenn bestimmte Perspektiven von Koordinationsstellen ohne erkennbare Begründung von vorneherein abgelehnt werden: Wenn Journalisten aber einen guten Job machen (saubere journalistische Arbeit heißt, die verschiedenen Perspektiven einzunehmen und zu Wort kommen zu lassen), dann ist dieses Risiko aber auch nicht höher als es heute ist“*
- *„Eine bessere und abgestimmte Organisation z.B. von Drehs bedeutet kein ‘Einerlei’ in der Berichterstattung oder gar mangelnde Pluralität. Nur weil Redaktionen etwa auf die gleichen O-Töne zurückgreifen, heißt es nicht, dass deshalb auch die inhaltliche Ausrichtung die gleiche ist“*
- *„Meinungspluralität wird sich nur durch den Einbezug von Bloggern, Vloggers und Social Media-‘Produzenten’ in die Content-Produktion der Öffentlich-Rechtlichen erhalten lassen. Utopisch? Vielleicht…”*

10. Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden ihre inhaltlichen Formate dahin gehend schärfen…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

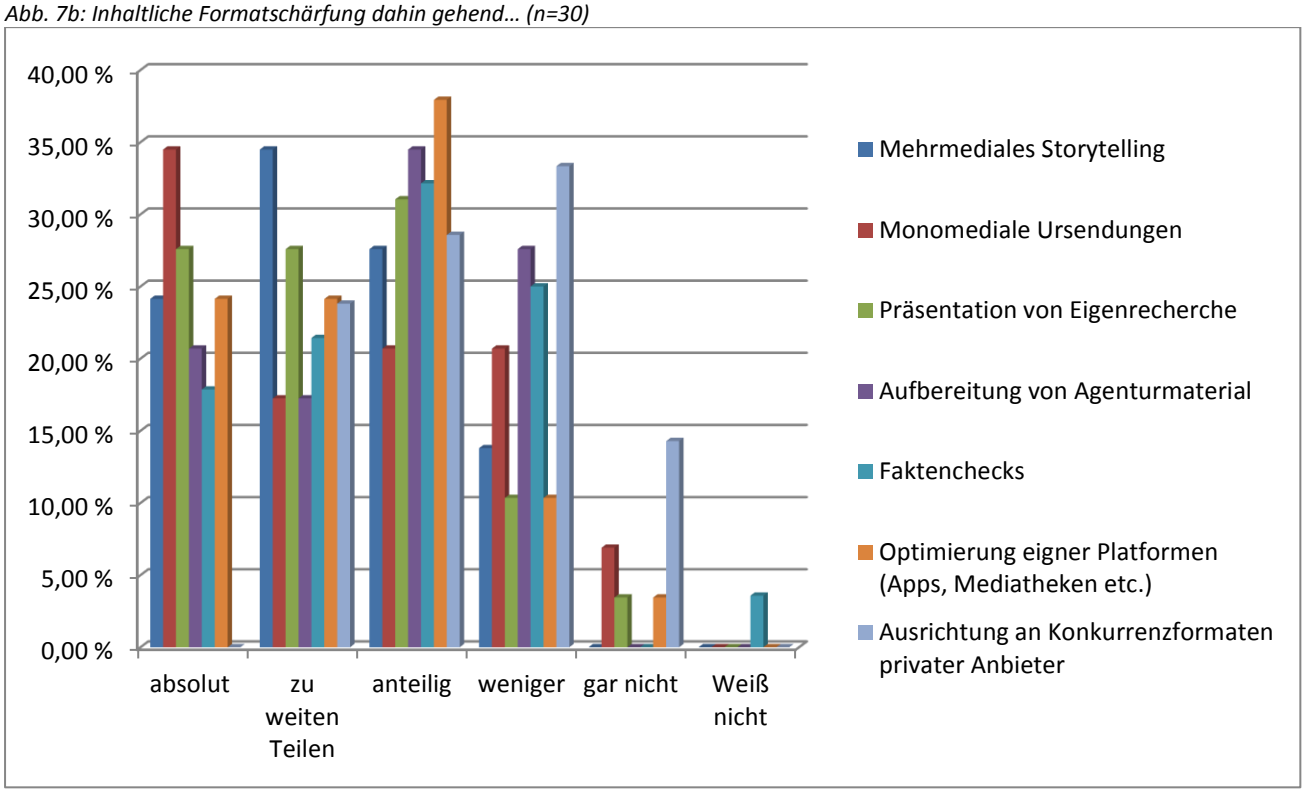
Abb. 7a: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 7b: Inhaltliche Formatschärfung dahin gehend… (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

11. In einem digitalisierten Zeitalter sind Nutzende nicht mehr nur Konsumenten medialer Produkte, sondern werden selbst zu Kommentatoren und Produzenten von Inhalten. Wie werden öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten in Europa ihre Angebotspalette auf diese veränderte Art der Nutzung umstellen?

Angaben in unsortierter Auswahl

- *„Junge Nutzer ansprechen, ältere Nutzer an die Techniken und Anwendungen heranführen“*
- *„12- bis 39-Jährige wegen Wert für Werbemarkt“*
- *„Theoretisch sollten alle Gruppen angesprochen werden. Praktisch wird die Zielgruppe 18- bis 49-Jährige im Fokus sein. Auch die über 65-Jährigen sollten als Zielgruppe eine wichtige Rolle spielen“*
- *„Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist qua Auftrag verpflichtet, alle Teile der Gesellschaft mit redaktionellen Angeboten zu versorgen. Das Zielgruppen-Paradigma entstammt aus dem kommerziellen Rundfunk der USA. In manchen öffentlich-rechtlichen Organisationen der EU spielt die Werbevermarktung eine bedeutende Rolle (z.B. Österreich; gehört aber nur mit viel argumentativer Mühe zum Auftrag). In anderen Ländern (Skandinavien, Spanien) ist die Werbevermarktung dem ÖRR komplett verschlossen“*
- *„Urbane Mittelklasse“*
- *„Die Alten bleiben uns. Die jungen, heterogenen, fraktionierten gesellschaftlichen Kleingruppen werden angesprochen. Zielgruppenspezifischer in Form, Sprache und Ausspielwegcharakteristika“*
- *„Älter Menschen (de facto); Jüngere Menschen (strategisch)“*
- *„Da wir jetzt überwiegend bei der älteren Bevölkerung erfolgreich sind, sind jüngere Bevölkerungsgruppen als Zukunftssicherung unverzichtbar“*
- *„Im linearen Bereich weiterhin eher ältere Zielgruppen. Im non-linearen Bereich hingegen eher jüngere Zielgruppen“*
- *„Entscheidend ist, Angebote für alle Zielgruppen zu haben. 14- bis 29-Jährige müssen nicht BR-Fernsehen schauen, aber z.B. ‘funk’ nutzen“*

12. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk sieht sich in dualen nationalen, EU-weiten, globalen Medienmärkten unter vielfältigem Konkurrenzdruck. Auf welcher Ebene oder welchen Ebenen sollte Ihrer Meinung nach eine legislative Rahmengebung ansetzen, um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa zukünftig wettbewerbsfähig zu halten?

Angaben in unsortierter Auswahl

- *„Nationale und EU-Ebene"*
- *„Weltweite Rechtssetzung"*
- *„Eigene Sprache und Kultur schützen; Teilen und Zusammenarbeit in Good Practice"*
- *„Rein auf EU-Ebene"*
- *„Abschaffung der Depublikationsverpflichtungen (kommerzieller VoD-Markt hat sich bereits entwickelt) sowie einer verstärkten Konzentration auf Online-Only-Angebote. Daneben kann ich außerhalb des Rechtemarktes keinen besonderen Wettbewerbsdruck erkennen"*
- *„Bund. EU. Wahrhaftige Medien zu besitzen wird zum Standortvorteil, weil Kohärenz und Vertrauen einer Gesellschaft Grundlage für demokratischen Kurs und damit Stabilität sind"*
- *„Haushaltsabgabe; Rechte – kein reines Substitutionsangebot"*
- *„Auch wenn Europa wichtig ist und bleibt, sind die Länder doch so unterschiedlich, dass vermutlich nationale Regeln/ Gesetze sinnvoll sind"*
- *„Keine Schlechterstellung bzw. Einschränkung bei der Entwicklung von digitalen Angeboten"*
- *„Öffentlich-rechtlichen Rundfunkbetreibern muss es möglich sein, das Publikum dort zu erreichen, wo es sich aufhält bzw. Medien konsumiert. Rechtliche Rahmenbedingungen sollen den öffentlich-rechtlichen Auftrag definieren, jedoch nicht wie dieser vertrieben bzw. konsumiert werden kann"*
- *„Novellierung der Rundfunkgesetze auf nationaler Ebene und EU-Ebene. Rechtliche Prüfung des Status von Sozialen Netzwerken und deren Rolle als 'Medienanbieter' oder reine Plattformbetreiber"*
- *„Jugendschutz: Es kann nicht sein, dass öffentlich-rechtliche wie private Rundfunkanstalten richtigerweise sehr streng die Altersfreigaben beachten müssen – sowohl linear wie beim Mediathekszugang – global agierende Medienunternehmen wie Netflix sich aber davon freimachen können"*

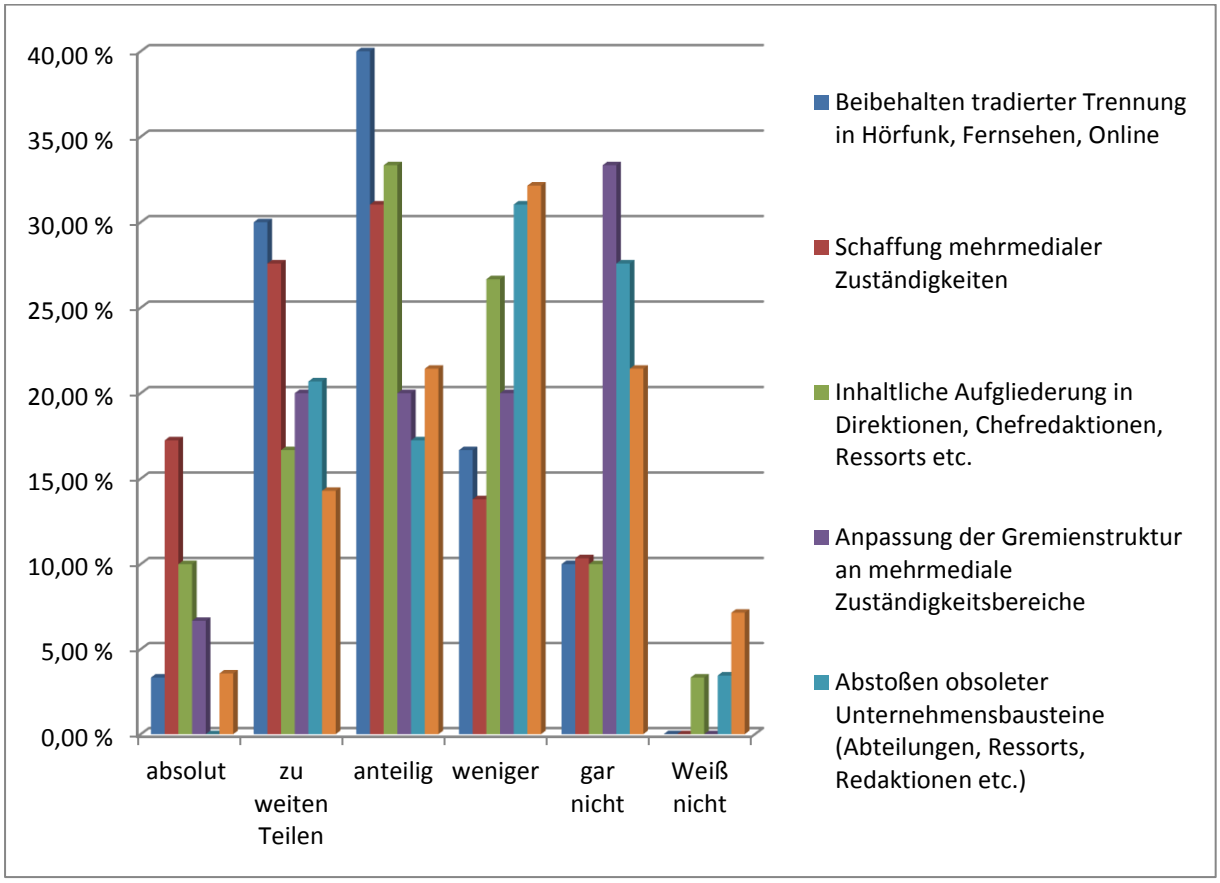
Worin besteht für Sie im Blick auf Europas öffentlich-rechtliche Zukunft mehr Regulierungsbedarf als bisher? (in unsortierter Auswahl)

- *„Öffentlich-Rechtliche sollten weniger beschränkt werden. Gerade im Zeitalter der 'Fake News' wird klar, dass ökonomisch orientierte Märkte nicht alles regeln können"*
- *„Bei 'Schleichwerbung' und versteckten Produktionskosten-Zuschüssen – schadet beides der Glaubwürdigkeit"*
- *„Finanzierung des Öffentlich-Rechtlichen"*
- *„Multinationale Telekom-Anbieter, internationales Wettbewerbsrecht, Urheberrechte"*
- *„Eingedenk des politisierten Selbstverständnisses des Öffentlich-Rechtlichen (Repräsentanz der stärksten gesellschaftlichen Gruppen: den Parteien) eine fortschreitende Trennung von parteipolitisch intendierten Themensetzungen. Also dem Erschweren von parteipolitischen Kommunikationsmaßnahmen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk durch Vertragsklauseln für Mitarbeitende, deren Einhaltung von unabhängigen Institutionen geprüft werden kann (öffentlich)"*
- *„Regulierung von Marketing, Propaganda und ausgewogene Meinungsdarstellung im Öffentlich-Rechtlichen"*
- *„Zulassung von neuen digitalen Möglichkeiten um Publikum zu erreichen im Blick auf internationale Wettbewerber"*
- *„Urheberrecht. Amerikanische News-Aggregatoren untergraben sonst das System"*
- *„Im Bereich der Medienordnungspolitik. Ferner wäre abseits der politischen Regulierung eine konzentrierte und koordinierte freiwillige Selbstkontrolle der Öffentlich-Rechtlichen in Europa auch zugunsten eines crossmedialen Qualitätsjournalismus wünschenswert"*
- *„Regulierungsbedarf besteht in erster Linie in Bezug auf die globalen Online-Monopolisten (Google, Youtube und Co.). Deren immer stärkere Monopol-Stellung gefährdet die Vielfalt und die Wirtschaftlichkeit lokaler Medien, egal ob öffentlich-rechtlich oder privat"*
- *„In allen europäischen Ländern schrumpft der öffentlich-rechtliche Rundfunk, während gleichzeitig die Kosten steigen (Rechtekosten, technische Verbreitung, Streamingkosten, Tariferhöhung etc.). So haben die Sender unterm Strich weniger Geld zur Verfügung, müssen aber gleichzeitig die digitale Revolution bewältigen – ein schwieriger Spagat!"*

13. Öffentlich-rechtliche Unternehmen werden ihre Organisationsstruktur dahin gehend verändern…

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

Abb. 8a: Veränderung der Organisationsstruktur nach … (n=30)



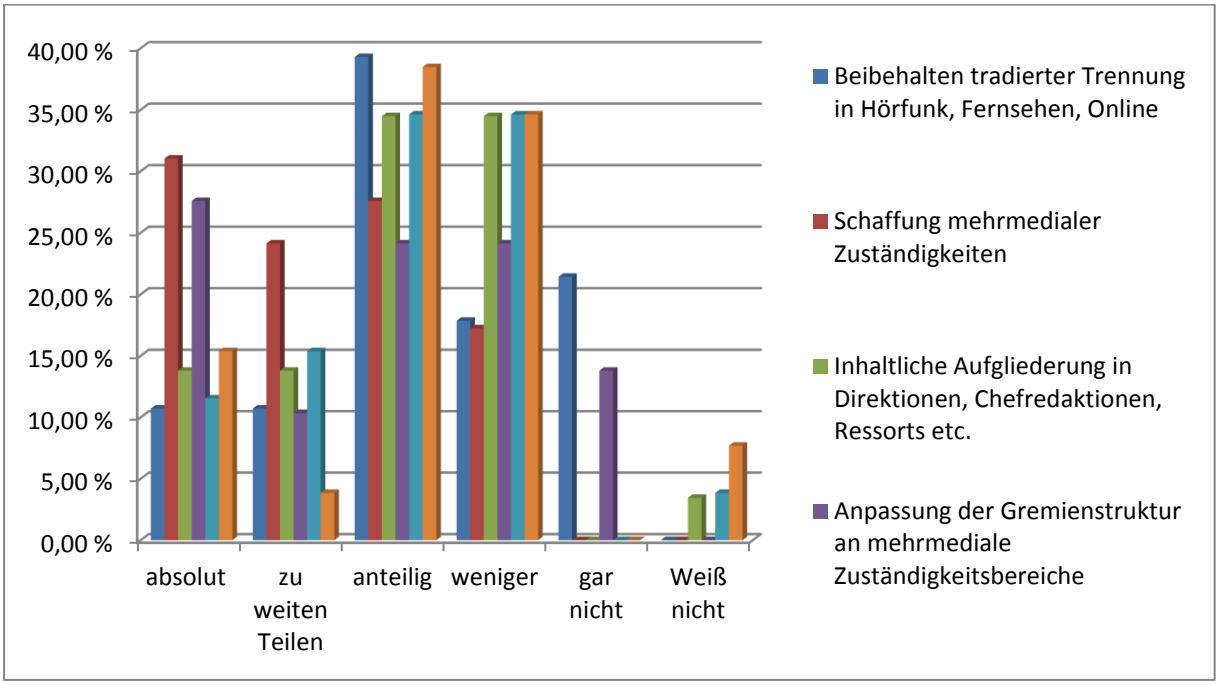
Quelle: Weichselbaumer 2017

Und zwar welcher… (in unsortierter Auswahl)

- *„Ausgliederung von Technik, Buchhaltung, Verwaltung, Gebäudemanagement“*
- *„Monomediale Redaktionen, kleinteilige Redaktionen gegenüber Themenfeldern“*
- *„Fuhrpark“*
- *„große Einheiten statt kleinteiliger Aufstellung“*

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 8b: Veränderung der Organisationsstruktur nach … (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

Und zwar welcher… mehrmedialer Zuständigkeiten und inhaltlicher Aufgliederungen (in unsortierter Auswahl)

- *„Social-Media-Desk, Innovationsabteilung“*
- *„News, Sport, Religion“*
- *„Audio, Video, Multiplattform, Social Media“*
- *„Public Relations Office“*
- *„Entwicklungsabteilung“*
- *„Archive“*
- *„Programmierer bzw. Online-Experten“*
- *„Softwareentwicklung, UX, Analytics, Distributionsmanagement“*
- *„Profis für die Ansprache junger Zielgruppen, Profis für technische Verbreitungswege“*

14. Erkennen Sie unter Europas öffentlich-rechtlichen Anstalten „Vorbilder" als richtungweisend für andere Öffentlich-Rechtliche?

In unsortierter Auswahl

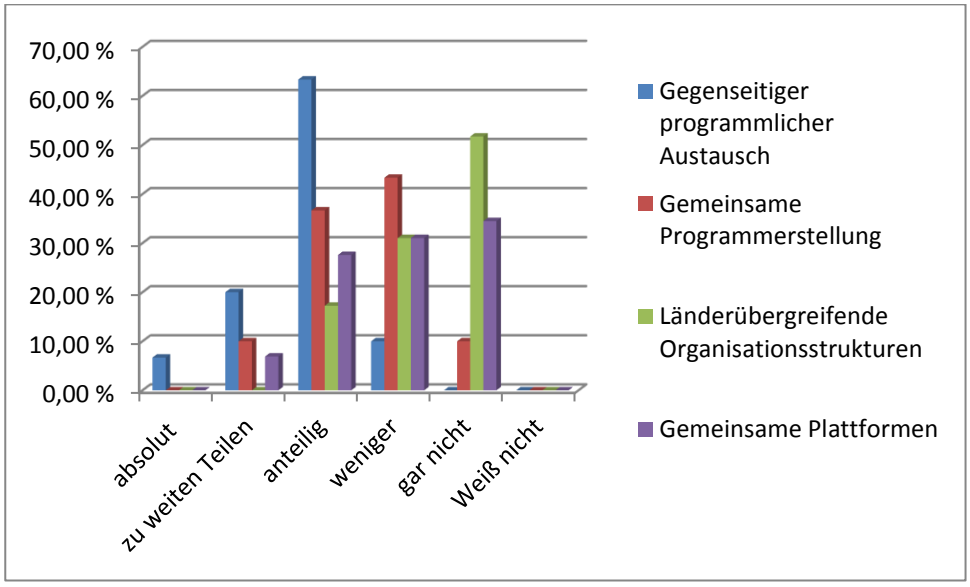
- *„Dänemark, Norwegen, GB“*
- *„BBC, DR, VRT“*
- *„Skandinavien, SR, BBC“*
- *„BR geht derzeit in eine spannende Richtung im deutschsprachigen Raum, ARTE, funk, NOS op 3, BBC“*
- *„Dänemark besonders“*
- *„Als Individuum hege ich selbstverständlich Vorlieben und Abneigungen. Das spielt in diesem Zusammenhang aber keine Rolle. Die Parlamente werden auch in Zukunft für die Ausgestaltung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sorgen“*
- *„Überhaupt keine Vorbilder“*
- *„BR, BBC, YLE“*
- *„Im Grunde gehen alle in unterschiedlichem Tempo in dieselbe Richtung. Eine ARD (föderal) ist mit einer BBC (zentral) nicht vergleichbar“*
- *„YLE, BBC, SRG“*

- *„Außerhalb Deutschlands stellen die öffentlich-rechtlichen Anbieter ihre 'Service Public' offensiver dar. Das wünsche ich mir auch für die öffentlich-rechtlichen Anbieter in Deutschland"*

15. In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen...

In den nächsten zwei bis fünf Jahren

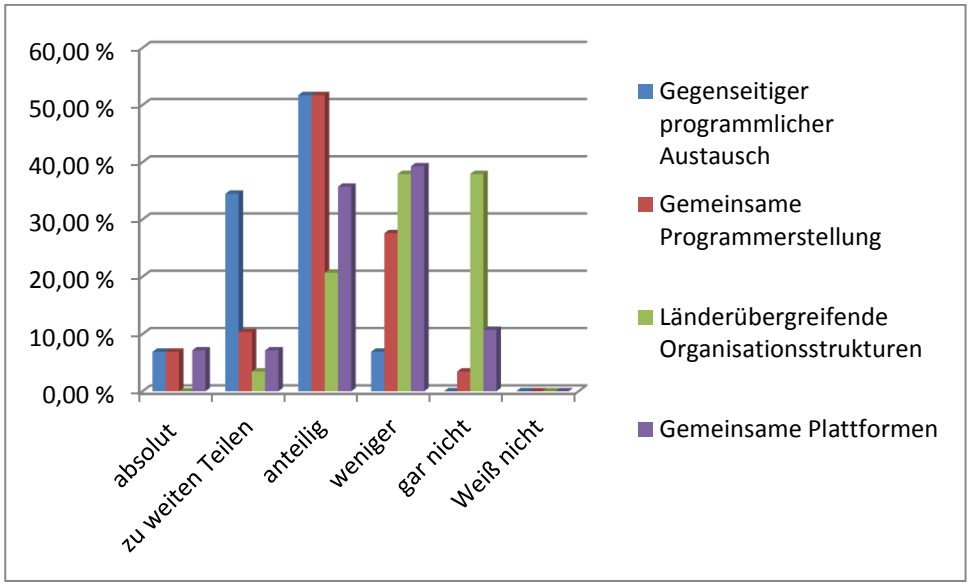
Abb. 9a: In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen… (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

In den nächsten sechs bis zehn Jahren

Abb. 9b: In diesen Bereichen wachsen die öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas wahrscheinlich zusammen… (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

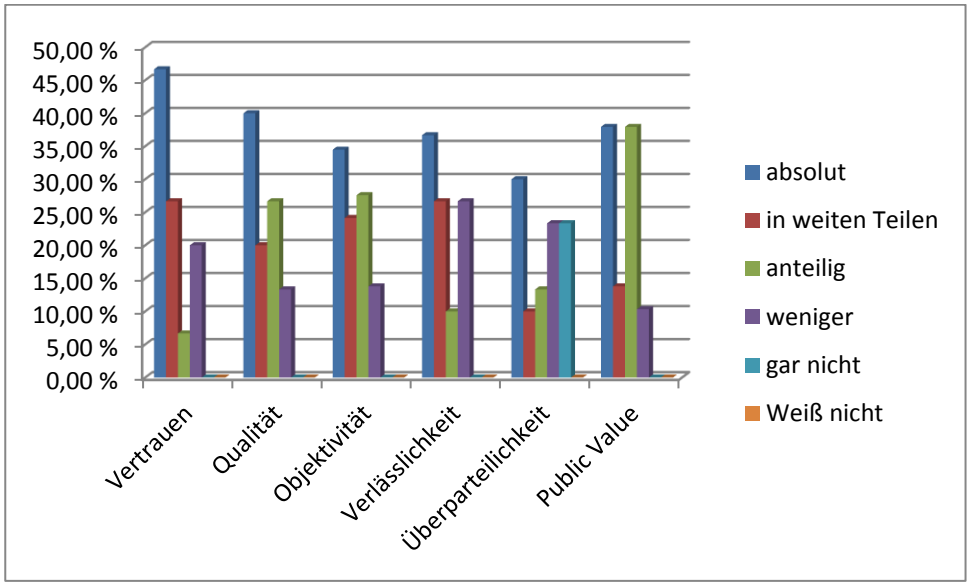
16. Im Zuge des Medienwandels setzen sich öffentlich-rechtliche Medienanstalten auch jenseits der in den Programmaufträgen und Staatsverträgen verankerten Positionen mit ihrer Stellung in der Gesellschaft auseinander. Auf welche Programmbestandteile (Formate oder Inhalte) könnten öffentlich-rechtliche Medienhäuser ihre Anstrengungen zur Legitimitätssicherung richten?

In unsortierter Auswahl

- „Verbesserte Fehler-Kultur; Einbindung von Kritikern in interne Diskussionen; Klar erkennbar machen, wofür öffentlich-rechtlicher Rundfunk steht"
- „Nachrichten, Bildung, High Quality Drama"
- „Information, Bildung und Erziehung, nationaler Sport und hochwertige Unterhaltung"
- „Information, Bildung, Kultur, Auslandsberichterstattung, Sport"
- „Public Value (in allen Bereichen) v.a. aber bei non fiction"
- „Im Grunde steht alles im Gesetz: Bildung, Unterrichtung, Unterhaltung! Unabhängige öffentlich-rechtliche Medien sind für eine Demokratie von großer Bedeutung – als Garant von Orientierung und Meinungsbildung"
- „Nachrichten, Informationen, Dokumentationen, Hintergründe, Auslandsberichterstattung"
- „Unabhängige Nachrichten, Hintergrundberichterstattung, Kunst und Kultur, nationale und lokale Berichterstattung. Ein wesentlicher Bestandteil der Legitimitätssicherung ist jedoch auch, dass die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten weiterhin große Teile der Bevölkerung erreichen und dementsprechend auch niederschwellige Angebote für alle Zielgruppen bereitstellen. Ein reiner 'Elitenfunk' verliert seine Glaubwürdigkeit und Legitimität in großen Teilen der Bevölkerung"
- „Gesellschaftlicher Zusammenhalt, Orientierung, Verifikation, Recherche. Regionale Informationen und Erklärung, Einordnung komplexer Zusammenhänge für die unmittelbare Lebenswelt. Fiktionale Inhalte mit Bezug zur Lebenswelt und Biografie der Nutzer"
- „Der Auftrag ist unteilbar: Unterhaltung, Information, Sport, Kultur, Bildung etc. Alles gehört zusammen. Würde man die öffentlich-rechtlichen Sender auf einen reinen Bildungsauftrag reduzieren, würden sie zu dann noch schwerer legitimierbaren allgemeinfinanzierten Randsendern"
- „Alles was mit sozialer Inklusion zu tun hat, damit verschiedene soziale Gruppen in die 'Gesamtgesellschaft' einzubeziehen. Legitimität speist sich in erster Linie aus unabhängiger Arbeit, also sollten Anbieter ihre unbeeinflusste Arbeitsweise im Agenda Setting und der Nachrichtenberichterstattung herauskehren"
- „Soziale Einbindung, Wahrung nationaler kultureller Besonderheiten, 'sichere' Unterhaltung (z.B. für Kinder)"

17. Öffentlich-rechtliche Medienanbieter werden künftig ihren „USP Öffentlich-Rechtlich“ zu gründen suchen auf Begriffen wie…

Abb. 10: „USP Öffentlich-Rechtlich“ wird gründen auf... (n=30)



Quelle: Weichselbaumer 2017

Wie lassen sich solche Begriffe mit messbaren Inhalten füllen? (In unsortierter Auswahl)

- *„Relevanz am Markt; Transparenz“*
- *„Diversität, Unterscheidbarkeit“*
- *„Glaubwürdigkeit durch regionale Verankerung; Menschen statt Robotern; Storytelling statt Agenturjournalismus; Zuverlässigkeit vor Schnelligkeit; Erklärkompetenz; Inhaltliche Tiefe/ Klugheit; Exzellenz in journalistischer Darstellung“*
- *„Unabhängigkeit“*
- *„All diese Begriffe stellen den Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags dar“*
- *„Public Value-Bemühungen“*
- *„Internationale Organisation zur Qualitätssicherung öffentlich-rechtlicher Anstalten“*
- *„Das ist Aufgabe der Redaktionen“*
- *„In dem man nur mit gut ausgebildeten, gebildeten, heterogen sozialisierten Menschen arbeitet. In dem man ein Controlling installiert bzw. beibehält und ausbaut“*
- *„Stakeholder-gerechte Operationalisierung“*
- *„Schwer messbar, aber: möglichst keine Fehler machen und transparent sein“*
- *„Authentizität und Identifizierung von ‘Urhebern’ in der Berichterstattung, insbesondere beim Umgang mit Inhalten und Quellen aus sozialen Medien“*
- *„Ein wesentlicher Indikator ist die Akzeptanz in der Gesamtbevölkerung, die sich in Form einer möglichst großflächigen Nutzung der öffentlich-rechtlichen Angebote darstellt. Publikumspartizipation bei Social Awareness-Aktionen, Spendenaktionen etc. Public Value-Berichte, Nachhaltigkeitsberichte und unabhängige Studien“*
- *„Vertrauen - Image Qualität - Inhalte und Produktionen die tiefer gehen als der allgemeine Medienmainstream; Themen und Schwerpunkte setzen Objektivität - Darstellung unterschiedlichster Perspektiven und Darstellungsformen Verlässlichkeit - schnelle und fachkundige Information und Einordnung (Fachexpertise) Überparteilichkeit - kritischer und konstruktiver Journalismus; Verifikation; Investigativer Journalismus Public Value - Agenda Setting; Emotionaler Wert des ÖR für die Gesellschaft; Überzeugende Produkte und Inhalte“*

Soweit Ihre Einschätzungen und Ideen. Ich würde mich freuen, wenn Sie den zweiten Fragebogen ausfüllten und stelle Ihnen am Ende gerne die komplette Arbeit und Auswertung samt Interpretation der Ergebnisse zur Verfügung.

Dankeschön.

Susi Weichselbaumer

Anhang 5:

Feedback August 2017. Summary first Delphi-Round June-August 2017.

Delphi-Study

Media Convergence in Public Service Broadcasting

in Europe

netPOL. (Internationales und Interuniversitäres Netzwerk Politische Kommunikation)/ **Andrássy University Budapest.**

Dr. Susanne Weichselbaumer. Elvirastraße 16. 80636 München.
susi.weichselbaumer@br.de/ susi.weichselbaumer@andrassyuni.hu

Dear Participants,

A heartfelt thank you for the returns, your efforts, dedication and your brilliant ideas.

In the following you will find the intermediate results of the first wave of Delphi questionnaires. The graphics represents the frequency distribution of your quantitative answers as a percentage. The qualitative overviews speak about your appraisals in no particular order and are free of grouping, categorisation and valuation. Merely multiple responses as well as references to individual, publicly funded companies – still in this step – were omitted to prevent setting a trend in advance. For reasons of mutual comprehensibility, I have translated each into German or English so that an "anonymous discussion" can take place on the same level.

The second and final questionnaire (see email/link) will collect the aspects you assessed controversially and recalled once again or for the first time. "Clarified" dimensions are not repeatedly put up for negotiation for pragmatic reasons. The second questionnaire has ten questions – if you are interested, first have a look at the whole or part of the feedback form and compare your positions with those of the other experts.

Thank you for your time.

Susi Weichselbaumer

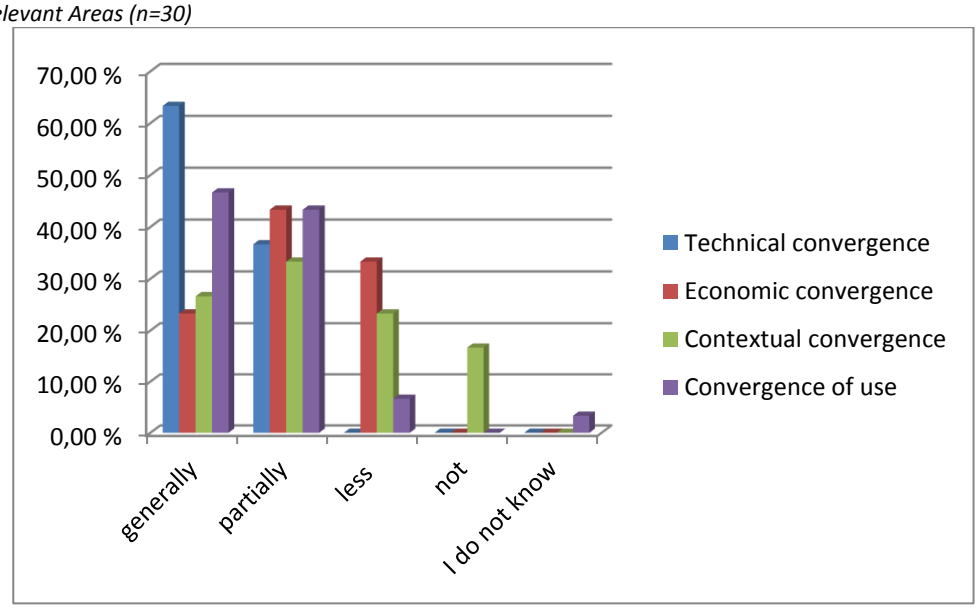
1. The term "media convergence" is often used to describe changing media processes that have been observed for some time. Briefly, what do you understand by this?

(This point gathers your suggestions in the widest possible distribution without carrying out specific categorisations. Accordingly you will find the sequence as an unsorted selection and overview.)

“Merging of media in production and usage, in markets and organisation”
“The growing together of different media, for example print, online, radio, TV, ...”
“Interaction of different media platforms and media contents”
“Available for users at all times, everywhere with whichever appliance”
“Hybrid growing together of formerly separated media aspects (production, content, channel, consumption object, etc.)”
“Media convergence is the converging of media technologies, media genres and media communication in what is a limitless mutual communication system”
“Different levels” function (technical) convergence cross-medial/process-related convergence, journalistic convergence (approximation of journalistic content due to increased competitiveness in the target group approach, vertical convergence (elements of WSK media are moving closer and closer together), horizontal convergence (sector convergence T.I.M.E) In the next question you switch from “media convergence” to “media transformation”. It is slightly irritating because once again other definitions are possible (if you follow the discourse processes; I will continue to assume “media convergence”)”
“Media convergence is a development characterised by an amalgamation of media content production and/or the possibility of using different forms of media via one technical appliance”
“Interaction/exchange/cooperation of media contents on different AUX outputs”
“Technical, organisational, economic, usage-related non-linear integration”
“The selective distinction of different media is dissolving: Everyone uses the “internet”, newspapers publish videos and stream press conferences etc.”
“The growing together of different media genres and channels”
“The increasing importance of online availability and online consumption in the times of digitalisation changes the demands consumers make on media brands and it results in a merging of formerly clearly separated genres TV, radio and print or text. The differentiation of media genres is fading into the background due to the AUX outputs. The brand and the associated competence in terms of content is gaining more and more importance. For the brand it is important to offer the target group content that has been specifically prepared in the respectively suitable format.
“Particularly technical convergence and utilisation convergence. I.e. convergence of formerly separated single media for or in an output device on the one hand (digitalisation; cf. smartphones, internet-enable TV devices); one the other hand: blurring of individual and mass communication.”
“The growing together of media in the course of digitalisation and technical developments”

2. In your view, which areas will be important in the media change process?
In the next two to five years

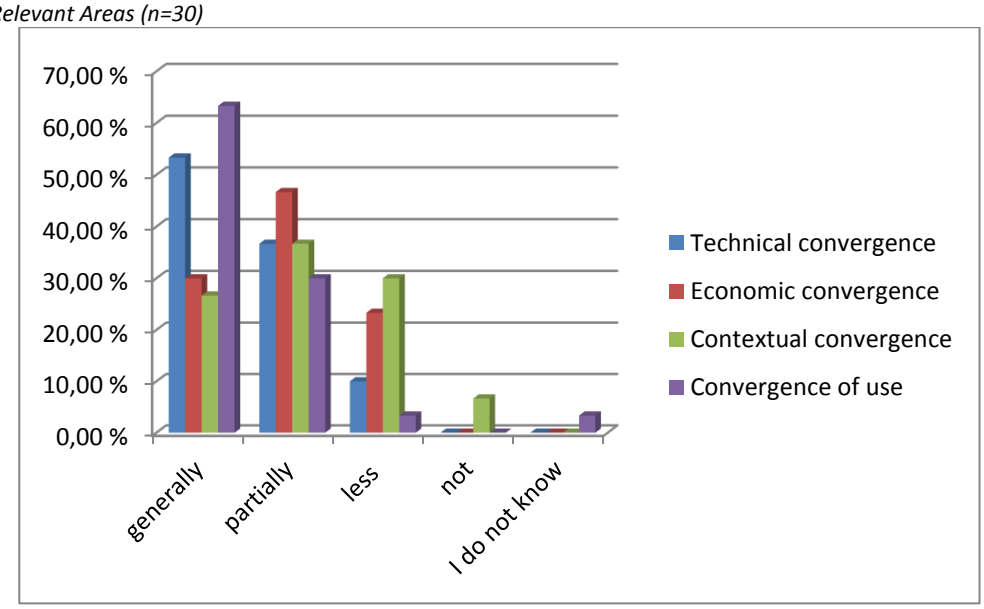
Fig. 1a: Relevant Areas (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

In the next six to ten years

Fig. 1b: Relevant Areas (n=30)

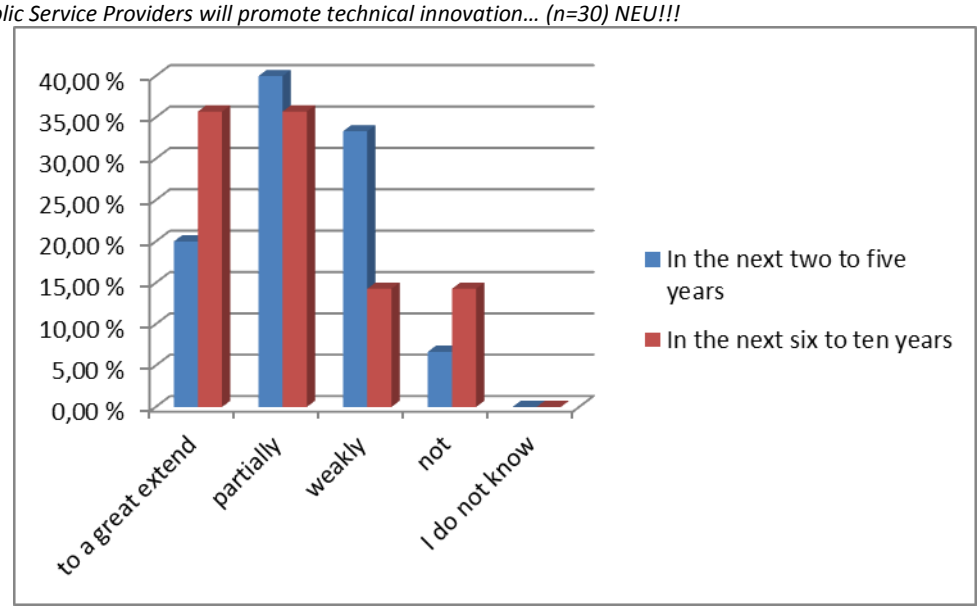


Source: Weichselbaumer 2017

For "additional convergent characteristics" you listed "editorial organisation", "regulation" and "parallel utilisation" (instead of "convergence of utilisation" with reference to already similar structural times of merging, approximate or overlapping media usage)

3. Public service providers in Europe will promote technical innovation …

Fig .2: Public Service Providers will promote technical innovation… (n=30) NEU!!!



Source: Weichselbaumer 2017

"Reasons for your assessment are..." (in no particular order)

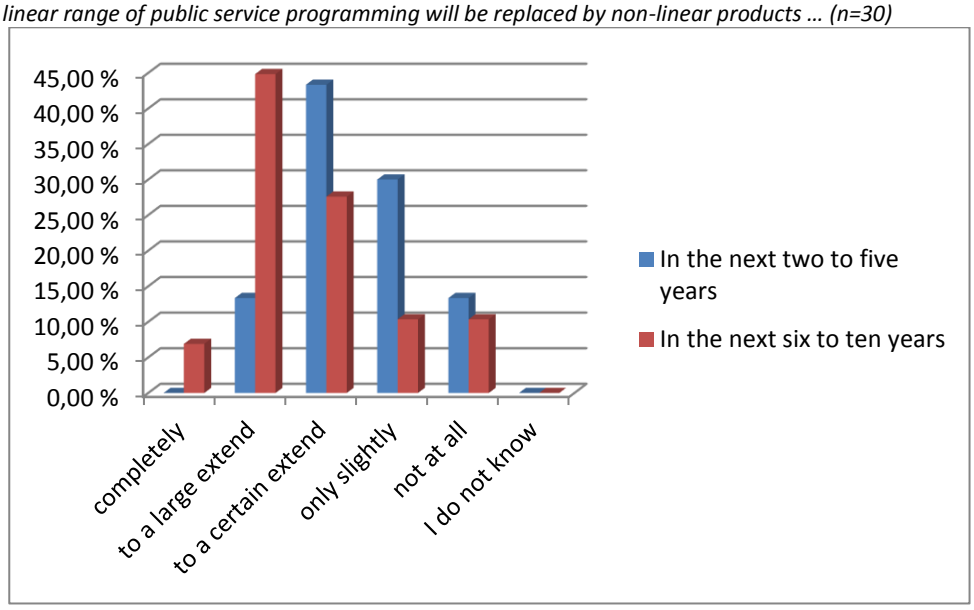
- *"Market relevance"*
- *"Public service providers are slow"*
- *"Corporate cultures/cultures are built to be extremely resistant to change"*
- *"Guarantee in terms of the continuance and development of public service broadcasting"*
- *"Media-political decision-making processes that need to put on a stop on innovations"*
- *"An internal software development introduces new products to the market" Only the exchange between journalists and developers guarantees sustainability"*
- *"Technical development, economic necessity"*
- *"Sinking acceptance of the financing of public service broadcasters and legal restrictions"*
- *"If the usage needs and behaviour of the population change, then the public service media providers must also change in order to meet their responsibility towards society"*
- *"New usage patterns of the contributors"*

"What type of technologies or technology sectors will Europe's public service broadcasters focus on ..."

- *"Digital"*
- *"E-government practices, e-public administration services"*
- *"Publication of public service contents via IP infrastructures; anachronistic: DAB+"*
- *"Interactive news reporting, support of user-generated content"*
- *"Software, graphic systems, editing and video systems"*
- *"Social media, smart TV, mobile TV"*
- *"Everything that is more personal and financially favourable than today's technologies"*
- *„VR, AR, 360 degrees, mobile communication"*
- *"Multimedia editing systems, streaming technologies, analysis tools, VJ equipment"*
- *"Digital products"*
- *"Web offers"*
- *"Apps (stationary – smart TV – and mobile)"*
- *"The fundamental objective is to prevent the generational break and to continue to legitimise the broadcast license fee. Therefore, digital AUX outputs will be more important: How will we manage to distribute our content in so many ways?"*

4. The linear range of public service programming in Europe will be replaced by non-linear products…

Fig. 3: The linear range of public service programming will be replaced by non-linear products … (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

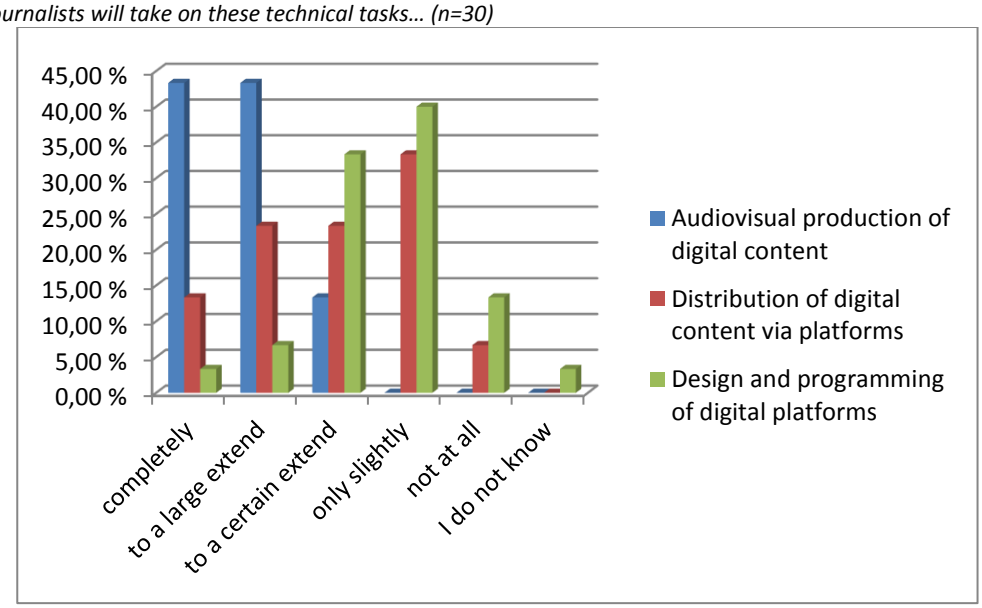
"Reasons for your appraisal are..." (in no particular order)

- *"Changes of user habits"*
- *"Media-economic influence of international (future) market leaders (Netflix, Amazon, Google, Apple…)"*
- *"Like comparing applies with pears; linear TV and VoD merely combine the presentation surface. Both media genres have different production and management routines. Furthermore, the media offers meet the different needs of the audience"*
- *"Demographic change"*
- *"Usage and user data is geared in this direction"*
- *"Television and radio broadcasting are too good, the people in Germany are too persistent. The number of new distribution and AUX outputs will increase significantly, however linear media in the light of the baby boomer generation will not be replaced"*
- *"Linear television consumption increases and even the "digital natives" use a linear programme"*
- *"The importance of linear offers will continuously increase in proportion to overall media consumption, however, specific offers will continue to be consumed linearly or live"*
- *"We expect a high usage of linear media in the next ten years but must compensate losses in linear media through gains in non-linear products"*

5. Journalists will take on these technical tasks…

In the next two to five years

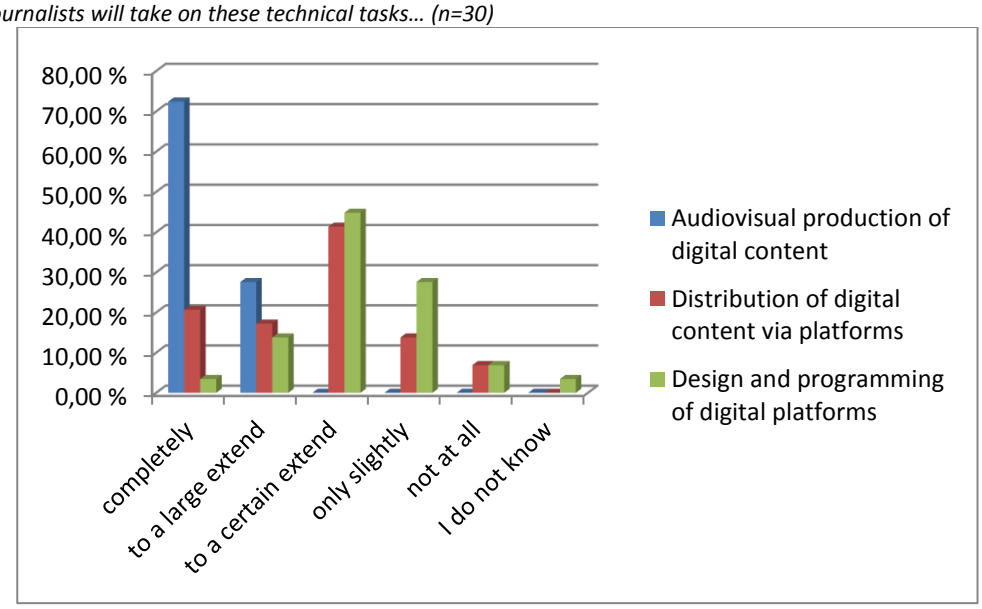
Fig. 4a: Journalists will take on these technical tasks… (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

In the next six to ten years

Fig. 4b: Journalists will take on these technical tasks… (n=30)



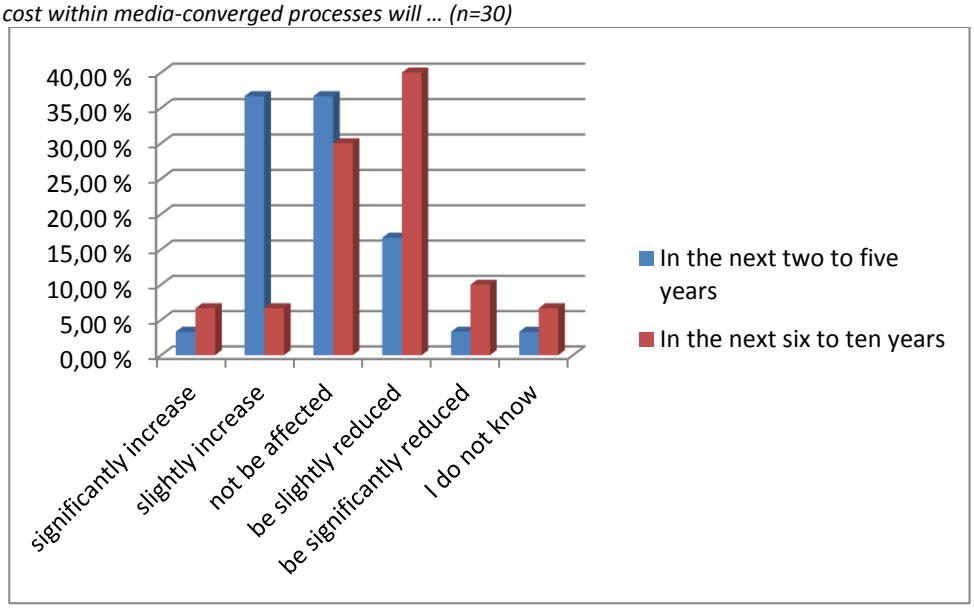
Source: Weichselbaumer 2017

"Further technical duties that you would like to list..." (in no particular order)

- *"Takeover of technical occupations such as directing, camera, sounds..."*
- *"Shooting, editing, graphics"*
- *"There will still be technical experts, but news reports and shorter films will probably be shot and edited by authors.*
- *"Moderation and feedback on user comments in social media by journalists"*

6. Within media-converged processes the cost of production in public service broadcasting will …

Fig. 5: The cost within media-converged processes will … (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

"Reasons for your appraisal are..." (in no particular order)

- *"Fewer personnel in technology and editing, increased output at the same time"*
- *"Personnel costs will sink (old contracts will reach retirement), market has an economic interest in maintaining the costs for media production"*
- *"Complex production, handling and marketing conditions"*
- *"Large equipment, i.e. personnel-intensive means of production will be replaced by digital products that are easier to handle and efficient"*
- *"Technical costs"*
- *"On the one hand, production conditions will be cheaper (automatic studios ...), on the other hand the AUX outputs will increase daily and the technical equipment will have to be renewed more frequently (technical development leaps)"*

Public service institutions will preferably use their budget (in case of unexpected significant additional revenues) for: (in no particular order)

- *"Digital AUX outputs"*
- *"New production, live elements, transmission of large events"*
- *"Content design"*
- *"Multi-skills education, multi-platform journalism"*
- *"Personnel costs"/ "Pension benefits"*
- *"Cross-media, online-only offers, automation"*
- *"Expansion and modernisation of the infrastructure"*
- *"Contents, journalism from people for people. Associated: regional structures"*
- *"Software development for new products"*
- *"Establishment and development of new technologies"*
- *"If possible: creation of programme contents for all AUX outputs"*

Public service institutions will (in case of unexpected significant additional revenues) mainly make savings in the following areas: (in no particular order)

- *"Classic AUX outputs, mainly linear TV"*
- *"Production of films and TV series, sports (because rights are too expensive) in their own administration"*
- *"Production costs"*
- *"Administration costs"*
- *"Distribution, logistics and transport, archiving"*
- *"In the personnel area, in (post) production, linear radio and TV"*
- *"Personnel costs, licence costs, technology costs"*

- *"Classic mono-media production operations"*
- *"It is important to avoid noticeable savings on the programme for as long as possible. A lot is possible in all areas through synergies and intelligent planning."*

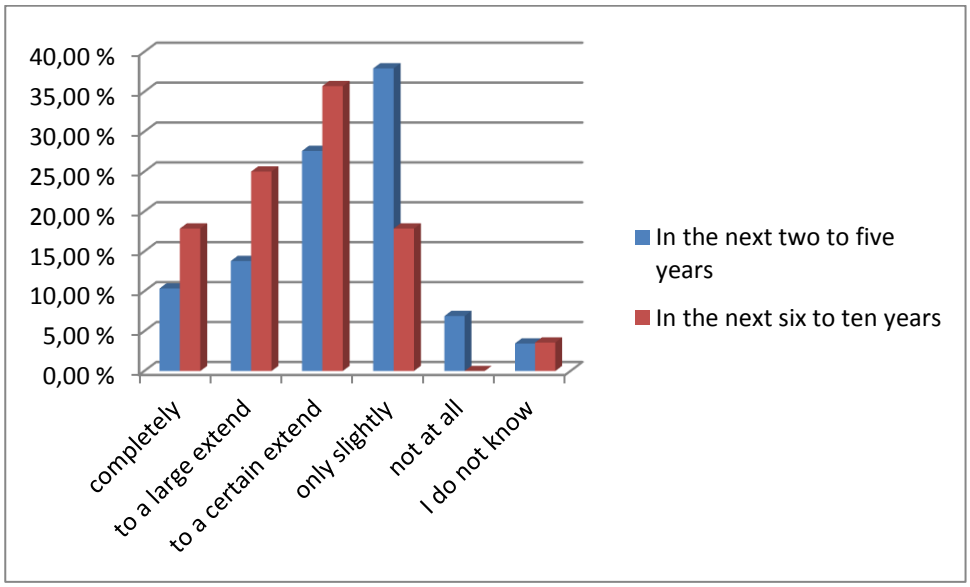
7. What basic form of funding would you foresee for public providers in Europe?

Details in no specific order

- *"Fees or household fees"*
- *"General media or household fees, financing from the general taxation pot, donations*
- *"State and EU financing"*
- *"Illusory to be writing of a uniform form of financing (PSB in the EU is now influenced by heterogeneity = diversity concept of the EU/Amsterdam protocol)"*
- *"Project-related funding with public funds and/or funds from the public"*
- *"Indexed contribution-based financing"*
- *"Device-independent contribution-based financing"*
- *"In addition to classic mixed financing consisting of fees or taxes and from advertisements, newer financing methods such as crowd-funding or other social media income sources will presumably play a role. Contrastingly, it would appear that there is a countertrend in a few European countries returning to government-related and government financed public television.*
- *"The broadcast license fee is not a tax and does not finance "public television". In the legitimacy debate about public service broadcasting, the value of this form of financing must be explained to the people.*

8. Public service providers in Europe will focus their editorial and departmental borders on content markers…

Fig. 6: Focus of editorial and departmental borders on content markers … (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

"Reasons for your appraisal are..." (in no particular order)
- "We can do it"
- "Structure"
- "Innovation-hampering corporate culture"
- "Development through to media companies that want to bring the content to the audience using many AUX outputs"
- "Increasing number of AUX outputs requires a reaction. Strengthening content-related competences and targeted, coordinated agreement with regard to which content is best suited to which AUX outputs. In 2011, my broadcasting station

aimed at establishing itself according to the topics. Naturally, in the event of new emerging topics, there must also new organisational forms that process these topics.

9. In the editorial merging of radio broadcasting, television and online content, several public service providers in Europe are counting on the establishment of content-related coordination offices. This is to bundle broadcasting mandates via all AUX outputs of the house and distribute them centrally to the authors. In your opinion, what impact will such measures have for the future, content-related plurality of opinions?

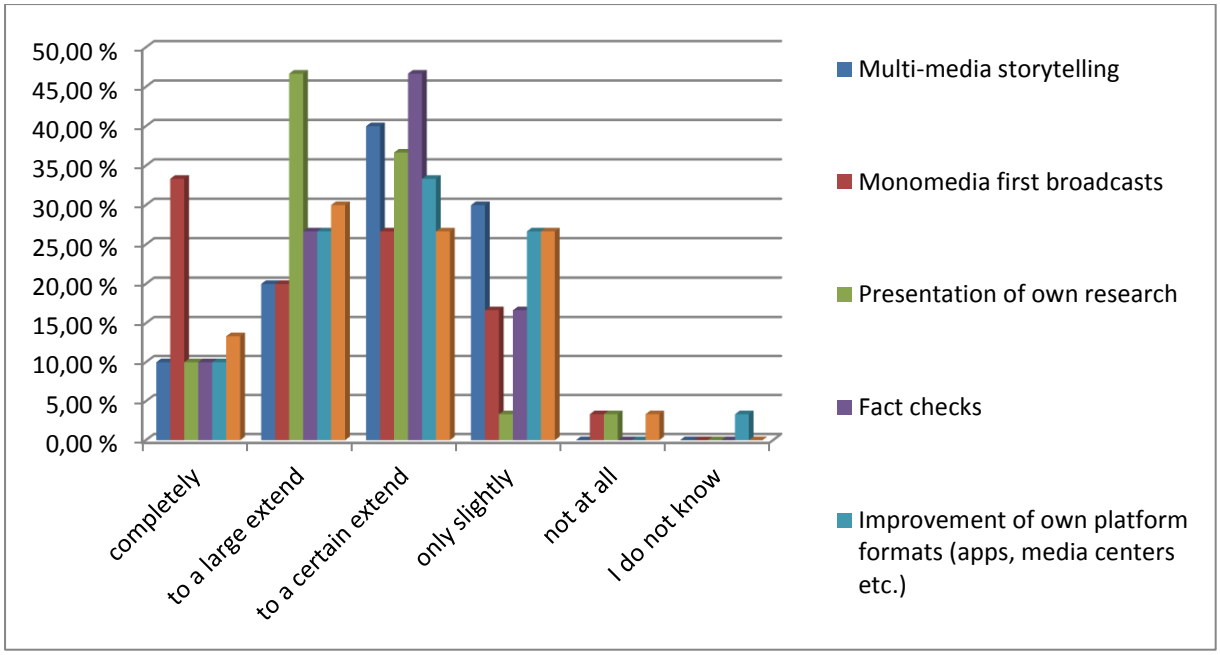
Details in no specific order

- *"Opportunity: Teams introduce different perspectives to topic identification and productions processes// Risk: This will be easier, if there are political influences"*
- *"Less plurality because there will be fewer discussions"*
- *"Editorial independence at risk"*
- *"Responsibilities and legal responsibility will become blurred"*
- *"I consider it to be a transitional phenomenon (not all employees are familiar with the tendencies of digitalisation.) In the long-term, such mandates must be administered by the editorial divisional managers in committees that convene on a regular basis. Key positions among the members of the board of management/directors would be dysfunctional for the plurality"*
- *"Risk: The plurality of opinions will have no place in the future, public sector producers will have to accept the reality in a restricted plurality"*
- *"If done correctly, it will enable all population groups to have access to the contents. The plurality of opinions is completely independent. This is a question for the editorial organisation"*
- *"Without inner freedom of press and institutional provisions ensuring diversity becomes problematic. A certain risk for internal plurality must not be overlooked, plurality must be maintained – which will work"*
- *"This is probably irrespective of the topic. In the areas of political and economic news reporting as well as classic reporting on foreign affairs, I believe the possibility of restricting the content-related plurality of opinions will be very high in the future.*
- *"Centralised "multimedia" editorial offices and target group-specific channels will be very difficult to combine. In this exact field of tension, various different strategies of different public sector institutions are currently on the move. However, there is are still no convincing concepts that surmount this contradiction. Developing efficient organisational structures that guarantee target group-specific content preparation and plurality of opinions despite multimediality is one of the largest challenges faced by the public service as well as private (traditional) media companies. If pure "centralisation" takes hold, this will undoubtedly lead to a loss of the plurality of opinions.*
- *"Doing work that outweighs the advantages: Coordination can ensure that X authors do not highlight the topic from the same perspective in a similar style but that they highlight different aspects. In doing so, it will be possible to illustrate a more comprehensive public understanding. Coordination offices - are not something new in journalism: in the end, each conference is a coordination office. In my opinion, it would be difficult if specific perspectives from coordination offices are rejected from the first without a perceivable justification. However, if journalists do a good job (clean journalistic work means taking several perspectives and have a say), then this risk is no higher than it is today"*
- *"Opportunities and risks for the diversity of opinion, whereas in my opinion - if good journalists do good work that outweigh the advantages: Coordination can ensure that X authors do not highlight the topic from the same perspective in a similar style but that they highlight different aspects. In doing so, it will be possible to illustrate a more comprehensive public understanding. Coordination offices - are not something new in journalism: in the end, each conference is a coordination office. In my opinion, it would be difficult if specific perspectives from coordination offices are rejected from the first without a perceivable justification. However, if journalists do a good job (clean journalistic work means taking several perspectives and have a say), then this risk is no higher than it is today"*
- *"An improved and coordinated organisation, e.g. of shootings does not mean "monotony" in news reporting or even lack of plurality. Just because editorial departments resort back to the same original sound clips, it does not mean that the content alignment is the same as well"*
- *"The plurality of opinion will be maintained through the inclusion of bloggers, vloggers and social media "producers" in the content production of the public service sector. Utopian? Perhaps..."*

10. Public service providers will refine their content formats towards…

In the next two to five years

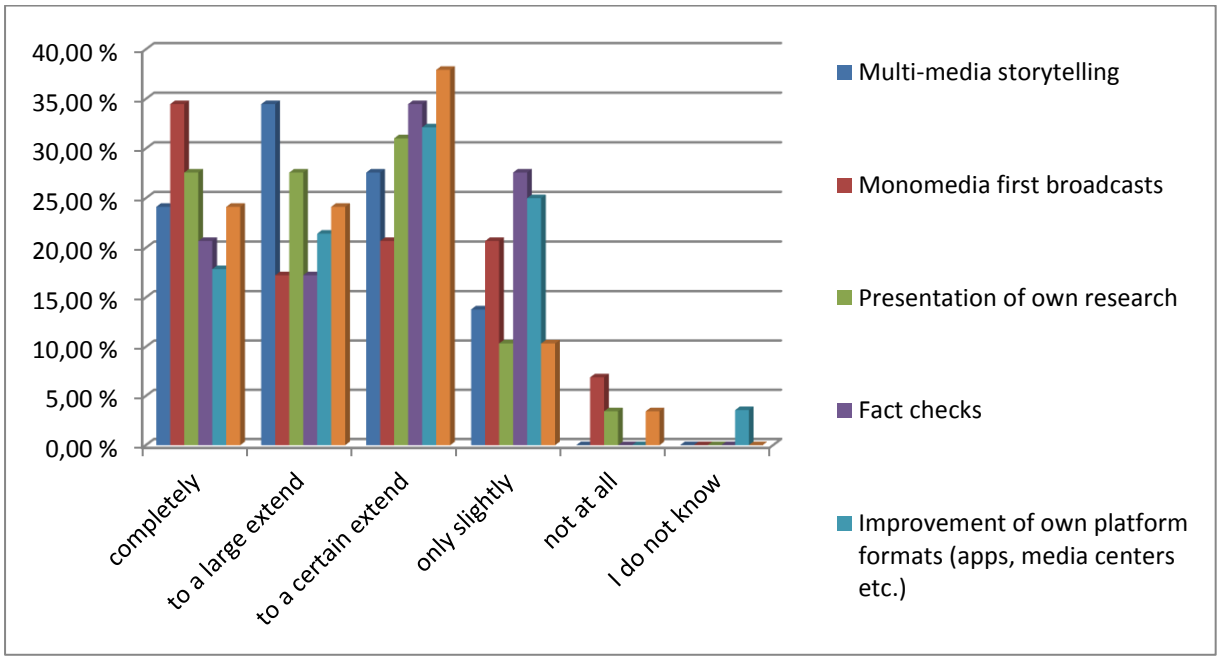
Fig. 7a: Content formats will be refined … (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

In the next six to ten years

Fig. 7b: Content formats will be refined … (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

11. In the digital age, the users are no longer just consumers of media products but also become commentators and producers of contents. How will the public service broadcasting institutions in Europe convert their range of products to this changed form of usage?

Details in no specific order

- "Address younger users, introduce older users to technologies and applications"
- "12 to 39 year-olds due to value for the advertising market"
- "In theory, all groups should be addressed. The target group aged 18 to 49 will be the focus. However, those over the age of 65 should also play an important role as a target group.
- "PSB has the legal obligation to supply all areas of society with editorial content. The target group paradigm originates from commercial broadcasting from the USA. In some PSB organisations of the EU, advertising marketing plays an important role (e.g. Austria; but only belongs to the broadcasting mandate together with a lot of argumentative effort). In other countries (Scandinavia, Spain), advertising marketing is closed towards PSB"
- "Urban middle class"
- "We will be the elderly group. The young, heterogeneous, fractioned social small groups will be addressed. Target group-specific in terms of form, language and AUX output characteristics"
- "Older people (de facto); younger people (strategic)"
- "Since we are more successful among older people, younger population groups are essential in guaranteeing the future"
- "It will continue to be older target groups in the linear area. However, it will probably be younger target groups in the non-linear area"
- "Having offers available for all target groups is crucial. 14 to 29 year old individuals do not need to watch BR television, but, e.g. "funk" must be used"

12. Public service broadcasting is under many competitive pressures in the dual national, EU-wide, global media markets. In your opinion, on which level or levels should legal framework start to keep public service broadcasting competitive in Europe in the future?

Details in no specific order

- *"National and EU level"*
- *"Global legislation"*
- *"Protect your own language and culture; sharing and cooperation in good practice"*
- *"Purely on an EU level"*
- *"Abolishment of the obligation to duplicate (commercial VoD market is already developed) as well as more concentration placed on online-only-offers. In addition, I cannot see any particular competitive pressure beyond the legal market"*
- *"Federation EU. Owning truthful media will become a locational advantage because coherence and trust of a society are the foundation for democratic course and thus, stability"*
- *"Household fees; rights – not a pure substitute available"*
- *"Even if Europe is and continues to remain important, the countries are so different that presumably national rules/laws are expedient"*
- *"No worsening or restriction in terms of the development of digital offers"*
- *"Public service broadcasting operators must be able to reach the audience where it is located or media is consumed. Legal framework conditions should define the public service broadcasting mandate, but not how it can be distributed or consumed"*
- *"Amending the broadcasting laws on national level and EU level. Legal testing of the status of social networks and their roles as "media providers" or merely platform operators"*
- *"Protection of young people: It cannot be the case that public service as well as private broadcasting institutions need to strictly observe the age ratings – both in linear as well as media centre access – whereas, globally operating media companies such as Netflix can free themselves of this rule"*

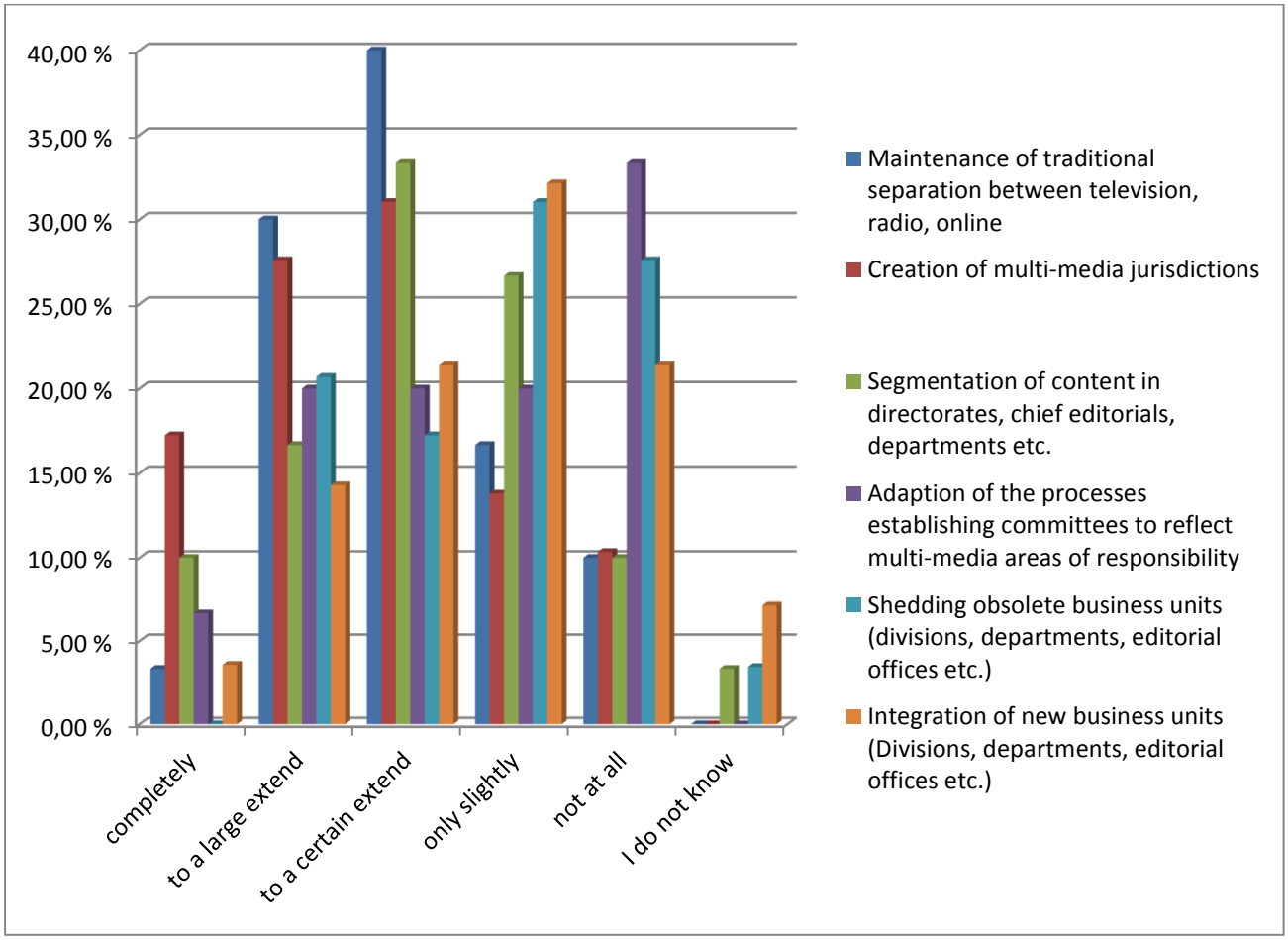
When looking at Europe's public service future, where do you think the regulations need to be intensified? (in no specific order)

- *"Public service broadcasting should have more freedom. Particularly in the era of "fake news", it has become clear that economically oriented markets are not able to control everything"*
- *"In case of "surreptitious advertising" and hidden production cost grants – they are both able to undermine the credibility"*
- *"Financing of public service broadcasting"*
- *"Multinational telecommunication providers, international competition law, copyrights"*
- *"In consideration of the politicised self-images of PSB (representation of the strongest social groups: the parties) an increasing separation of party-political, intended coverages. In other words, making party-political communication measures more difficult in PSB through contract terms for employees, whose compliance can be examined by independent institutions (public)"*
- *"Regulation of marketing, propaganda and balanced expression of opinion in public service broadcasting"*
- *"Approval of new digital opportunities to reach the public with regard to international competitors"*
- *"Copyright Otherwise, American news aggregators will undermine the system"*
- *"In the area of media political procedures. Moreover, aside from political regulation, a concentrated and coordinated, voluntary self control of public service broadcasting in Europe also in favour of cross-media quality journalism would be desirable"*
- *"There is a need for regulations, particularly for global online monopolists (Google, Youtube and Co.). Their increasing monopoly position is jeopardising the diversity and economic viability of local media, irrespective of whether public or private"*
- *"Public service broadcasting is shrinking in all major European countries although the prices are increasing at the same time (legal costs, technical distribution, streaming costs, tariff increases, etc.) In doing so, the channels have less funds available, but need to conquer the digital revolution at the same time – a difficult gap to close!"*

13. As a result, public service providers will adapt their organizational structure…

In the next two to five years

Fig. 8a: Adaption of organizational structure … (n=30)



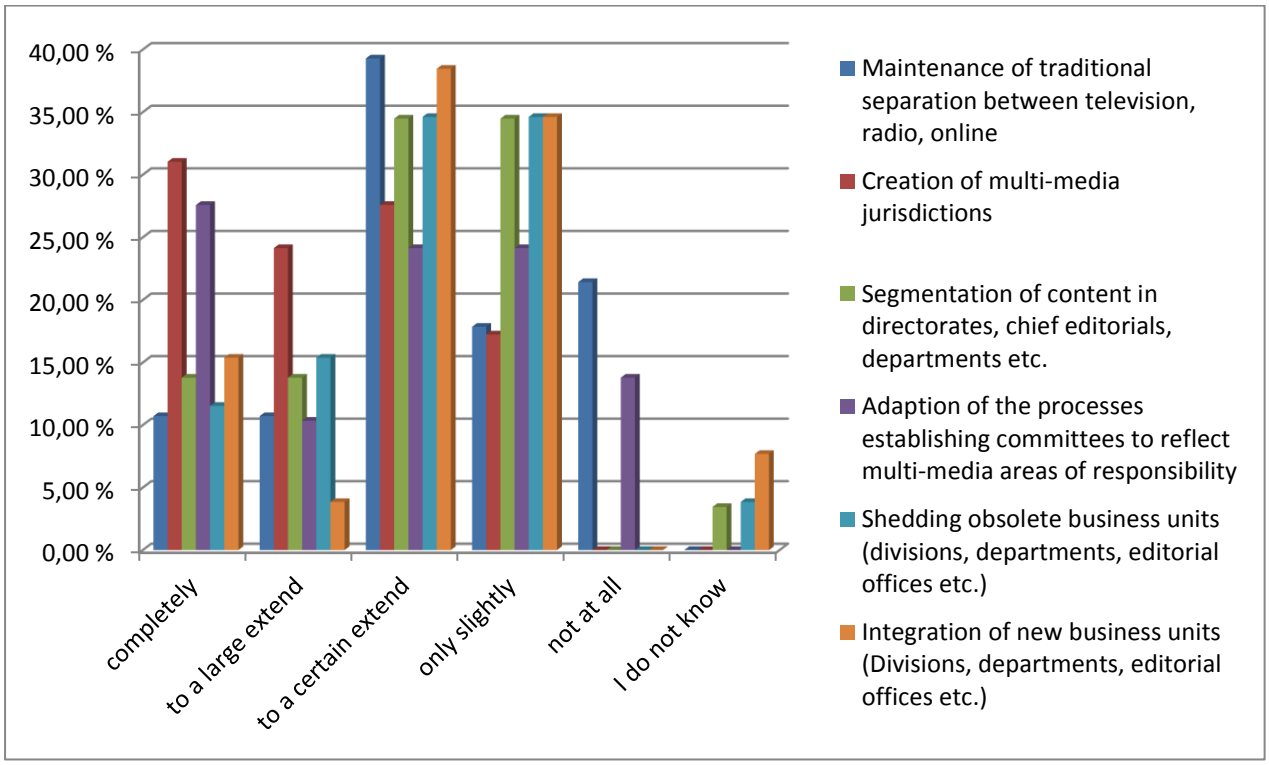
Source: Weichselbaumer 2017

To be specific… (in no particular order)

- *"Outsourcing technology, accounting, administration, building management"*
- *"Mono-media editorial offices, detailed editorial offices compared to topics"*
- *"Vehicle fleet"*
- *"Large units instead of detailed setup"*

In the next six to ten years

Fig. 8b: Adaption of organizational structure … (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

To be specific... multimedia responsibilities and content-related classification (in no particular order)

- *"Social media desk, innovation department"*
- *"News, sport, religion"*
- *"Audio, video. Multi-platform, social media"*
- *"Public relations office"*
- *"Development department"*
- *"Archive"*
- *"Programmer or online expert"*
- *"Software development, UX, analytics, distribution management"*
- *"Professionals to address younger target groups, professionals for technical distribution channels"*

14. Among the European public service operators, do you see "role models" as trend-setting for other public service operators?

In no specific order

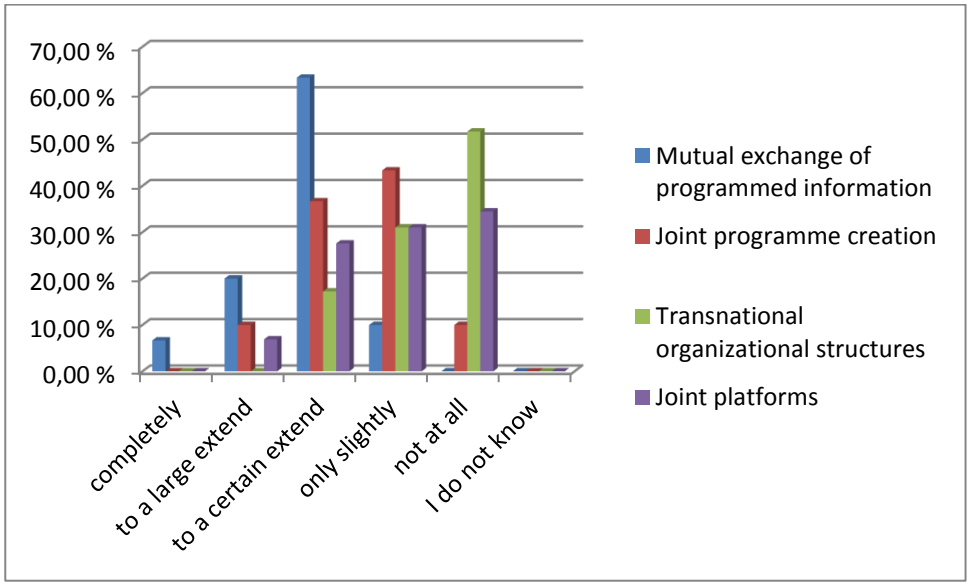
- *"Denmark, Norway, GB"*
- *"BBC, DR, VRT"*
- *"Scandinavia, SR, BBC"*
- *"BR is currently pursuing an existing direction in the German-speaking region, ARTE, radio, NOS, op 3, BBC"*
- *"Denmark in particular"*
- *"As an individual, I entertain likes and dislikes. However, it is not relevant in this connection. The parliaments will also ensure the arrangement of public service broadcasting in the future"*
- *"No role models at all"*
- *"BR, BBC, YLE"*
- *"BBC"*

- *"In principle, they are going in the same direction at different speeds. ARD (federal) cannot be compared with BBC (central)"*
- *"YLE, BBC, SRG"*
- *"The public service providers outside Germany present their "service public" more aggressively. I hope the same for the public service providers in Germany"*

15. In these areas are public service providers in Europe likely to converge...

In the next two to five years

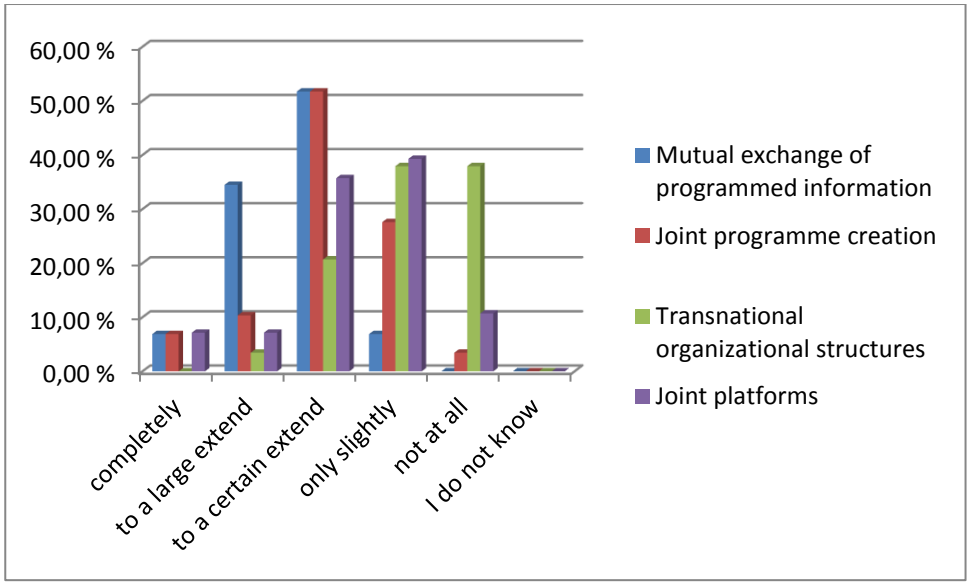
Fig. 9a: Areas of public service providers converging … (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

In the next six to ten years

Fig. 9b: Areas of public service providers converging… (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

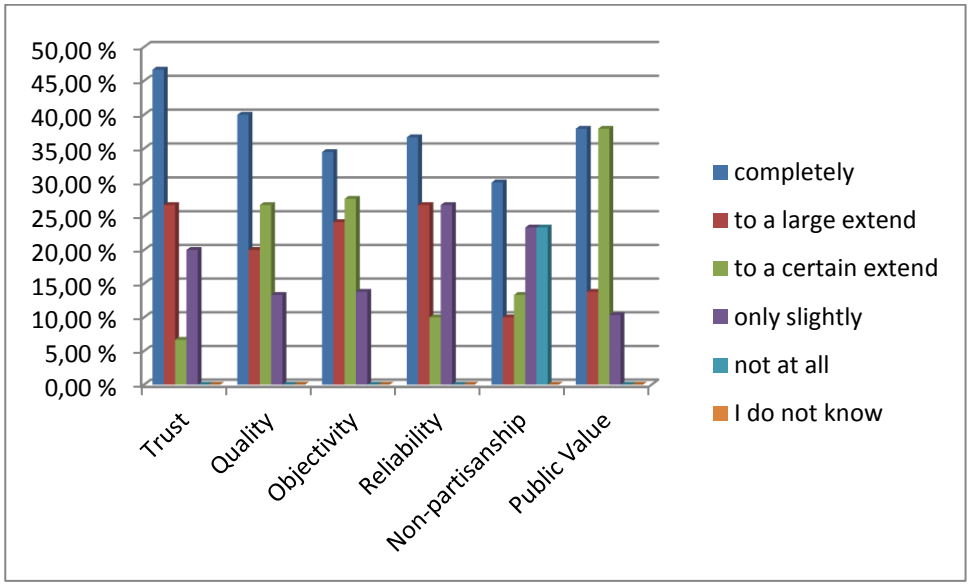
16. In the course of media change, public service providers also deal with their position in society beyond the positions laid down in their programme contracts and state contracts. Which (format or content) programme components do you think public service media providers should focus on to ensure the legitimacy in European society/ies?

In no specific order

- "Improved error culture; inclusion of critics in internal discussion; providing a clear picture of what public service broadcasting represents"
- "News, education, high quality drama"
- "Information, education and development, national sports and high quality entertainment"
- "Information, education, culture, reporting on foreign affairs, sport"
- "Public value (in all areas) particularly, non fiction"
- "In principle, it is all in the law: education, information, entertainment! Independent public service media are of importance for a democracy - as a guarantee of orientation and formation of opinion."
- "News, information, documentation, backgrounds, reporting on foreign affairs"
- "Independent news, background reporting, art and culture, national and local news reporting. An essential component of ensuring legitimacy is also the fact that public service media companies continue to reach major parts of the population and thus, provide low-threshold offers for all target groups accordingly. "Elite radio communication" loses its credibility and legitimacy in large parts of the population"
- "Societal cohesion, orientation, verification, research. Regional information and explanation, arrangement of complex connections for the immediate environment, fictional content with reference to the environment and biography of the user"
- "The broadcasting mandate is prime: entertainment, information, sport, culture, education, etc. It all belongs together. If the public service channels were reduced to just an educational mandate, they would then become generally financed marginal channels that are even harder to legitimise.
- "Everything that has to do with social inclusion so that different social groups can be included in the "overall society". Legitimacy is mainly based on independent work, so providers should put forward their uninfluenced function in agenda setting and news reporting"
- "Social inclusion, protecting national, cultural features", "safe" entertainment (e.g. for children)"

17. Public service media providers will seek to establish „their public service USP“ in such terms as …

Fig. 10: „Public service USP“ will be stablished on... (n=30)



Source: Weichselbaumer 2017

How can such terms be filled with measurable content? (In no specific order)

- *“Relevance on the market; transparency”*
- *“Diversity, distinctness”*
- *“Credibility through regional anchoring; people instead of robots; storytelling instead of agency journalism; reliability in of speed; ability to explain; content-related depth/knowledge; excellence in journalistic presentation”*
- *“Independence”*
- *“All these terms represent the core of the public service broadcasting mandate”*
- *“Public value endeavours”*
- *“International organisations to assure the quality of public service institutions”*
- *“This is the responsibility of editorial offices”*
- *“Where well qualified, trained, heterogeneously socialised people work. Where a form of controlling is installed between maintenance and expansion”*
- *“Stakeholder-oriented operationalisation”*
- *“Difficult to measure, but do not make any errors and be transparent”*
- *“Authenticity and identification of “authors” in reporting, particularly when dealing with content and sources from social media”*
- *“Acceptance is a major indicator in the overall population, which is represented in the form of the largest possible use of public service offers. Public participation in social awareness campaigns, fundraising activities, etc. Public value reports, sustainability reports and independent studies”*
- *“Trust - image quality - contents and productions go much deeper than the general media mainstream; topics and focal points clarify objectivity - representation of different perspectives and forms of representation reliability - fast and sound information and arrangement (technical expertise) non-partisanship - critical and constructive journalism; verification; investigative journalism public value - agenda setting; emotional value of the PS for the society; convincing products and contents”*

Insofar as your evaluations and ideas. I would appreciate it, if you could complete the second questionnaire and make it available at the end with all the work and evaluation including the interpretation of the results.

Thank you. Dankeschön.

Susi Weichselbaumer

Anhang 6: Quantitative ExpertInnenbefragung (Welle 2)

1. Begriffsklärung

Fragebogenitem „Definition 2“ – modifiziert „Definition 2a(W2)“:

1(W2). Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?[1682] *In den nächsten zwei bis fünf Jahren* *In den nächsten sechs bis zehn Jahren* *Technische Konvergenz* *Wirtschaftliche Konvergenz* *Inhaltliche Konvergenz* *Konvergenz der Nutzung* *Rechtliche Konvergenz/Regulierung* *Zusätzliche konvergente Ausprägungen*

2. Arten der Konvergenz aus öffentlich-rechtlicher Perspektive

2.1 Technische Konvergenz

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“ – modifiziert „Technische Konvergenz 1c“ (W2):

2(W2). Auf welche Arten von Technologien oder Technikbereiche werden Europas Öffentlich-Rechtliche vermutlich einen Schwerpunkt legen… *In den nächsten zwei bis fünf Jahren* *In den nächsten sechs bis zehn Jahren* *Lineare Produkte* *Digitale Produkte* *Webbasierte Angebote* *Apps (stationär und mobil)* *Smart TV* *Mobile TV* *360-Grad-Produktionen* *Distribution via IP-Struktur* *DAB+* *Streaming-Technologien* *E-governement und E-public-Dienste* *Social Media* *Multimediale Redaktionssysteme* *Recherche- und Analyse-Tools* *Schnitt- und Produktionssoftware*

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 4“ – additiv (in Ableitung aus Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 3“)

3(W2). Europas öffentlich-rechtliche Anstalten werden ihre technische Orientierung nehmen über…[1683] *Kooperationen mit der freien Wirtschaft (Gerätehersteller, Netzbetreiber etc.)* *Kooperationen mit staatlichen Stellen (Netzagenturen-, Wissenschafts- und Forschungsministerien etc.)*

[1682] Absolut, in Teilen, weniger, gar nicht, Weiß nicht

[1683] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

Kooperationen mit unabhängigen Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen
Kooperationen mit anderen öffentlich-rechtlichen Anbietern, etwa im EBU-Verbund oder bilateral
Kopieren der medialen Privatkonkurrenz
Interne Entwicklungsimpulse innerhalb bestehender Organisationsstrukturen
Weitere Optionen koordinierter technischer Eigenevolution

2.2 Inhaltliche Konvergenz

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 3" – modifiziert „Inhaltliche Konvergenz 3a":

4(W2). Öffentlich-rechtliche Veranstalter werden ihre inhaltlichen Formate dahin gehend schärfen…[1684]
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Mehrmediales Storytelling
Monomediale Ursendungen
Präsentation von Eigenrecherche
Aufbereitung von Agenturmaterial
Faktenchecks
Optimierung eigener Plattformen (Apps, Mediatheken etc.)
Ausrichtung an Konkurrenzformaten privater Anbieter
Regionale Berichterstattung
Präsentation von Groß- und Liveevents
Sport

2.3 Rechtlicher Konvergenzrahmen

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a" – modifiziert „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1c":

5(W2). Öffentlich-rechtlicher Rundfunk sieht sich in dualen nationalen, EU-weiten, globalen Medienmärkten unter vielfältigem Konkurrenzdruck. Auf welcher Ebene oder welchen Ebenen sollte Ihrer Meinung nach eine legislative Rahmengebung ansetzen, um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa zukünftig wettbewerbsfähig zu halten?[1685]
Nationalstaatliche Regulierungsstellen
EU-weite Regulierungsstellen
Regulierung durch externe Regulierungsstellen als „Dritte"
Freiwillige Selbstregulierung

[1684] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1685] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b“ – modifiziert „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1d“:

6(W2). Worin besteht für Sie im Blick auf Europas öffentlich-rechtliche Zukunft mehr Regulierungsbedarf als bisher?[1686]
Finanzierung des Öffentlich-Rechtlichen
Multinationale Telekom-Anbieter
Globale Online-Monopolisten
Internationales Werberecht
Urheberrecht
Ausgewogene Meinungsdarstellung im Öffentlich-Rechtlichen
Politikfreie Besetzung von Posten beim Öffentlich-Rechtlichen
Werbung
Schleichwerbung
Propaganda

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 2“ – abgeleitet aus „Wirtschaftliche Konvergenz 2“

7(W2). Im Zuge konvergenter Entwicklungen und sich verändernder Medienlandschaften werden Öffentlich-Rechtliche in Europa danach streben, folgende Zuläufe ihrer Finanzierungsmodelle bei den zuständigen Stellen zu lobbyieren:[1687]
(Steigende) Beiträge/ Gebühren für die Haushalte
Erhebung einer Steuer für den Erhalt öffentlich-rechtlicher Medienbetriebe
Mehr staatliche Subventionen
Überhaupt staatliche Subventionen
Mehr erlaubte Einnahmen aus Werbung
Mehr Chancen auf Gewinn aus Drittverwertungen oder Veranstaltungsorganisation
Überhaupt Gewinn aus Drittverwertung oder Veranstaltungsorganisation
Mehr kommerziell rentable Inhalte als bisherige Programmaufträge vorsehen
Weitere Einnahmequellen

3. Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1“ – modifiziert „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1a“

8(W2). Öffentlich-rechtliche Unternehmen werden ihre Organisationsstruktur dahin gehend verändern…[1688]
In den nächsten zwei bis fünf Jahren
In den nächsten sechs bis zehn Jahren
Beibehalten tradierter Trennung in Hörfunk, Fernsehen, Online
Etablierung mehrmedialer redaktioneller Felder
Bildung monomedialer Redaktionen
Inhaltliche Aufgliederung in Direktionen, Chefredaktionen, Ressorts etc.
Anpassung der Gremienstruktur an mehrmediale Zuständigkeitsbereiche
Ausgliederung von Technik
Ausgliederung von Verwaltung
Ausgliederung von Gebäudemanagement
Etablierung eigener Forschungs- und Entwicklungsabteilungen

[1686] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1687] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht
[1688] Absolut, zu weiten Teilen, anteilig, weniger, gar nicht, Weiß nicht

Ausbau von Public Relations
Ausbau von Social-Media-Zuständigkeiten
Verstärkung des Distributionsmanagements
Ausbau regionaler Standorte und Studios

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4“ – additiv:

9(W2). Wo sehen Sie für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten im Zuge der Medienkonvergenz aufkommenden Veränderungsbedarf bezüglich Journalistenausbildung und -rekrutierung?

4. Öffentlich-rechtliche Legitimation

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“:

10(W2). Welchen Orakelspruch würden Sie dem Öffentlich-Rechtlichen in Europa für die kommenden zehn Jahre mit auf den Weg geben?

5. Selbsteinschätzung der ExpertInnen

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 1“:

11(W2). Wo ordnen Sie sich beruflich am ehesten ein? (freiwillig) Sie können auch eine zweite oder dritte Präferenz angeben.
Innovationsmanagement/ Unternehmensplanung
Redaktionsführung/Ressortleitung
Wissenschaft/Forschung

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 2“:

12(W2). Wie würden Sie in den folgenden Bereichen Ihr Wissen bezüglich des Umfragethemas einschätzen? (freiwillig)[1689]
Technischer Konvergenzbereich
Wirtschaftlicher Konvergenzbereich
Rechtlicher Konvergenzbereich
Bereich der konvergenten Mediennutzung

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 3“:

13(W2). Wie schätzen Sie Ihr Wissen über folgende national verankerte Medienlandschaften ein? (Mehrfachnennungen sind möglich; Die Reihenfolge der Länder ist alphabetisch)
Deutschland
Österreich
Slowenien
Tschechien
Ungarn
Weitere

[1689] Sehr gut, gut, befriedigend, mit ein paar Unsicherheiten, kenne ich mich gar nicht aus

6. Feedback an die Untersuchungsleitung

Welche Themenaspekte sollten noch berücksichtigt werden oder haben Sie anderweitige Anmerkungen? Dankeschön noch mal dafür ;0)

Anhang 7: Quantitative Survey (Round 2)

1. Definition

Fragebogenitem „Definition 2“ – modifiziert „Definition 2a(W2)“:

1(W2). Welche Bereiche werden aus Ihrer Sicht für einen Medienwandel in Europa bedeutend sein?[1690] *In the next two to five years* *In the next six to ten years* *Technical convergence* *Economic convergence* *Contextual convergence* *Convergence of use* *Lawful convergence/ regulation*

2. Types of convergence in perspective of PSM

2.1 Technical Convergence

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“ – modifiziert „Technische Konvergenz 1c“ (W2):

2(W2). What types of technologies or technological areas do you think Europe` s public service providers will focus on?[1691] *In the next two to five years* *In the next six to ten years* *Linear products* *Digital products* *Webbased products* *Apps (stationed and mobile)* *Smart TV* *Mobile TV* *360-Degree-productions* *Distribution via IP-structure* *DAB+* *Streaming technologies* *E-governement and e-public administration services* *Social Media* *Multimedia editorial systems* *Tools for investigation and analysis* *Editing and production software*

[1690] Generally, partially, less, not, I don´t know

[1691] Completely, to a large extend, to a certain extend, only slightly, not at all, I don´t know

Fragebogenitem „Technische Konvergenz 4“ – additiv (in Ableitung aus Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 3“)

3(W2). Public service providers in Europe will take their technological orientation in direction of...[1692]
In the next two to five years
In the next six to ten years
Cooperation with the industry (Hardware distributers, Telekom services etc.)
Cooperation with state institutions (Net agencies, Ministry of Science etc.)
Cooperation with academic institutions
Cooperation with other public service providers on EBU- or bilateral basis
Copying of private competitors
Internal development within existing organisational structures
Further options

2.2 Contextual Convergence

Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 3“ – modifiziert „Inhaltliche Konvergenz 3a“:

4(W2). Public service providers will refine their content formats towards...[1693]
In the next two to five years
In the next six to ten years
Multi-media storytelling
Monomedia first broadcasts
Presentation of own research
Fact checks
Improvement of own platform formats (apps, media centres etc.)
Focus on competitive formats from private market providers
Focus on News and Current Affairs
Regional news coverage
Major and Live-Events
Sports
Further fields

2.3 Lawful Convergence

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“ – modifiziert „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1c“:

5(W2). Public service broadcasting is subject to a variety of competitive pressures in dual national, EU-wide, and global media markets. In your opinion, at what level or levels should a legislative framework be applied to allow European public service broadcasting to remain competitive in the future?[1694]
National regulation
EU-level regulation
Regulation via external organisations (“Third parties”)
Self-regulation on voluntary basis
Further Options

[1692] Completely, to a large extend, to a certain extend, only slightly, not at all, I don´t know
[1693] Completely, to a large extend, to a certain extend, only slightly, not at all, I don´t know
[1694] Completely, to a large extend, to a certain extend, only slightly, not at all, I don´t know

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b“ – modifiziert „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1d“:

6(W2). Concerning the future of public service providers in Europe – in which fields do you consider variant regulation important compared with current regulatory frameworks? [1695]
In the next two to five years
In the next six to ten years
Financing public service broadcasters
Multinational Telecom-providers
Global monopolists in the online sector
International laws of competition
Copy right
Balanced display of opinions in public service broadcasting
Recruiting employees apolitically
Advertising
Covered advertising
Propaganda
Others

Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 2“ – abgeleitet aus „Wirtschaftliche Konvergenz 2“

7(W2). Converging media environments will result in public service providers lobbying for what ways of maintaining their financial income at relevant addresses?[1696]
(Rising) Licence fees
Introducing taxes for public service broadcasting
More state aid
State aid allowed in general
More income from advertising
More gains on product sales and events
Gains from product sales and events allowed in general
Opening public service remits for more commercially orientated content
Others

3. PSM organisational structure

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1“ – modifiziert „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 1a“

8(W2). Public service providers will adapt their organisational structure...[1697]
In the next two to five years
In the next six to ten years
Maintenance of traditional separation between television, radio, online
Creation of multi-media departments related to thematic fields
Building monomedia ressorts
Content oriented division of jurisdiction (directors, editors-in-chief, ressorts etc.)
Adaption of the processes establishing committees to reflect multi-media areas of responsibility

[1695] Completely, to a large extend, to a certain extend, only slightly, not at all, I don´t know
[1696] Completely, to a large extend, to a certain extend, only slightly, not at all, I don´t know
[1697] Completely, to a large extend, to a certain extend, only slightly, not at all, I don´t know

Outsourcing of technical departments
Outsourcing of administration
Outsourcing of facility management
Creation of internal development and science departments
Strengthening of Public Relations
Strengthening of social media departments
Putting emphasis on distribution management
Development of regional studios/ regional coverage
Other

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4“ – additiv:

9(W2). Among public service providers in Europe do you see any changes to come concerning the education and recruitment of journalists?

4. Public Service Legitimation

Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“:

10(W2). Which oracle would you formulate for public service broadcasting in Europe concerning the next ten years?

5. Self-assessment of experts

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 1“:

11(W2). Were would you see yourself professionally? (optional) You may choose first, second and third priority.
Innovation management/ Organization Management
Program management
Science

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 2“:

12(W2). How would you rate your expertise in the following fields? (optional)[1698]
Technical convergence
Economic convergence
Contextual convergence
Convergence of use

Fragebogenitem „Selbsteinschätzung 3“:

13(W2). How competent do you feel in these national media landscapes? (optional) You may tick as many options as you wish. The countries appear in alphabetical order.
Germany
Austria
Slovenia
Czech Republic
Hungary
Others

[1698] Very good, good, satisfying, with certain uncertainties, I am not competent in this area

6. Feedback

Do you have any suggestions or general remarks? Thanks again ;0)

Anhang 8: Anhang_Transkript_Welle_1/ 2

Das Transkript gibt in Chronologie der Items der konsekutiven Fragebogenwellen 1 und 2 sämtliche Antworten der Probanden in unsortierter Reihenfolge wieder. Rechtschreibfehler wurden behoben, Interpunktion bei Bedarf aus Gründen besserer Verständlichkeit ergänzt. Die Statements verbleiben in den von den Teilnehmenden gewählten Sprachvarianten Deutsch oder Englisch. So finden sie Eingang in die Analyse und deren Aufbereitung im Fließtext vorliegender Arbeit.

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 1“

- *„Verschmelzen der Medien in Produktion und Nutzung, in Märkten und Organisationen“*
- *„In the course of technical development – digitalization“*
- *„Finding together of all media content in one technical device”*
- *„Das Zusammenwachsen verschiedener Medien, wie etwa Print, Online, Radio, TV...“*
- *„Interaction of different media platforms and media content”*
- *„Be at disposal of the audience anytime, anywhere, anyhow”*
- *„Hybrides Zusammenwachsen vormals getrennter Medienaspekte (Produktion, Inhalt, Kanal, Konsumationsobjekt usw.)“*
- *„Media convergence is a kind of converging media techniques, converging media and communication tools and their knowledge into one common communication tool (device, equipment etc.)”*
- *„Unterschiedliche Ebenen: funktionale (technische) Konvergenz; crossmediale/prozessuale Konvergenz; publizistische Konvergenz (Angleichung publizistischer Inhalte bedingt durch erhöhte Konkurrenz in der Zielgruppen-Ansprache); vertikale Konvergenz (Elemente der WSK Medien bewegen sich aufeinander zu); horizontale Konvergenz (Branchenkonvergenz T.I.M.E.)“*
- *„Media convergence is a development characterized by unification of media content production and/or by possibility to use various media via one technical equipment”*
- *„Interaktion/ Austausch/ Zusammenwirken von Medien-Inhalten auf unterschiedlichen Ausspielwegen“*
- *„Egal wann, egal wo – jeder Inhalt auf einem Gerät“*
- *„Digitalization of all media“*
- *„Radio, Fernsehen, Online nähern sich an und finden in einem ‘Meta’-Medium zusammen sprich in einem Endgerät. Allerdings lösen sich die Gattungsgrenzen nicht vollends auf“*
- *„Technische, organisatorische, ökonomische, nutzungezogene nicht lineare Integration“*
- *„Die trennscharfe Unterscheidung verschiedener Medien löst sich auf: Alle machen ‘Internet’, Zeitungen veröffentlichen Videos und streamen Pressekonferenzen etc.“*
- *„Das Zusammenwachsen unterschiedlicher Mediengattungen und Ausspielkanäle“*
- *„Durch die im Zuge der Digitalisierung immer wichtiger werdende Online-Verfügbarkeit und Online-Konsumation von Medien ändern sich die Anforderungen der Konsumenten an Medienmarken und es kommt zu einer Verschmelzung der vormals klar getrennten Gattungen TV, Radio und Print, bzw. Text. Die Unterscheidung von Mediengattungen auf Grund der Ausspielwege rückt in den Hintergrund. Im Vordergrund steht immer stärker die Marke und die damit verbundenen inhaltlichen Kompetenzen. Für die Marke gilt es zielgruppenspezifisch aufbereiteten Content, im jeweils passenden Format anzubieten.“*
- *„Insbesondere technische Konvergenz und Nutzungskonvergenz. D.h. zum einen Annäherung vormals getrennter Einzelmedien zu bzw. in einem Ausgabegerät (Digitalisierung; vgl. Smartphones; Internetfähige TV-Geräte); Zum anderen: Verschwimmen von Individual- und Massenkommunikation“*

- *„Das Zusammenwachsen von Medien im Zuge von Digitalisierung und technischen Entwicklungen“*
- *„Digitalization leads to coming together of formerly separate media forms via content”*
- *„Radio, TV, Online-Media etc. coming together forming a meta-space of content distribution regardless the real medium they are accessed through by the users”*
- *„Technical, economical and levels of media usage coming together in multimedia devices. The usage becomes independent from program schedules or a certain place for consummation”*
- *„Digitalization brings formerly separated media together - anytime, anywhere”*
- *„Das Verschmelzen verschiedener Medientechnologien in einem digitalen Endgerät, so dass eine Nutzung der konvergenten Inhalte zeit- und ortsungebunden erfolgen kann“*
- *„Im Zuge der Digitalisierung finden vorab eigenständige Medien in einer Verbreitungsweise zusammen - und werden auf einem Gerät nutzbar“*
- *„Ein Zusammenfinden aller Medien im Digitalen“*
- *„Radio, TV, Onlinemedia find together. Users can decide how they prefer to access content. Former types of media are obsolete“*
- *„Konvergenz meint das Zusammenwachsen vorher getrennter medialer Ausspielwege auf einem Endgerät“*
- *„Different forms of media are converging on one platform/ into one technical device due to digital evolution”*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Definition 2“

- *„Rechtliche Konvergenz/ Regulierung“*
- *„Regulierung“*
- *„Regulierung“*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1a“

- *„Relevanz am Markt”*
- *„PS providers are slow“*
- *„Unternehmenskulturen/kulturen sind stark veränderungsresistent aufgebaut“*
- *„Bestands- und Entwicklungsgarantie des ÖRR; medienpolitische Entscheidungsprozesse, die Innovationen bremsen können“*
- *„Der BR hat eine eigene Software-Entwicklung, um neue Produte an den Markt zu bringen. Nur im Austausch zwischen Journalisten und Entwicklern gewährleistet Zukunftsfähigkeit“*
- *„Schwerfällige Entscheidungsprozesse, politische Hürden“*
- *„Techn. Entwicklungen, wirtschaftl. Notwendigkeiten“*
- *„Sinkende Akzeptanz der Finanzierung von öffentlich-rechtlichen Angeboten und gesetzliche Beschränkungen“*
- *„Ändern sich Nutzungsbedürfnisse und Nutzungsverhalten der Bevölkerung, so sind ÖR Medienanbieter verpflichtet, sich ebenfalls umzustellen, um ihren gesellschaftlichen Auftrag zu erfüllen“*
- *„Neue Nutzungsgewohnheiten der Beitragszahler“*
- *„Money, remit“*
- *„Limitierte Budgets, langwierige Planung von Innovationen“*
- *„Obligation to technical development“*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 1b“

- *„They will have to follow new technologies as well as stick with old ones as some audience groups will not go for any new hype, platform, style of distribution”*
- *„digital”*

- *„E-government practices, E-public administration services"*
- *„Sie sollten: Verbreitung ör Inhalte via IP-Infrastruktur Anachronistisch: DAB+"*
- *„The interactive news coverage, support of public-generated content"*
- *„Software, Grafiksysteme, Schnitt- und Videosysteme"*
- *„Apps, Mediatheken, On-Demand, Aufbereitung bereits existenten Materials für weitere technische Zugriffe"*
- *„Mobile Anwendungen, Integration etablierter nunmehr obsoleter Techniken in neue technische Umfelder (Digitalisierung analoger Bestände)"*
- *„Soziale Medien, Smart TV, Mobile TV"*
- *„Alles, was personell und finanziell günstiger ist als die heutigen Technologien"*
- *„VR, AR, 360°, mobile Kommunikation"*
- *„Multimediale Redaktionssysteme, Streaming-Technologien, Analyse-Tools, VJ-Equipment"*
- *„Digitale Produkte, Webangebote, Apps (stationär (smartTV) und mobil)"*
- *„Grundlegendes Ziel ist es, den Generationenabriss zu verhindern und so den Rundfunkbeitrag weiterhin zu legitimieren. Deshalb wird der digitale Ausspielweg wichtiger: Wie schaffen wir es, unsere Inhalte auf vielen Wegen zu verbreiten"*
- *„Social Media, Smart TV, Mobile TV"*
- *„Not falling behind other media outlets"*
- *„Majority compatible new platforms (YouTube, Facebook etc.)"*
- *„Smart TV, Mobile Devices, Plattformen für User-generated Content, 360-Grad"*
- *„digital"*
- *„Apps, mobile forms of access"*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Technische Konvergenz 2"

- *„Änderung der User-Gewohnheiten"*
- *„Medienönonomische Wirkungsübermacht internationaler (künftiger) Marktführer (Netflix, Amazon, Google, Aplle...)"*
- *„Vergleich von Äpfeln mit Birnen; lineares TV und VoD vereint lediglich die Präsentationsoberfläche. Beide Mediengattungen weisen unterschiedliche Produktions- und Managementroutinen auf. Zudem erfüllen die Medienangebote unterschiedliche Publikumsbedürfnisse"*
- *„Fernsehen und Hörfunk sind zu gut, die Menschen in Deutschland zu beharrlich. Der Anteil neuer Distributions- und Ausspielwege wird erheblich steigen, die linearen Medien angesichts der geburtenstarken Jahrgänge aber nicht ersetzen"*
- *„Nutzungsgewohnheiten"*
- *„Nutzerbedürfnis"*
- *„Demographischer Wandel"*
- *„Die Nutzungs-, Nutzerdaten gehen deutlich in diese Richtung"*
- *„Die Bedeutung von linearen Angeboten wird zwar anteilig am Gesamtmedienkonsum stetig sinken, bestimmte Angebote werden aber weiterhin linear, bzw. live konsumiert werden"*
- *„Wir gehen von einer weiterhin hohen Nutzung linearer Medien in den nächsten 10 Jahren aus, müssen aber Verluste in den Linearmedien durch Zugewinne in non-linearen Produkten ausgleichen"*
- *„Der lineare Fernsehkonsum steigt und auch die 'digital natives' nutzen" lineares Programm"*
- *„Change in user behaviour"*
- *„Two totally different ways of distribution and consumption"*
- *„Produktionsweisen gehen gen eigenständigen Abruf, das Repertoire bildet die singuläre Ausgabe bereits und wird nicht durch lineare Wiederholung aufgebaut"*
- *„Nutzungsgewohnheiten"*
- *„Audience division: linear and non-linear consumer types"*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1a"

- *„Getting into new technologies"*

- *„Weniger Personal in Technik und Redaktion, gleichzeitig steigender Output“*
- *„Personalkosten werden sinken (Altverträge gehen bzw. erreichen Rente), Markt hat ökonomisches Interesse Kosten für Medienproduktion stabil zu halten“*
- *„Komplexe Produktions-, Handling- und Vertriebsbedingungen“*
- *„Großgeräte, d.h. Personalintensive Produktionsmittel werden ersetzt durch einfach handhabbare, Leistungsfähige Digitalprodukte“*
- *„Etablierungsphase auf der Suche nach Synergien“*
- *„Technikkosten“*
- *„Techn. Entwicklung und wirtschaftliche Notwendigkeit in Kombination“*
- *„Einerseits werden Produktionsbedingungen günstiger (automatisierte Studios...) andererseits werden die Ausspielwege täglich mehr und die technischen Equipments müssen häufiger erneuert werden (technische Entwicklungssprünge)“*
- *„Forming of new infrastructure”*
- *„Adding of platforms“*
- *„Anschubfinanzierung beim Einstieg in neue Felder“*
- *„Keine zu erwartenden Mehreinnahmen“*
- *„Aufbau neuer Produkte“*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1b“

- *„Digitale Ausspielwege“*
- *„Apps, Mobile TV, Smart TV“*
- *„News-Produktion, Live-Elemente, Übertragung großer Events“*
- *„Design of new content”*
- *„Multiskills education multiplatform journalism”*
- *„Personalkosten”*
- *„Widening the infrastructure as well as on wages of service providers' employees”*
- *„Pensionsleistungen, Crossmedia, Online-Only-Angebote, Automatisierung“*
- *„Inhalte. Journalismus, von Menschen für Menschen. Damit verbunden: Regionale Strukturen. Softwareentwicklung für neue Produkte“*
- *„Entwicklung neuer Marken und Formate (Apps, Mediathek, ‘funk’ bei BR)“*
- *„Maintaining their audience share”*
- *„Apps, Smart TV, mobile Anwendungen“*
- *„Personal (wie bisher)“*
- *„Inhalte-Erstellung/Programm“*
- *„Die Etablierung und Entwicklung digitaler Technologien“*
- *„Personalkosten, Investitionen in neue Technologien“*
- *„Contententwicklung u. Produktion“*
- *„So weitgehend wie möglich: Erstellung von Programminhalten für alle Ausspielwege“*
- *„New platforms, editorial system for content management”*
- *„Keeping track with innovations; Maintaining existing formats and services”*
- *„Getting their content to new platforms, experimenting with ways of distribution”*
- *„Anschluss mit den technischen und formalen Entwicklungen am Markt durch Plattformpräsenzen und hochwertigen Content“*
- *„App-Entwicklung, Plattformeinstiege, multimediale Pilotprojekte“*
- *„Schritthalten mit privaten Medienangeboten vor allem im technischen Bereich einer Auffindbarkeit“*
- *„Neue Plattformen betreten, alte und bewährte behalten“*
- *„Software, Hardware, Content-management-systems”*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 1c“

- *„Klassische Ausspielwege: vor allem lineares TV“*

- *„Production (outsourcing!) and staff“*
- *„Produktion von Filmen und Serien Sport (weil Rechte zu teuer werden) in der eigenen Verwaltung“*
- *„Production costs”*
- *„Distribution costs overheads costs”*
- *„Personalkosten”*
- *„Broadcasting, archiving, transporting stuff“*
- *„Personal Nischenangeboten Lizenz- und Rechtekosten“*
- *„Produktion, Verwaltung, Angleichung von Strukturen (Archive, Personalverwaltung, IT, etc.), Unterhaltung, Personal“*
- *„Produktion und Personal”*
- *„Staff, Shows, Sports events of medium interest”*
- *„Rechercheaufwand, Personal, Logistik, Fuhrpark, Werkstätten etc.“*
- *„Personal (wie bisher)“*
- *„Technik, Produktion und Verwaltung“*
- *„Im Personalbereich - in der (Post-)Produktion - im linearen Radio und TV“*
- *„Personalkosten Lizenz-Kosten Technik-Kosten“*
- *„Klassische monomediale Produktionsbetriebe“*
- *„Es gilt, so lange wie möglich merkbare Einsparungen am Programm zu vermeiden. Durch Synergien und kluge Planung in allen Bereichen ist vieles möglich“*
- *„Staff”*
- *„Licences for major sports events; Live-Events; Special-Interest-Productions in the experimental field”*
- *„Logistics, staff“*
- *„Personal, Fuhrpark, Fahrtkosten - viele Interviews laufen über Skype oder Handy-App, Live gesendet wird per Smartphone etc.“*
- *„Personal, Ausbildung in den eigenen Häusern (Sprecher, Schauspieler etc.)“*
- *„Überteuerten Sportrechten, großen Unterhaltungsshows”*
- *„Qualität, Personal, Ausbildung”*
- *„Travel costs, staff, training programs”*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Wirtschaftliche Konvergenz 2“

- *„Gebühren bzw. Haushaltsabgabe“*
- *„Licence Fee“*
- *„Licence fee“*
- *„Generelle Medien- bzw. Haushaltsabgabe Finanzierung aus dem allg. Steuertopf Spenden”*
- *„Licence fee”*
- *„Licencefee system”*
- *„Haushaltsabgabe“*
- *„Unfortunately, I only see the opportunity to cover the costs and fund the public providing from state and EU-based resources”*
- *„Illusorisch, von einheitlicher Finanzierungsform zu schreiben (ÖRR in der EU ist heute durch Heterogenität geprägt = Vielfaltkonzept der EU/Protokoll von Amsterdam)“*
- *„I believe that the ‘fee based economy’ of public producers will collapse soon and will be replaced by system of project funding from state funds based on public competition”*
- *„Indexierte Beitragsfinanzierung“*
- *„Anteilig Beitrag und Werbung“*
- *„Licence Fee - supported by tax money?”*
- *„Haushaltsgebunden Beiträge“*
- *„Haushaltsabgabe“*
- *„Beitragssystem wie in Deutschland, nämlich Geräte-unabhängig“*

- *„Neben der klassischen Mischfinanzierung aus Gebühren bzw. Steuern und aus Werbung werden vermutlich neuere Finanzierungsmodelle wie z.B. crowdfunding oder andere Social-Media-Einnahmequellen eine Rolle spielen. Konträr dazu zeichnet sich in einigen europäischen Ländern ein Gegentrend zurück zum regierungsnahen und regierungsfinanzierten Staatsfernsehen ab“*
- *„Haushaltsabgabe“*
- *„Abgesenkte Beitragsfinanzierung“*
- *„Der Rundfunkbeitrag ist keine Steuer und finanziert kein "Staatsfernsehen". In der Legitimationsdebatte um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist der Wert dieser Finanzierungsform den Menschen zu erklären“*
- *„Licence fee; tax”*
- *„Licence fee”*
- *„Licence fee, advertisement”*
- *„Licence fee, tax“*
- *„Gerätegebundene Beiträge/ Haushaltsabgabe“*
- *„Einkommensgestaffelte Beiträge als Haushaltsabgabe“*
- *„Gebühren/ Beiträge“*
- *„Taxes, licence fee“*
- *„Haushaltsabgabe plus Werbeanteil“*
- *„Licence fee and revenue from advertising”*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 1“

- *„Wir machen das“*
- *„Struktur“*
- *„Innovationsfeindliche Unternehmenskultur“*
- *„Die Entwicklung hin zu Medienhäusern, die Inhalte auf vielen Ausspielwegen an das Publikum bringen wollen“*
- *„Zunehmende Zahl an Ausspielwegen fordert eine Reaktion. Stärkung inhaltlicher Kompetenzen und gezielte, koordinierte Absprache, welche Inhalte auf welchen Ausspielwegen am besten passen. Mein Sender hat sich 2011 auf den Weg gemacht, sich nach Themen aufzustellen. Selbstverständlich muss es bei neu aufkommenden Themen auch ggf. neue, diese bearbeitende, Organisationsformen geben“*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Inhaltliche Konvergenz 2“

- *„Chance und Gefahr: Chance: Teams bringen verschiedene Perspektiven in Themenfindung und Produktionsprozesse ein; Gefahr: wenn politische Einflussnahme vorhanden ist, ist dies leichter, wenn Einfluss auf zentrale Instanzen ausgeübt wird; Beispiel für diese Debatte: ORF“*
- *„Centralisation always leads to cuts in plurality in opinion. The question is how can a system guarantee certain elements of quality control - in a sense of plurality – by its structure or routine?”*
- *„I see a high danger in putting too much power into the hands of one person deciding on the topic, selecting another one to deliver the product and give feedback on it. Nevertheless, this might be escaped by a company culture that displays a vivid discussion anyway and regardless these ‘chains of delivery’”*
- *„Weniger Pluralität, weil weniger Diskussionen geführt werden; Trennung der Redaktionen hat per se zu Pluralität geführt. Zusammenführung von Redaktionen führt in die andere Richtung”*
- *„Editorial independence”*
- *„Credibility openness true justice accountability”*

- *„Plurality of opinions can only be assured by involving bloggers, vloggers and social media 'producers' into the content creation of public service providers. Utopia? Maybe..."*
- *„Halte ich derzeit für ein Übergangsphänomen (nicht alle MA sind mit den Tendenzen der Digitalisierung vertraut). Langfristig sollten solche Aufgaben von den redaktionellen Bereichsleitern in regelmäßig tagenden Gremien wahrgenommen werden. Dysfunktional für die Pluralität wären zentrale Stellen im Stab der Intendanten/ Direktoren"*
- *„I am afraid that the plurality of opinions will have no place in future and public producers will be forced to accept the reality of restricted plurality"*
- *„Gut und richtig gemacht ermöglicht das allen Bevölkerungsgruppen Zugang zu Inhalten. Meinungspluralität ist davon komplett unabhängig. Das ist eine Frage der redaktionellen Organisation"*
- *„Versuche in dieser Richtung loten momentan aus, an welcher Stelle es Expertinnen und Experten im Thema braucht, um eben jenes vorzubereiten und aufzubereiten und wo eine Koordinationsstelle übergreifend an Autorinnen und Autoren in einem Pool verteilen könnte..."*
- *„Ressortjournalismus vs. respektive neben Massenwelle"*
- *„Economically it might make sense, in terms of pluralism I would be alarmed"*
- *„Gefahr besteht, dass einzelne Ideen auf der Strecke bleiben und nicht zu Wort kommen, weil eben nur eine Koordinationsstelle – diese Woche – bestimmt. Diese Linie würde wohl eventuelle eh schon bestehende 'Hauslinien' verstärken"*
- *„Ohne innere Pressefreiheit und institutionelle Vorkehrungen zur Vielfaltssicherung problematisch"*
- *„Eine gewisse Gefahr für die Binnenpluralität ist nicht zu übersehen, es gilt die Pluralität aufrecht zu erhalten – was gelingen wird"*
- *„Das ist vermutlich themenabhängig. In den Bereichen der politischen und wirtschaftlichen Berichterstattung sowie der klassischen Auslandsberichterstattung erscheint mir künftig das Einschränkungspotenzial inhaltlichen Meinungspluralismus als sehr hoch"*
- *„Zentralisierte Multimedia-Redaktionen und zielgruppenspezifische Channels lassen sich nur sehr schwer vereinbaren. Genau in diesem Spannungsfeld bewegen sich derzeit die unterschiedlichen Strategien der verschiedenen öffentlich-rechtlichen Anstalten. Derzeit gibt es jedoch noch kaum überzeugende Konzepte, die diesen Widerspruch überwinden. Effiziente Organisationsstrukturen zu entwickeln, die trotzdem Multimedialität, zielgruppenspezifische Content-Aufbereitung und Meinungspluralität gewährleisten, ist eine der größten Herausforderungen für öffentlich-rechtliche, als auch private (traditionelle) Medienhäuser. Sollte sich die reine Zentralisierung durchsetzen, führt dies jedoch unweigerlich zum Verlust von Meinungspluralität"*
- *„Chancen und Risiken für die Meinungsvielfalt, wobei aus meiner Sicht – wenn gute Journalisten gute Arbeit machen, die Vorteile überwiegen: Koordination kann dafür sorgen, dass X Autoren das Thema nicht aus derselben Perspektive in ähnlicher Machart beleuchten, sondern dass sie unterschiedliche Aspekte beleuchten. So kann tatsächlich ein umfassenderes Meinungsbild abgebildet werden. Koordinationsstellen – sind im Journalismus auch nichts Neues: letztlich ist jede Konferenz eine Koordinationsstelle. Schwierig würde es aus meiner Sicht, wenn bestimmte Perspektiven von Koordinationsstellen ohne erkennbare Begründung von vorneherein abgelehnt werden: Wenn Journalisten aber einen guten Job machen (saubere journalistische Arbeit heißt, die verschiedenen Perspektiven einzunehmen und zu Wort kommen zu lassen), dann ist dieses Risiko aber auch nicht höher als es heute ist"*
- *„Eine bessere und abgestimmte Organisation z.B. von Drehs bedeutet kein 'Einerlei' in der Berichterstattung oder gar mangelnde Pluralität. Nur weil Redaktionen etwa auf die gleichen O-Töne zurückgreifen, heißt es nicht, dass deshalb auch die inhaltliche Ausrichtung die gleiche ist"*
- *„This probably depends on the departments involved – politics, economics might be more 'endangered' than sports"*

- *„Avoiding too straight influence of governmental institutions in appointing people to neuralgic positions; Self-control-measurements within the system: More eyes on the product"*
- *„Keeping a vivid culture of discussion within and across departments, helping the coordinating people to get as many relevant views on the topic as possible – and having these views considered by journalistic parameters"*
- *„Not all authors are competent in all media forms, as well as not one coordinator in all topics on the table – in my opinion this is more an ideal concept on the whiteboard than journalism in its daily routine"*
- *„Gefahr einer Eindimensionierung von Inhalten und Macharten; Auswahl der Autorinnen und Autoren in einer zentralbefugten Hand öffnet Ungleichgewichten in der Beschäftigung und Themenvergabe Tür und Tor"*
- *„Eine koordinierte Verteilung und Sichtung ist sicher in großen Häusern essentiell, um Synergien zu nutzen, birgt aber die Gefahr einer eindimensionalen Gangart in der späteren Berichterstattung. Vielleicht liegt das pluralitätssichernde Element stärker im Vorfeld, also in der Themengenese, die in größerer Runde und nicht allein beim Koordinator stattfindet"*
- *„Die Frage ist: Verlagert sich der kreative pluralistische Prozess in die Themenfindung vorab oder in die Bewertung des Produktes hinterher im Blick auf Künftiges – oder engt eine solche Koordinierungsstelle eher ein, denn unterstützt sie journalistische Ausgewogenheit? Bedenkenswert auch: Wer besetzt diese Position?"*
- *„I see a great danger in condensing journalistic work to a production chain that lacks a moment of discussion the different angles of a topic and suggestions of how to approach it"*
- *„Integrated Newsroom-Szenarien zeigen die potentielle Einseitigkeit solcher verschlankter journalistischer Produktionswege hinsichtlich Inhalts wie formaler Gestaltung. Auf der anderen Seite haben wir bereits heute in der Person eines eventuell dominanten Chefredakteurs oder einer sehr klar aufgestellten Direktorin heute bereits mancherorts ähnlich verjüngende Phänomene"*
- *„Plurality of opinion is always a value to consider high and to secure with implementing specific components of exchange and consideration in the editorial system"*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1"

- *„Nutzer in alle Produktions- und Distributionsprozesse einbeziehen, z.B. Empfehlung und Weiterleitung von Inhalten von Mediatheken"*
- *„Social media departments/ experts"*
- *„Open up for Bloggers, User-generated Content - more interactivity in general"*
- *„Einbindung von User-generated Content in die Berichterstattung, aber gleichzeitig deutliche Unterscheidung zwischen Profi-Journalismus und Laien"*
- *„Checking the facts"*
- *„Collaborate and cooperate with different audience, especially younger audience and try to understand their needs"*
- *„UGC einbinden (a la CNN ireport), Community Management auf digitalen Kanälen verstärken"*
- *„E.g. by managing more Facebook subpages for their channels or even certain productions"*
- *„Der Konsumbegriff ist für die Medienbranche nicht haltbar. Immaterielle Güter können nicht 'verbraucht' werden. Die umgangssprachlich 'Prosumer' genannten Teile des Publikums bilden nur eine schwach relevante Größe ab"*
- *„Der ÖRR sollte sich auf seine Professionalität besinnen und die derzeit vorherrschende Fehleinschätzung eines 'beobachtbaren Publikums' auf Basis kommunikationswissenschaftlicher Forschung stornieren. Oder zumindest als Nische erkennen und berücksichtigen"*
- *„Public service providers will follow the example of their private rivals"*

- *„Über Social media - Plattformen mehr Dialog. Raus aus der Sender - Empfänger- Haltung. Social listening, Verfikationseinheiten, um Standards bzw. journalistische Ordnung in digitaler Welt aufrecht zu erhalten“*
- *„Konfektionierbare Angebote für Nutzende in Apps oder Plattformen, Social-Media-Redaktionen, mehr Social-Media-Experten in den Ressorts, die kompetent in den Publikumsaustausch gehen“*
- *„More awareness of ways to actively involve consumers”*
- *„Wettbewerbe, Interaktive Formate“*
- *„Einbindung von Produsage“*
- *„Nicht mehr "Sender-Empfänger-Beziehung", sondern Kommunikation mit den Menschen“*
- *„Mit einer stärkeren Einbindung von sog. Prosumenten“*
- *„Die Bedeutung von UGC wird aus heutiger Sicht nicht zunehmen. Für öffentlich-rechtliche Anstalten wird es, im Gegenteil, immer wichtiger werden journalistische und fachliche Qualität in den Vordergrund zu stellen, um die öffentliche Finanzierung zu rechtfertigen. Die Einbindung der Konsumenten sollte sich daher auf eine hohe Individualisierungsmöglichkeit der angebotenen Produkte konzentrieren. (Dem stehen jedoch oft rechtliche Rahmenbedingungen entgegen)“*
- *„Journalisten werden zu Moderatoren auch in sozialen Netzwerken. Die Arbeit eines Journalisten ist mit der ‘Sendung" nicht abgeschlossen. Für die ÖR-Rundfunkanbieter wird sich das Selbstverständnis vom ‘Sender’ zum Anbieter von audiovisuellem Mediencontent verändern. Entsprechend wird die Angebotspalette insbesondere um Produkte, die nicht nur in den Linearmedien ‘ausgestrahlt’ werden erweitern“*
- *„Der BR ist jetzt schon nicht mehr nur Sender, sondern auch Empfänger. Es wird bedeutsam sein, herauszustellen, dass in öffentlich-rechtlichen Medienhäusern professionelle Journalisten arbeiten, die frei von Werbung und politischem Einfluss berichten“*
- *„More Social-Media-output; Social Media-Departments; Integration of User-generated content”*
- *„More direct involvement of listeners and viewers; Multiple channels to communicate parallel while e.g. following a special show or program”*
- *„Integrate more way of direct feedback and user-generated content”*
- *„Integrating the user as commentator of the set agenda - not so much as producer of original - journalistic – material”*
- *„Apps, individualisierbare Nutzungsoptionen“*
- *„Mehr Optionen der Live-Kommentierung, Event-begleitende Apps etc.“*
- *„Das non-lineare Angebot wird immer stärker vom User selbst zusammenstellbar, kommentier- und verwertbar, etwa im Sinne eines Remixes über den Eintrag von User-generated Content“*
- *„Some channels might be opened for a real conversation and input by the user, others will stay in the mode of one-way-communication as to date”*
- *„Social-Media-Experten/ Social-Media-Journalistenausbildung“*
- *„Define designated areas for consumer content, create events or competitions; install social media editors on regular basis”*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Nutzungskonvergenz 1a“

- *„Ideally all groups as guaranteed for PSM”*
- *„Young, urban, equipped people“*
- *„Opinion-Leader aber natürlich weiterhin die breite Masse – da ansonsten die Gebührenlegitimation verloren geht“*
- *„To appeal younger consumers and to educate elderly how to use it”*
- *„To younger audience for the mklst part, but not to underestimate others different group of the public or the society”*

- *„12-39 wegen Wert für Werbemarkt"*
- *„Theoretically, they ought to try appealing to each and every groups of society. Practically, target group of 18-49 y.o. people and audience under 18 (to 12-13 y.o.) will be in focus. Older generation (above 65) should be a relevant target group as well"*
- *„Der ÖRR ist qua Auftrag verpflichtet, alle Teile der Gesellschaft mit redaktionellen Angeboten zu versorgen. Das Zielgruppen-Paradigma entstammt aus dem kommerziellen Rundfunk der USA. In manchen ÖRR-Organisationen der EU spielt die Werbevermarktung eine bedeutende Rolle (z.B. Österreich; gehört aber nur mit viel argumentativer Mühe zum Auftrag). In anderen Ländern (Skandinavien, Spanien) ist die Werbevermarktung dem ÖRR komplett verschlossen"*
- *„Urban middle class"*
- *„Die Alten bleiben uns. Die jungen, heterogenen, fraktionierten gesellschaftlichen Kleingruppen werden angesprochen. Zielgruppenspezifischer in Form, Sprache und Ausspielwegcharakteristika"*
- *„Die digital versierten und kommunikativen Nutzenden werden eine erhöhte Aufmerksamkeit erfahren als passiv - entspannend? – Konsumierende"*
- *„Urban young middle class"*
- *„Nachwachsende Bevölkerungsgruppen, Migrantengruppen, Aufgreifen subkultureller Strömungen"*
- *„Ältere Menschen (de facto) Jüngere Menschen (strategisch)"*
- *„Da wir jetzt überwiegend bei der älteren Bevölkerung erfolgreich sind, sind jüngere Bevölkerungsgruppen als Zukunftssicherung für uns unverzichtbar"*
- *„Im linearen Bereich weiterhin eher ältere Zielgruppen. Im non-linearen Bereich hingegen eher jüngere Zielgruppen"*
- *„Jüngere Zielgruppen bzw. Digital Natives, da diese die Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten derzeit am wenigsten nutzen. Gelingt es den öffentlich-rechtlichen nicht, für diese Zielgruppen passende Angebote zu entwickeln, werden sie unweigerlich sukzessive an Bedeutung verlieren"*
- *„Neben den bestehenden Zielgruppen werden Anstrengungen unternommen insbesondere auch Mobilere und jüngere Zielgruppen anzusprechen sowie jene Milieus, die man mit den Angeboten bislang am wenigsten erreicht"*
- *„Entscheidend ist, Angebote für alle Zielgruppen zu haben. 14-29-Jährige müssen nicht BR Fernsehen schauen, aber z.B: 'funk' nutzen"*
- *„Digital Natives"*
- *„They will have to deal with a great variety of different user-'groups'"*
- *„To all due to the remit; in fact they will have to gain younger audiences and maintain their shares concerning older listeners and viewers"*
- *„Middle aged and younger audiences"*
- *„Bei aller programmauftraglichen Gebundenheit die Gruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen, um in diesem vielfach fehlenden Segment Nachwuchspublika zu binden"*
- *„Die öffentlich-rechtlichen werden in den kommenden Jahren einen Spagat zu leisten haben zwischen reinen Konsumwünschen einiger Teile des Publikums und einen starken Drang anderer Publikumsteile nach höchstmöglicher Beteiligung"*
- *„Die Macher und Interessierten, die Kommentierenden – qua Programmauftrag natürlich alle relevanten Gruppen, aber in der Ausrichtung und Aufbereitung und Öffnung in Social-Media-Kategorien geht der Trend sicher hin zu denen, die mitwirken"*
- *„To all as they have to"*
- *„Gemäß des Programmauftrags"*
- *„Active responsive audiences from all kind of different relevant groups regarding to the remit"*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1a“

- *„National und EU“*
- *„National, EU and global“*
- *„EU and national“*
- *„Gemeinschaftsrecht genauso wie nationales Recht“*
- *„At global level“*
- *„Protect own lanaguage and culture, share and collaborate in exchange of good praxis and avoid xenofobia“*
- *„At the level of European Union“*
- *„Abschaffung der Depublikationsverpflichtungen (kommerzieller VoD-Markt hat sich bereits entwickelt) sowie einer verstärkten Konzentration auf Online-Only-Angebote“*
- *„Daneben kann ich außerhalb des Rechtemarktes keinen besonderen Wettbewerbsdruck erkennen“*
- *„Regulation of market - project-based subsidies“*
- *„Bund. EU. Wahrhaftige Medien zu besitzen wird zum Standortvorteil, weil Kohärenz und Vertrauen einer Gesellschaft Grundlage für demokratischen Kurs und damit Stabilität ist“*
- *„EU-weit und runtergebrochen dann auch die Gesetzeslage im jeweiligen Land“*
- *„EU, national“*
- *„EU, national“*
- *„Haushaltsabgabe Rechte - kein reines Substitutionsangebot“*
- *„Auch wenn Europa wichtig ist und bleibt, sind die Länder noch so unterschiedlich, dass vermutlich nationale Regeln/Gesetze sinnvoll sind“*
- *„Auf der EU-Ebene“*
- *„Keine Schlechterstellung bzw. Einschränkungen bei der Entwicklung von digitalen Angeboten. Öffentlich-rechtlichen Rundfunkbetreibern muss es möglich sein, das Publikum dort zu erreichen, wo es sich aufhält bzw. Medien konsumiert. Rechtliche Rahmenbedingungen sollen den öffentlich-rechtlichen Auftrag definieren, jedoch nicht wie dieser vertrieben, bzw. konsumiert werden kann“*
- *„Novellierung der Rundfunkgesetze auf nationaler Ebene und EU-Ebene“*
- *„Rechtliche Prüfung des Status von Sozialen Netzwerken und deren Rolle als ‘Medienanbieter’ oder reine Plattformbetreiber“*
- *„Jugendschutz: Es kann nicht sein, dass öffentlich-rechtliche wie private Rundfunkanstalten richtigerweise sehr streng die Altersfreigaben beachten müssen - sowohl linear wie beim Mediathekszugang - global agierende Medienunternehmen wie Netflix sich aber davon freimachen können“*
- *„EU- and national level“*
- *„National frameworks and international rules and regulations concerning the ‘global media system’“*
- *„EU and international“*
- *„National, EU“*
- *„Nationale Ebene zuvorderst, weil neben EU-Rahmengebung doch die länderspezifischen Situationen sehr verschiedene sind“*
- *„Globale Rahmenbedingungen sollten Grundsätzliches wie Urheberrecht, Jugendschutz etc. klären. Geschuldet den verschiedenen nationalen Gesetzeslagen werden neben EU-Eckpfeilern ländereigene Regelungen wesentlich sein“*
- *„EU, national“*
- *„National level and EU as a framework“*
- *„Die EU sollte einen Rahmen setzen, den die jeweiligen Länder ausgestalten können - bis zu einem bestimmten Grad“*
- *„Global frameworks, broken down to EU- and national levels“*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Rechtlicher Konvergenzrahmen 1b“

- *„Öffentlich-Rechtliche sollten weniger beschränkt werden. Gerade im Zeitalter der ‘Fake News’ wird klar, dass ökonomisch orientierte Märkte nicht alles regeln können”*
- *„Multiple-Players, Telecom-Providers, guarantee a percentage of regional and national productions, copyright”*
- *„Multinational online-providers, Telekom-providers - competition in general”*
- *„Advertisement. Financing. Copyright”*
- *„Bei ‘Schleichwerbung’ und versteckten Produktionskosten-Zuschüssen - schadet beides der Glaubwürdigkeit”*
- *„Financing PSB”*
- *„Multination telecom providers, international right for collectice organisation, authors right“*
- *„In regulation of marketing, propaganda and balanced opinion-display in public service broadcasters”*
- *„Eingedenk des politisierten Selbstverständnisses des ÖRR (Repräsentanz der stärksten gesellschaftlichen Gruppen: den Parteien) eine fortschreitende Trennung von parteipolitisch intendierten Themensetzung. Also dem Erschweren von parteipolitischen Kommunikationsmaßnahmen in den ÖRR durch Vertragklauseln für MA, deren Einhaltung von unabhängigen Institutionen geprüft werden kann (öffentlich)”*
- *„It probably is - however the problem will be the contra-preassure of the private producers”*
- *„Urheberrecht. Amerikanische News-Aggregatoren untergraben sonst das System”*
- *„Finanzierung, Urheberrecht, Absetzung zu Privaten oder eben nicht - eine klare Linie etwa der EU, was öffentlich-rechtlicher Rundfunk leisten kann, darf und soll”*
- *„Copyright, competition, advertising”*
- *„Urheberrecht, Finanzierung, Multinationaler Wettbewerb”*
- *„Zulassung von neuen digitalen Möglichkeiten um Publikum zu erreichen im Blick auf internationale Wettbewerber”*
- *„Im Bereich der Medienordnungspolitik. Ferner wäre abseits der politischen Regulierung eine konzertierte und koordinierte freiwillige Selbstkontrolle der Öffentlich-Rechtlichen in Europa auch zugunsten eines crossmedialen Qualitätsjournalismus wünschenswert”*
- *„Regulierungsbedarf besteht in erster Linie in Bezug auf die globalen Online-Monopolisten (Google, Youtube und Co.). Deren immer stärkere Monopol-Stellung gefährdet die Vielfalt und die Wirtschaftlichkeit lokaler Medien, egal ob öffentlich-rechtlich oder privat”*
- *„In allen europäischen Ländern schrumpft der öffentlich-rechtliche Rundfunk, während gleichzeitig die Kosten steigen (Rechtekosten, technische Verbreitung, Streamingkosten, Tariferhöhungen, etc.). So haben die Sender unterm Strich weniger Geld zur Verfügung, müssen aber gleichzeitig die digitale Revolution bewältigen ein schwieriger Spagat!”*
- *„Advertisement; Propaganda; Multinational Players on various markets”*
- *„International distributors; advertisement; plurality of opinions in the programm; cutting political strings in giving leading positions to certain people”*
- *„International media providers, copyright, licenses for sport events etc.”*
- *„Fake News, Financing, Copyright, Global online players like Google etc. providing news as well should be restricted”*
- *„Urheberrecht. Jugendschutz, Werbung, Finanzierung”*
- *„Urheberrecht, Werbung, Finanzierung, Jugendschutz, Marktkonzentration bei internationalen Anbietern (Suchmaschinen, Werbeportalen, Telekomfirmen als Mehrfachplayer)”*
- *„Internationales Wettbewerbsrecht, internationale Telekom-Provider”*
- *„Competition with international media providers, copyright, financing”*
- *„Multinationale Anbieter, Wettbewerbsverzerrungen durch Multiple-Player, Finanzierung, Jugendschutz, Urheberrecht”*
- *„International media-concentration, copyright, interests of minorities, regional interests, Europe of the regions”*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-Rechtliche Organisationsstruktur 1“

- *„Ausgliederung von Technik, Buchhaltung, Verwaltung, Gebäudemanagement...“*
- *„Non programme supports“*
- *„Monomediale Redaktionen, kleinteilige Redaktionen gegenüber Themenfeldern“*
- *„Fuhrpark“*
- *„Große Einheiten statt kleinteiliger Aufstellung“*
- *„Social-Media-Desk, Innovationsabteilung“*
- *„News, sport, religion, audio, video, multiplatform, social media“*
- *„Public relations office“*
- *„Entwicklungsabteilungen“*
- *„Archive“*
- *„Programmierer bzw. Online-Experten“*
- *„Softwareentwicklung, UX, Analytics, Distributionsmanagement“*
- *„Profis für die Ansprache junger Zielgruppen, Profis für technische Verbreitungswege“*
- *„Non programme support division and departments“*
- *„Dekobau, Fundus, Verschlankung der Rundfunktechnik“*
- *„Advertising, sport rights“*
- *„Public relations office“*
- *„Archive“*
- *„Profis für die Ansprache junger Zielgruppen, Profis für technische Verbreitungswege“*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-Rechtliche Organisationsstruktur 2“

- *„None“*
- *„Difficult to compare“*
- *„Dänemark, Norwegen, GB“*
- *„bbc, dr, vrt, Scandinavians /SR/, BBC“*
- *„BR geht derzeit in eine spannende Richtung im deutschsprachigen Raum, ARTE, funk, NOS op 3, BBC...“*
- *„E.g. the Dannish national television broadcast“*
- *„Als Individuum hege ich selbstverständlich Vorlieben und Abneigungen. Das spielt in diesem Zusammenhang aber keine Rolle. Die Parlamente werden auch in Zukunft für die Ausgestaltung des ÖRR sorgen“*
- *„No at all“*
- *„BR, BBC, YLE“*
- *„DR, BBC“*
- *„Skandinavien, BBC“*
- *„BBC“*
- *„Im Grunde gehen alle in unterschiedlichen Tempo in dieselbe Richtung, aber eine ARD (föderal) ist mit einer BBC (zentral) nicht vergleichbar“*
- *„BBC“*
- *„YLE, BBC, SRG“*
- *„Außerhalb Deutschlands stellen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter ihre ‘Service Public’ offensiver dar. Dies wünsche ich mir auch für den Bayerischen Rundfunk und die öffentlich-rechtlichen-Rundfunkanbieter in Deutschland“*
- *„BBC, DR“*
- *„Scandinavian countries“*
- *„Each is restricted to its own surroundings. However, as a centrally organized BBC“*
- *„DR, YLE, Scandinavia“*
- *„BBC“*
- *„Eine Vergleichbarkeit ist unter bestimmten Gesichtspunkten sicher gegeben, im Allgemeinen fällt es aber schwer eine BBC gegen eine ARD zu werten“*

- *„BBC, DR, YLE“*
- *„BBC“*
- *„BBC, DR“*
- *„BBC - as ‘good practice’, but not as a role model for others to adopt. Systems and nations they belong to are too different“*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „Öffentlich-Rechtliche Legitimation 1“

- *„Im Zuges des Medienwandels setzen sich öffentlich-rechtliche Medienanstalten auch jenseits der in den Programmaufträgen und Staatsverträgen verankerten Positionen mit ihrer Stellung in der Gesellschaft auseinander. Auf welche Programmbestandteile (Formate oder Inhalte) könnten öffentlich-rechtliche Medienhäuser ihre Anstrengungen zur Legitimitätssicherung richten?“*
- *„Reliability, Public Value“*
- *„Showing more of how and why they fulfil a remit for society“*
- *„Verbesserte Fehler-Kultur; Einbindung von Kritikern in interne Diskussionen; Klar erkennbar machen, wofür öffentlich-rechtlicher Rundfunk steht“*
- *„News and current affairs, education, high quality drama“*
- *„Information, education at large and national sports and qualitative entertainment“*
- *„Anything that deals with social inclusion, involving special social groups into the ‘large’ society. - Legitimacy basically stems from independent work, so providers ought to show their uninfluenced practice in terms of agenda setting and message creation“*
- *„Auf die gleichen wie bisher“*
- *„Social inclusion; protection of national cultural heritage; ‘save’ entertainment (esp. for children)“*
- *„Information, Bildung, Kultur, Auslandsberichterstattung, Sport“*
- *„Regionales hochwertig aufbereitet, einheimische Filmemacher, lokale Schauplätze statt Blockbuster, ausgewogenen nachrichtliche Berichterstattung auch national und international über ein zuverlässiges Korrespondentennetzwerk“*
- *„More transparency in programming and recruiting certain positions“*
- *„Mehr Darstellung eigener Recherchewege und eigener Public Value-Leistung; Erfüllung des Programmauftrags mittels welcher Komponenten“*
- *„Public Value (in allen Bereichen) v.a. aber bei non fiction“*
- *„Im Grunde steht alles im Gesetz: Bildung, Unterrichtung, Unterhaltung - so das BR-Gesetz! Unabhängige öffentlich-rechtliche Medien sind für eine Demokratie von großer Bedeutung - als Garant von Orientierung und Meinungsbildung“*
- *„Nachrichten, Informationen, Dokumentationen, Hintergründe, Auslandsberichterstattung“*
- *„Unabhängige Nachrichten, Hintergrundberichterstattung, Kunst und Kultur, nationale und lokale Berichterstattung Ein wesentlicher Bestandteil der Legitimitätssicherung ist jedoch auch, dass die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten weiterhin große Teile der Bevölkerung erreichen und dementsprechend auch niederschwellige Angebote für alle Zielgruppen bereitstellen. Ein reiner Elitenfunk verliert seine Glaubwürdigkeit und Legitimität in großen Teilen der Bevölkerung“*
- *„Gesellschaftlicher Zusammenhalt, Orientierung, Verifikation, Recherche. Regionale Informationen und Erklärung, Einordnung komplexer Zusammenhänge für die unmittelbare Lebenswelt Fiktionale Inhalte mit Bezug zur Lebenswelt und Biografie der Nutzer“*
- *„Der Auftrag ist unteilbar: Unterhaltung, Information, Sport, Kultur, Bildung etc. Alles gehört zusammen. Würde man die öffentlich-rechtlichen Sender auf einen reinen Bildungsauftrag reduzieren, würden sie zu dann noch schwerer legitimierbaren allgemeinfinanzierten Randsendern“*
- *„More independence from political and economical stakeholders“*
- *„Openness in research; plurality of opinions; fulfilment of their remit“*

- *„Regional coverage, political unbiased information, minority and majority interests are covered“*
- *„Promote their merits for building Public Value; Quality products as feature films and radio drama; Objectivity in news coverage“*
- *„Mehr Werbung in eigener Sache, Darstellung des Public Value, Transparenz der Recherche“*
- *„Nationale und regionale ausgewogene Nachrichtenberichterstattung, zuverlässiges Korrespondentennetz regional wie international, qualitativ hochwertige Produktionen, Ausrichtung am Programmauftrag“*
- *„Formate der Bürgerbeteiligung, Publikumsbeteiligung - linear oder non-linear“*
- *„E-governance, E-administration“*
- *„Public Value-Berichte, Formate der Publikumsbeteiligung, aktive Eigenwerbung“*
- *„Political and economical links should be cut - political parties and commercial companies should not gain significant influence on programming and staff decisions“*

Anhang_Transkript_Welle_1_ Fragebogenitem „USP Öffentlich-Rechtlich 1a“

- „Relevanz am Markt; Transparenz“
- „Testing of interested parties“
- „Diversity, distinctiveness, added value to the public“
- „I have unfortunaltely no idea except for an independent international board for observing the trust, quality etc. of public broadcasting services“
- „Das ist Aufgabe der Redaktionen“
- „Glaubwürdigkeit durch regionale Verankerung, Menschen statt Robotern, Storytelling statt Agenturjournalismus, Zuverlässigkeit vor Schnelligkeit, Erklärkompetenz, Inhaltliche Tiefe/Klugheit, Exzellenz in journalistischer Darstellungsform“
- „In dem man nur mit gut ausgebildeten, gebildeten, heterogen sozialisierten Menschen arbeitet. In dem man ein Controlling installiert bzw. beibehält uns ausbaut“
- „Stakeholder gerechte Operationalisierung“
- „Unabhängigkeit schwer messbar, aber: möglichst keine Fehler machen und transparent sein“
- „Authentizität und Identifizierung von ‘Urhebern’ in der Berichterstattung, insbesondere beim Umgang mit Inhalten und Quellen aus sozialen Medien“
- „All diese Begriffe stellen den Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags dar. Ein wesentlicher Indikator ist die Akzeptanz in der Gesamtbevölkerung, die sich in Form einer möglichst großflächigen Nutzung der öffentlich-rechtlichen Angebote darstellt. Publikumspartizipation bei Social Awareness-Aktionen, Spendenaktionen, etc. Public Value-Berichte, Nachhaltigkeitsberichte und unabhängige Studien“
- „Vertrauen - Image Qualität – Inhalte und Produktionen die tiefer gehen als der allgemeine Medienmainstream; Themen und Schwerpunkte setzen Objektivität – Darstellung unterschiedlichster Perspektiven und Darstellungsformen Verlässlichkeit – schnelle und fachkundige Information und Einordnung (Fachexpertise) Überparteilichkeit – kritischer und konstruktiver Journalismus; Verifikation; Investigativer Journalismus Public Value – Agenda Setting; Emotionaler Wert des ÖR für die Gesellschaft; Überzeugende Produkte und Inhalte“
- „Showing in the products, showing pride in being PSM fulfilling a social function defined by a program remit“

Anhang_Transkript_Welle_2_Fragebogenitem „Technische Konvergenz 4“ – additiv (in Ableitung aus Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 3“)

- *„Cooperation with NGOs“*

Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Organisationsstruktur 4“ – additiv

- *„Neue Techniken (VR, AR, 360°, Datenjournalismus); Internationalisierung; zurück zur eindeutigeren Trennung von Journalismus und PR“*
- *„The process of de-professionalization of journalism will lead to decreasing focus on quality of journalistic output a quality of journalists“*
- *„PSM pay attention to the education of journalists“*
- *„Ich sehe keinen“*
- *„The in-house training will focus on cross-players more than on experts for one field. High-potentials and experts in one or the other direction will have more difficulties in proceeding“*
- *„As technology changes quickly, there will be a great need for continuous education and training in that area. Experts for certain media fields will take more time to build a career as they will have to go through a multimedia education oriented system“*
- *„The path leading to the job will be more paved in a sense that journalism education will be more institutionalized as developing multimedia skills“*
- *„Bloggers, VJs, entrepreneurs will become of great value, while an academic education focuses on multimedia mainstreamness“*
- *„Social Media-Experten werden gefragt sein, Journalisten mit vielerlei technischen Kenntnissen - mehr noch als inhaltlichen. Die Berufsprofile werden sich verschieben, wobei Öffentlich-Rechtliche trotzdem stärker als Private auf Themenkompetenz setzen werden“*
- *„Mulitmediality, more emphasis on technological skills“*
- *„Multimediale Konvergenz; Ethische Kompetenz“*
- *„Es bedarf mehrmedialer Ausbildung und größerer Durchlässigkeit und Flexibilität“*
- *„Diversity, Digitalkompetenzen (technisches und journalistisches Interesse); In der Ausbildung selbst: Fokus auf journalistische Grundtugenden: gute Recherche, Objektivität, Geschichten erzählen; dabei: Klaviatur der unterschiedlichen Medien kennen und bespielen können“*
- *„Größere Bandbreite!“*
- *„Weniger Storytelling, mehr klassische Nachrichten und Recherche“*
- *„Mehrmediale Könner werden gesucht sein, Allrounder die Experten in einem Feld verdrängen - welche später im Betrieb fehlen“*
- *„Technical skills will count a great deal more“*
- *„Es wird neue Ausdifferenzierungen geben. Basierend auf einer multimedialen akademischen wie innerbetrieblichen Ausbildung, werden die ÖRR am Ende des Tages neben Allroundern auch Experten für einzelne Ausspielwege und Formate aufzubauen haben. Quereinsteiger sind nach wie vor denkbar, etwa aus der Blogger- oder YouTuber-Szene“*
- *„PSM will cooperate with the academic sector in order to bring young professionals quicker to the market“*

Anhang_Transkript_Welle_2_ Fragebogenitem „Fragebogenitem „Öffentlich-rechtliche Legitimation 2“

- *„Setze auf die Kernkompetenz von Information und stärke die Authentifizierung von Inhalten und Quellen!“*
- *„The political pressure will be increasing as well as the role of PSBing as tool of political communication - the consequence will be the marginalization of PSBing. It will survive“*
- *„Es ist immer Licht am Ende des Tunnels“*
- *„PSM will have to adopt to a society fragmenting - former minorities by origin or belief will be replaced by categories of special interest or media usage, subcultural groups will find together and dissolve at different speed“*
- *„Public Service Broadcasting will continue its broad coverage of topics from different angels and benefit from a remit that forces them - theoretically - to do so“*
- *„Public Service Broadcasting in Europe has never been in a situation more competitive concerning its values and its legitimacy. The future will lie in the ability to living up to that challenge - or giving up on a public broadcasting system at all“*
- *„Ohne klare Benennung öffentlich-rechtlicher Wertigkeit für die Gesellschaft wird diese ihre Zahlungsbereitschaft zumindest überdenken“*
- *„PSM should not forget its remit in the race for keeping up with each and every technological development“*
- *„Stillstand ist der Tod“*
- *„Kernkompetenzen im konvergenten Trubel wahren!“*
- *„Tue Gutes und rede darüber." (Wert der Arbeit für die Gesellschaft erkennbarer machen)“*
- *„Accept change as inevitable“*
- *„An alle Mitarbeiter: immer daran denken, für was für eine Organisation man arbeitet“*
- *„Nicht weg ducken, zur eigenem Mehrwert stehen“*
- *„PSB will take on challenges of convergence in a slow path, trying not to endanger ‘safe’ ground“*
- *„Wenn sich das öffentlich-rechtliche System auf seine programmauftraglichen Grundwerte besinnt, sich nicht beim Publikum anbiedert, sondern gestanden seinen Mehrwert ins Licht rückt, wird es vielleicht in gekappter Ausstattung dennoch weiter bestehen“*
- *„By the end of the day, the audience is deciding on which form type of media they want to support in what kind of system“*

8 Literaturverzeichnis

AALEP (2015): European Media Governance: European Broadcasting Union (EBU). http://www.aalep.eu/european-media-governance-european-broadcasting-union-ebu (Zugriff: 19.8.2016)
Aichholzer, G. (2000): Innovative Elemente des österreichischen Technologie-Delphi. In: Die Delphi-Technik in den Sozialwissenschaften. Methodische Forschungen und innovative Anwendungen. (Hrsg.) M. Häder/ S. Häder. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 67-94.
Ang, I. (2008): Cultural Studies. In: The Sage Handbook of Cultural Analysis. (Hrsg.) T. Bennett/ J. Frow. London u.a.: Sage, S. 227-248.
Appadurai, A. (1996): Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis/ London: University of Minnesota Press.
Appadurai, A. (1990): Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In: Public Culture – Bulletin of the Project for Transnational Cultural Studies 2(2), S. 1-24.
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2017a): Das ist die ARD. Zehn Rundfunkanstalten: Eine erfolgreiche Gemeinschaft. http://www.ard.de/home/intern/organisation/Das_ist_die_ARD/323058/index.html (Zugriff: 13.7.2017) (=ARD 2017a)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2017b): Rechtsgrundlagen. Ein komplexes Geflecht: Rechtliche Grundlagen der ARD. http://www.ard.de/home/intern/fakten/rechtsgrundlagen/Rechtsgrundlagen/343916/index.html (Zugriff: 13.7.2017) (=ARD 2017b)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2017c): Gremien. Aufgaben. http://www.ard.de/home/intern/gremien/Aufgaben/680126/index.html (Zugriff: 13.7.2017) (=ARD 2017c)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2017d): 17,50 Euro Rundfunkbeitrag. Wofür verwenden wir Ihr Geld? http://www.ard.de/home/intern/fakten/17_50_Euro_Rundfunkbeitrag/309602/index.html (Zugriff: 13.7.2017) (=ARD 2017d)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2017e): Download. Rundfunkbeitrag. http://www.ard.de/download/3141226/17_50_Euro_Rundfunkbeitrag.pdf (Zugriff: 13.7.2017) (=ARD 2017e)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2017f): Entwicklung der Höhe des Rundfunkbeitrags und der Erträge aus dem Rundfunkbeitrag. http://www.ard.de/home/intern/fakten/Entwicklung_des_Rundfunkbeitrags/1015754/index.html (Zugriff: 13.7.2017) (=ARD 2017f)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2017g): Gesamterträge der ARD. http://www.ard.de/home/intern/fakten/Gesamtertraege_der_ARD/1015672/index.html (Zugriff: 13.7.2017) (=ARD 2017g)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2017h): Warum wird die ARD über den Rundfunkbeitrag finanziert? http://www.ard.de/home/intern/organisation/Warum_wird_die_ARD_ueber_den_Rundfunkbeitrag_finanziert_/328692/index.html (Zugriff: 13.7.2017) (=ARD 2017h)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2016a): Organisation. ARD-Verbindungsbüro Brüssel. http://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/profil/organisation/ard-verbindungsbuero-bruessel-100.html (Zugriff: 19.8.2016) (= ARD2016a)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2016b): Stellungnahme der ARD zum Bericht der Bund-Länder-Kommission vom 16. Juni 2016
http://www.ard.de/download/3280616/Stellungnahme_der_ARD.pdf (Zugriff: 20.9.2016) (=ARD 2016b)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2013): Stellungnahme der ARD im Rahmen der Konsultation zum Grünbuch „Über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte." Brüssel: 10.09.2013. http://docplayer.org/12627069-Ard-verbindungsbuero-bruessel-6774178922-55.html (Zugriff: 19.8.2016) (=ARD 2013)
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland/ Zweites Deutsches Fernsehen (2012): Stellungnahme von ARD und ZDF zum Entwurf der Mitteilung der Kommission über staatliche Beihilfen für Film und andere audiovisuelle

Werke. Brüssel: http://ec.europa.eu/competition/consultations/2012_state_aid_films/ard_zdf_de.pdf (Zugriff: 19.8.2016) (=ARD/ ZDF 2012)
Ariño, M./ Llorens, C. (2008): Back to the Future: New Media, Same Principles? Convergence Regulation Re-visited. In: European Union and the Culture Industries. Regulation and the Public Interest. (Hrsg.) D. Ward. Hampshire, UK/ Burlington, USA: Ashgate Publishing Limited, S. 125-144.
Arnold, D. (2014): Medienregulierung in Europa. Nomos: Baden-Baden.
Augé, M. (1994a): Die Sinnkrise der Gegenwart. In: Philosophische Ansichten der Kultur der Moderne. (Hrsg.) A. Kuhlmann. Frankfurt/ Main: Fischer, S. 33-47.
Augé, M. (1994b [1992]): Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit. Frankfurt/ Main: S. Fischer.
Ausschuss für Kultur und Bildung (2014): Bericht über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt (2013/2180(INI). Ausschuss für Kultur und Bildung. Berichterstatterin: Sabine Verheyen. Europäisches Parlament. Plenarsitzungsdokument. Brüssel: 28.1.2014 (=CULT 2014)
Bajomi-Lázár, P. (2015): Political Actors and the Colonization of the Media. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 73 -84.
Balčytienė, A. (2015): Acceleration of History, Political Instabilities, and Media Change. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 181-196.
Bales, S. (2011): Cross-Media Strategien. Medienkonvergenz als Ursache für Diversifikationen in neue Medienteilmärkte. Köln: Diplomica.
Bäumlisberger, B. (2006): Sparzwang in Redaktionen – immer ein Qualitätsverlust? In: Qualität im Journalismus. Verantwortungsbewusstsein in Zeiten der Medienkonvergenz als Bildungsauftrag. (Hrsg.) G. Goderbauer-Marchner/ MedienCampus Bayern e.V. München: Rösler. (Medienbildung aktuell. Band 2), S. 14-17.
Bayerischer Rundfunk (Hrsg.) (2017a): Der Rundfunkrat. Die Mitglieder des Rundfunkrats. http://www.br.de/unternehmen/inhalt/rundfunkrat/mitglieder100.html (Zugriff: 7.7.2017) (=BR 2017a)
Bayerischer Rundfunk (Hrsg.) (2012a): Bayerischer Rundfunk. Kompakt. Handout für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Zahlen und Fakten zum BR und zur ARD. München: Bayerischer Rundfunk.
Bayerischer Rundfunk. Marketing (Hrsg.) (2012b): BR. Auf einen Blick. Die Angebote des Bayerischen Rundfunks. 6. Aufl., München: Bayerischer Rundfunk.
Bayerischer Rundfunk. Unternehmensplanung und Medienforschung (2012c): Abgrenzung: Quantitative vs. qualitative Forschung. PPT (Stand 2012).
Bayerischer Rundfunk. Unternehmenskommunikation (Hrsg.) (2011): Partner für Bayern. Der gesellschaftliche Wert des Bayerischen Rundfunks. München: Bayerischer Rundfunk.
Bayerischer Rundfunk. Unternehmensplanung und Medienforschung (2010): Sondersitzung des Lenkungsausschusses Digitalstrategie. How to make the integrated newsroom work. Protocol. Vortrag von Henrik Keith Hansen. 1. Oktober 2012.
Beauflis, C. (2009): Neue Medien – Eine Betrachtung der Neuen Medien in ihrer Wirkung auf unser Kommunikationsverhalten. München: Grin.
Becerra, M. (2011): „Muy pocos grupos de comunicación dominan el 80% de las audiencias de todas las industrias culturales del país". In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 155-160.
Beck, K. (2012): Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen. Märkte. Regulierungen. Wiesbaden: Springer VS.
Beck, K. (2002): Aufmerksamkeitsökonomie im Medienensemble. In: Medienkonvergenz. Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF. (Hrsg.) H. Theunert/ U. Wagner. München: Reinhard Fischer. (BLM-Schriftenreihe Band 70), S. 137-149.
Becker, R./ Magnus, S. (2012): Delphi-Studie „Fernsehen 2012" – Strategische Zukunftsperspektiven. http://www.meida-rise.de/app/download/5046387750/MEDIARISE+-+Delphi-Studie+Fernsehen+2012+-+strategische+Zukunftsperspektiven+-+MANAGEMENT+SUMMARY.pdf?t=1301905615 (Zugriff: 20.3.2016)
Beckert, B./ Riehm, U. (2013): Breitbandversorgung, Medienkonvergenz, Leitmedien. Strukturwandel der Massenmedien und Herausforderungen für die Medienpolitik. Berlin: edition sigma. (Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag 36).
Beke, D. (2008): Media Landscapes. Hungary. http://ejc.net/media_landscapes/hungary#link_808 (Zugriff: 1.7.2017)

Belakova, N./ Tarlea, S. (2013): How national parliaments legislate the media in CEE: The adoption and implementation of media legislation in the Czech Republic, Romania and Slovakia. http://www.sze.hu/~smuk/Nyilvanossag_torvenyek_CEE/Szakirodalom/Média_comparative_cikkek/mdcee%20legislative%20report_ro-cz-sk_pv.pdf (Zugriff: 29.5.2017)
BEREC (2016): Erläuterungen zu BERECs Leitlinien zur Netzneutralität. http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Sachgebiete/Telekommunikation/Unternehmen_Institutionen/Breitband/Netzneutralitaet/BEREC_Factsheet_NN_deutsch.pdf?__blob=publicationFile&v=1 (Zugriff: 5.9.2016)
Berg, M. (2014): Mediatisierung, Mobilisierung und Individualisierung als Theoriansätze kommunikativer Mobilität. In: Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. (Hrsg.) J. Wimmer/ M. Hartmann. Wiesbaden: Springer VS, S. 47-65.
Berg-Schlosser, D./ Cronqvist, L. (2012): Aktuelle Methoden der Vergleichenden Politikwissenschaft. Einführung in konfigurationelle (QCA) und makro-quantitative Verfahren. Opladen&Farmington Hills: Budrich. (UTB Bd.3577).
Blum, R. (2014): Lautsprecher und Widersprecher. Ein Ansatz zum Vergleich der Mediensysteme. Köln: Hubert von Halem.
Blum, R. (2005): Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme. In: Medienwissenschaft Schweiz. 2/2005, S. 5-11.
Blum, R. (2003): Medienstrukturen der Schweiz. In: Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. (Hrsg.) G. Bentele/ H.B. Brosius/ O. Jarren. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 366-381.
Blum, R. (2002): Service Public: Welches Konzept für welche Medien? In: Medienwissenschaft, 1/2002, S. 46-49.
Bolten, J. (2007): Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht.
Bonfadelli, H./ Meier, W.A. /Schanne, M. (1998): Öffentlicher Rundfunk und Kultur. Die SRG zwischen gesellschaftlichem Auftrag und wirtschaftlichem Kalkül. Zürich: IPMZ. (Diskussionspunkt, Bd. 36)
Born, G. / Prosser, T. (2001): Culture and Consumerism: Citizenship, Public Service Broadcasting and the BBCs Fair Trading Obligations. In: The Modern Law Review, 64(5), S. 657-687.
Bortz, J./ Döring, N. (2002): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 3., überarbeitete Aufl., Berlin/ Heidelberg/ New York: Springer.
Brady, H.E./ Collier, D. (Hrsg.) (2004): Rethinking Social Inquiry. Diverse Tools, Shared Standards. Lanham: Rowman&Littlefield.
Brants, K. /Siune, K. (1992): Public Broadcasting in a State of Flux. In: Dynamics of Media Politics. (Hrsg.) K. Siune/ W. Truetzschler. London: Sage, S. 101-115.
Brockmeyer, D. (2012): EuroReg 2011: From Connected TV to Coherent Media. A Conference by Germany´s "die medienanstalten" and LPR Hessen. Dokumentation. Berlin: Vistas. (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten 48).
Brüggemann, M./ Kleinen von Königslow, K./ Wessler, H. (2009a): Let´s talk about Europe. Explaining Vertical and Horizontal Europeanization in the Quality Press. In: European Journal of Communication, 24:1, S. 27-48.
Brüggemann, M./ Kleinen von Königslow, K./ Wessler, H. (2009b): Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsgegenstand und Perspektiven. In: Publizistik, 54:3, S. 391-414.
Bundeskanzleramt Österreich (2017a): Zur Rundfunkrechtslage in Österreich. https://www.bka.gv.at/-/zur-rundfunkrechtslage-im-allgemeinen (Zugriff: 9.7.2017)
Bundeskanzleramt Österreich (2017b): Bundesrecht konsolidiert: Gesamte Rechtsvorschrift für ORF-Gesetz, Fassung vom 13.07.2017. http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785 (Zugriff: 13.7.2017)
Bundeskanzleramt Österreich (2017c): Bundesrecht konsolidiert. https://www.ris.bka.gv.at/Dokument.wxe?ResultFunctionToken=3e444a61-c633-4cc9-baab-2824aedbf8dd&Abfrage=Bundesnormen&Kundmachungsorgan=&Index=&Titel=ORF-G&Gesetzesnummer=&VonArtikel=&BisArtikel=&VonParagraf=14&BisParagraf=&VonAnlage=&BisAnlage=&Typ=&Kundmachungsnummer=&Unterzeichnungsdatum=&Fassung-Vom=28.06.2017&VonInkrafttretedatum=&BisInkrafttretedatum=&VonAusserkrafttretedatum=&BisAusserkrafttretedatum=&NormabschnittnummerKombination=Und&ImRisSeit=Undefined&ResultPageSize=100&Suchworte=&Dokumentnummer=NOR40119456 (Zugriff: 13.7.2017)

Bundeszentrale für politische Bildung (2009a): Aus Politik und Zeitgeschichte. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. http://www.bpb.de/apuz/32153/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk (Zugriff: 6.7.2017) (=bpb 2009a)
BWL Wissen.neu (2017): Unique Selling Proposition (USP). http://www.bwl-wissen.net/definition/usp (Zugriff: 19.12.2017)
Christians, C.G./ Glasser, T.L./ McQuail, D./ Nordenstreng, K./ White, R. (2009): Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies. Champaign: Illinois University Press.
Chuma, W./ Moyo, D. (2010): Policying the media in Southern Africa in the global era: An introduction. In: Media Policy in a Changing Southern Africa. Critical reflections on media reforms in the global age. (Hrsg.) D. Moyo/ W. Chuma. Pretoria: Unisa Press, S. 1-10.
Classen, A. (2014): Interessenvertretung in der Europäischen Union. Zur Rechtmäßigkeit politischer Einflussnahme. Wiesbaden: Springer.
Collier, D./ Mahoney, J. (1996): Insights and Pitfalls: Selection Bias in Qualitative Research. In: World Politics 49, S. 56-91.
Collier, D. (1993): The Comparative Method. In: Political Science: The State of the Discipline. (Hrsg.) A.W. Finifter. Washington DC: American Political Science Association.
Comba, S./ Toledo, E. (Hrsg.) (2011): Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. Buenos Aires: La Crujía.
Couldry, N. (2010): Why Voice Matters. London: Sage.
Couldry, N. (2009): Does "the media" have a future? In: European Journal of Communication 24(4), S. 437-450.
Couldry, N. (2003): Media Rituals. A Critical Approach. London u.a.: Routledge.
Council of Europe. Committee of Ministers (CM) (2012a): Declaration on Public Service Media Governance. (15. February). (CM 2012a)
Council of Europe. Committee of Ministers (CM) (2012b): Recommendation CM/Rec (2012)1 on public media service governance. (15. February). (CM 2012b)
Council of Europe, Committee of Ministers (CM) (2011): Recommendation CM/Rec (2011)7 on a new notion of media. (12. September). (=CM 2011)
Cuhls, K./ Kimpeler, S. (2008): Delphi-Report. Zukünftige Informations- und Kommunikationstechniken. FAZIT Schriftenreihe Forschungsbericht Band 10. Stuttgart: MFG-Stiftung Baden-Württemberg.
Cuhls, K./ Blind, K./ Grupp, H. (1998): Delphi ´98 Studie zur globalen Entwicklung von Wissenschaft und Technik. Fraunhofer Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung.
Curran, J./ Park, M. (2000): De-Westernizing Media Studies. London: Routledge.
Dailey, L./ Demo, L./ Spillmann, D. (2003): The convergence continuum: a model for studying collaboration between media newsrooms. Paper presented at the 86th annual convention of the AEJMC of July 30 – August 2, 2003 in Kansas City.
Dalkey, N.C./ Brown, B./ Cochran, S. (1969): The Delphi Method III: Use of Self Ratings to Improve Group Estimates. Santa Monica: United States Airforce Project RAND.
Dang-Anh, M./ Einspänner, J./ Thimm, C. (2013): Mediatisierung und Medialität in Social Media. Das Diskurssystem „Twitter". In: Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter. Wieviel Technik (v)erträgt unsere Gesellschaft (Hrsg.) M. Schwarz-Friesel/. K. Marx. Berlin: de Gruyter, S. 68-91.
De Mateo, R./ Beccera, M./ Bergés, L. (2009): La información en el mercado global de la comunicación. In: Comunicación informativa y nuevas tecnologías. (Hrsg.) J. Rivera/ G. Rodríguez. Buenos Aires: Gran Aldea, S. 15-41.
Dobek-Ostrowska, B./ Głowacki, M./ Jakubowicz, K./ Sükösd, M. (2010): Editors´ Introduction. In: Comparative Media Systems. European and Global Perspectives. (Hrsg.) B. Dobek-Ostrowska/ M. Głowacki/ K. Jakubowicz/ M. Sükösd. Budapest/ New York: Central European University Press, S. vii-ix
Dogan, M./ Pelassy, D. (1990): How to Compare Nations. Chatham: Chatham Publishing House.
Dogruel, L. (2013): On the long run: surviving of the fittest? Eine Diskussion evolutionstheoretischer Konzepte für die Analyse langfristigen Wandels von Medienstrukturen. In: Langfristiger Wandel von Medienstrukturen. Theorie, Methoden, Befunde. (Hrsg.) W. Seufert/ F. Sattelberger. Baden-Baden: Nomos, S. 51-65.
Donges, P./ Puppis, M. (Hrsg.) (2003): Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. Köln: Halem.
Donges, P. (2003): Autonomie sichern, Offenheit erhöhen – Sicherung des Public Service. In: Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. (Hrsg.) P. Donges/ M. Puppis. Köln: Halem, S. 52-66.
Donsbach, W./ Klett, B. (1993): Subjective Ojectivity. How Journalists in Four Countries Define a Key Term of Their Profession. In: Gazette 51:1, S. 53-83.

Dörr, D. (2009): Die europäische Medienordnung. In: Internationales Handbuch Medien. 28. Auflage. (Hrsg.) Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden: Nomos, S. 41-63.
Dreier, H. (2009): Darstellung der Mediensysteme. Deutschland. In: Internationales Handbuch Medien. (Hrsg.) Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden: Nomos, S. 257-272.
Duncan, J./ Glenn, I. (2010): Turning points in South African television policy and practice since 1990. In: Media Policy in a Changing Southern Africa. Critical reflections on media reforms in the global age. (Hrsg.) D. Moyo/ W. Chuma. Pretoria: Unisa Press, S. 39-72.
Duncan, J. (2006): From National to Global Apartheid: Ten Years after Broadcasting in a Democratic South Africa. In: Media in South Africa after Apartheid. A Cross-Media Assessment. (Hrsg.) A. Olorunnisola. Lewiston/ New York: Edwin Mellen, S. 37-111.
Dürrenberg, C. (2014): Entwicklung von mobilen Medienangeboten: Innovationspotentiale für Unternehmen und die Rolle der NutzerInnen. In: Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. (Hrsg.) J. Wimmer/ M. Hartmann. Wiesbaden: Springer VS, S. 263-282.
EBU (2017a): Germany. Country Profile. Media Intelligence Service. June 2017.
EBU (2017b): Austria. Country Profile. Media Intelligence Service. July 2017.
EBU (2016a): Promoting the Interests of Public Service Media. About the EBU. http://www.ebu.ch/about. (Zugriff: 30.6.2016)
EBU (2016b): European Affairs. Maximising Political Support and Ensuring the Best Regulatory Framework for our Members. What We Do. https://www.ebu.ch/about/european-affairs (Zugriff: 19.8.2016)
EBU (2016c): Audiovisual Media Regulation. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Policy%20sheets/AVMS-policy-sheet_EN.pdf (Zugriff: 20.9.2016)
EBU (2016d): Hungary. Country Profile. Media Intelligence Service. July 2016.
EBU (2016e): Slovenia. Country Profile. Media Intelligence Service. September 2016.
EBU (2015): Vision 2020. Connect, Grow and Influence. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Vision2020-Connect_EN.pdf (Zugriff: 30.6.2016)
EBU (2014): Viewpoint Media Convergence. Reaping the Benefits. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-MediaConvergence_EN.pdf (Zugriff: 18.8.2016)
Eilders, C./ Wirth, W. (1999): Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum. Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. In: Publizistik 44:1999, S. 35-57.
Eilders, C. (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
Eimeren, B. van/ Frees, B. (2011a): Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ ZDF-Onlinestudie 2011. Zusammenfassung. In: Mediaperspektiven, 7/8:2011, S. 379.
Eimeren, B. van/ Frees, B. (2011b): Bewegtbildnutzung im Internet 2011: Mediatheken als Treiber. Zusammenfassung. In: Mediaperspektiven, 7/8:2011, S. 379.
Eimeren, B. van/ Frees B. (2009a): Internetnutzer 2009 – Multimedial und global vernetzt? In: Mediaperspektiven, 7:2009, S. 334-348.
Eimeren, B. van/ Frees B. (2009b): Nutzungsoptionen digitaler Audio- und Videoangebote. In: Mediaperspektiven, 7:2009, S. 349-355.
Eimeren, B. van/ Gerhard, H./ Frees B. (2001): ARD/ ZDF-Online-Studie 2001: Internetzugang stark zweckgebunden. Entwicklungen der Onlinemedien in Deutschland. In: Mediaperspektiven, 8:2001, S. 382-397.
Eising, R. (2015): Outnumbered, but Not Outgunned? The Participation of Citizen Groups and Business Interests in National and EU Level Consultations on EU Policies. In: Lobbying the European Union. Changing Minds, Hanging Times. (Hrsg.) P.A. Shotton/ P.G. Nixon. Surrey, UK/ Burlington, USA: Ashgate.
Erdheim, M. (1988): Die Psychoanalyse und das Unbewusste in der Kultur. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
Esser, F. (2010): Komparative Kommunikationswissenschaft. National Center of Competence in Research (NCCR). Working Paper No. 41. http://www.nccr-democracy.uzh.ch/publications/workingpaper/pdf/WP_41.pdf (Zugriff: 30.6.2016).
Europäische Kommission (2016a): Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten. Brüssel 25.5.2016 COM(016) 287 final. (=EK 2016a)

Europäische Kommission (2016b): Revision of the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD). https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/revision-audiovisual-media-services-directive-avmsd (Zugriff: 23.9.2016) (=EK 2016b)
Europäische Kommission (2016c): Pressemitteilung. Kommission aktualisiert EU-Bestimmungen für audiovisuellen Bereich und stellt gezielten Ansatz für Online-Plattformen vor. Brüssel 25.5.2016. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-1873_de.htm (Zugriff: 20.9.2016) (=EK 2016c)
Europäische Kommission (2014): Publication of the Summaries of the Green Paper Replies. Brüssel: 12.9.2014. https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/publication-summaries-green-paper-replies (Zugriff:20.9.2016) (=EK 2014)
Europäische Kommission (2013): Grünbuch über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte. Brüssel: 24.4.2013. (=EK 2013)
Europäisches Parlament (2016): Briefing. The Audiovisual Media Service Directive. EU Legislative Process. June 2016. http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/the-audiovisual-media-services-directive.pdf (Zugriff: 25.9.2016) (=EP 2016)
Europäisches Parlament (1996): Resolution on the Role of the Public Service Television in a Multi-Media Society, 19. September 1996, A4-0234. para. B. (=EP 1996)
Europäischer Rat (1999): Resolution of the Council and Representatives of the Governments of the Member States concerning PSB OJ (1999), C 30/1, para. B. (=ER 1999)
Faulstich, W. (1998): Medienkultur. Vom Begriff zur Geschichte. In: Medien-Kulturkommunikation. Publizistik Sonderheft 2:1998, S. 44-54.
Feil, C. (2002): Internet-Umgang von Kindern. Spezifika und Probleme. In: Medienkonvergenz. Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF. (Hrsg.) H. Theunert/ U. Wagner. München: Reinhard Fischer. (BLM-Schriftenreihe Band 70), S. 221-231.
Fisher, H. (2004): The Convergence Newsletter from Newsplex at the University of South Carolina. Vol. II. No. 1 (July 7, 2004). http://www.jour.sc.edu/news/convergence/issue12.html (Zugriff: 20.8.2017)
Ford, A. (2011): Tecnologías digitales: más preguntas que respuestas. In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 59-65.
Foucault, M. (1996): Wie wird Macht ausgeübt? In: Das Spektrum der Genealogie. (Hrsg.) M. Foucault/ W. Seitter. Frankfurt am Main: Philo, S. 29-47.
Freedom House (2017a): Freedom of the Press 2017. Hungary. https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/hungary (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2017a)
Freedom House (2017b): Freedom of the Press 2017. Slovenia. https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/slovenia (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2017b)
Freedom House (2017c): Freedom of the Press 2017. Austria. https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/austria (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2017c)
Freedom House (2017d): Freedom of the press 2017. Germany. https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/germany (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2017d)
Freedom House (2017e): Freedom in the World 2017. Hungary. https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/hungary (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2017e)
Freedom House (2017f): Freedom in the World 2017. Slovenia. https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/slovenia (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2017f)
Freedom House (2017g): Freedom in the World 2017. Austria. https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/austria (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2017g)
Freedom House (2017h): Freedom in the World 2017. Germany. https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/germany (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2017h)
Freedom House (2016a): Freedom of the Press 2016. Austria. https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/austria (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2016a)
Freedom House (2016b): Freedom of the Press 2016. Germany. https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/germany (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2016b)
Freedom House (2016c): Freedom of the Net 2016. Hungary. https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2016/hungary (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2016c)
Freedom House (2016d): Freedom of the Net 2016. Germany. https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2016/germany (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2016d)
Freedom House (2016e): Freedom in the World 2016. Slovenia. https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2016/slovenia (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2016e)
Freedom House (2016f): Freedom in the World 2016. Austria https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2016/austria (Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2016f)
Freedom House (2016g): About us. About Freedom House. https://www.freedomhouse.org/about-us (Zugriff: 2.1.2017) (=FH 2016g)

Freedom House (2016h): Freedom of the Press 2016. Methodology. https://freedomhouse.org/report/freedom-press-2016-methodology (Zugriff: 2.1.2017) (=FH 2016h)
Freedom House (2016i): About „Freedom of the Press". https://freedomhouse.org/report-types/freedom-press (Zugriff: 2.1.2017) (=FH 2016i)
Freedom House (2016j): Freedom on the Net Methodology. https://freedomhouse.org/report/freedom-net-methodology (Zugriff: 2.1.2017) (=FH 2016j)
Freedom House (2016k): About "Nations in Transit". https://freedomhouse.org/report-types/nations-transit (Zugriff: 2.1.2017) (=FH 2016k)
Freedom House (2015a): Freedom of the Press 2015. Slovenia. https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2015/slovenia(Zugriff: 13.7.2017) (=FH 2015a)
Freedom House (2015b): Freedom of the Press 2015. Hungary. https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2015/hungary (Zugriff:13.7.2017) (=FH 2015b)
Freedom House (2015c): Nations in Transit. Slovenia. 2015. https://freedomhouse.org/sites/default/files/NIT2015_Slovenia.pdf S. 628/629 (Zugriff: 1.7.2017) (=FH 2015c)
Frieden, R. (2007): ITU world telecom 2006 report. Info 9(4), S. 81-83.
Friedman, J. (2004): Globalization. In: A Companion to the Anthropology of Politics. (Hrsg.) D. Nugent/ J. Vincent. Maldon. MA et al.: Blackwell, S. 179-197.
Friedman, J. (1994): Cultural Identity and Global Process. London: Sage.
Frieling, J. (2010): Zielgruppe Digital Natives. Wie das Internet die Lebensweise von Jugendlichen verändert. Neue Herausforderungen an die Medienbranche. Hamburg: Diplomica.
Früh, W. (2007): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis: Konstanz: UVK.
Galtung, J./ Ruge, M. (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Foreign Newspapers. In: Journal of Peace Research 2, S. 64-91.
Garcá Canclini, N. (2011): Las nuevas arquitecturas de la interculturalidad. In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 29-34.
Gebühren Info Service (2017a): Aufgaben der GIS. https://www.gis.at/unternehmen/aufgaben (Zugriff: 9.7.2017) (=GIS 2017a)
Gebühren Info Service (2017b): Internationalen Vergleich. ORF-Gebühren im Mittelfeld. https://www.gis.at/fileadmin/user_upload/Documents/Gebuehren-Vergleich-int_2017.pdf (Zugriff: 9.7.2017) (=GIS 2017b)
Gebühren Info Service (2017c): Leistungsempfänger. https://www.gis.at/fileadmin/user_upload/Documents/Gebuehren-Vergleich-int_2017.pdf (Zugriff: 9.7.2017) (=GIS 2017c)
Geddes, B. (1990): How the Cases You Choose Affect the Answers You Get: Selection Bias in Comparative Politics. In: Political Analysis. An Annual Publication of the Methodology Section of the American Political Science Associations. (Hrsg.) J. Stimson. Ann Arbor: University of Michigan Press.
Geertz, C. (1973): Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
Gläser, J./ Laudel, G. (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen. 4. Aufl., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Gläser, J./ Laudel, G. (2006): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen. 2., durchgesehene Aufl., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Goderbauer-Marchner, G./ MedienCampus Bayern e.V. (Hrsg.) (2006): Qualität im Journalismus. Verantwortungsbewusstsein in Zeiten der Medienkonvergenz als Bildungsauftrag. München: Rösler. (Medienbildung aktuell. Band 2).
Gonser, N./ Beiler, M. (2016): Working Paper Public Value in Europa und Herausforderungen für Österreich. http://www.journalismusdreinull.at/de/wp-content/uploads/sites/2/2016/03/gonserbeiler-public-value-working-paper.pdf (Zugriff: 9.7.2017)
Gonser, N. / Baier, B. (2010): Deutschland. In: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa. ORF, BBC, ARD & CO auf der Suche nach dem Public Value. (Hrsg.) R. Christl/ D. Süssenbacher. Wien: Falter, S. 99-134.
Greskovits, B. (2015): Capitalist Diversity and the Media. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 58-70.
Grisold, A. (2013): Langfristiger Medienwandel und ökonomischer Wandel. Eine institutionelle und regulative Perspektive. In: Langfristiger Wandel von Medienstrukturen. Theorie, Methoden, Befunde. (Hrsg.) W. Seufert/ F. Sattelberger. Baden-Baden: Nomos, S.67-86.

Gross, P. (2004): Between reality and dream: Eastern European media transition, transformation, consolidation, and integration. In: East European Politics and Societies, 18, S. 110-131.
Gurevitch, M./ Blumler, J. (2003): Der Standard der vergleichenden politischen Kommunikationsforschung. Ein eigenständiges Fach formiert sich. In: Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. (Hrsg.) F. Esser/ B. Pfetsch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 371-392.
Gyapjas, A: (2015): Fast wie in einer Diktatur. FAZ-Net. (23.8.2015) http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/ungarns-regierung-geht-gegen-pressefreiheit-vor-13758810.html (Zugriff: 20.6.2017)
Gylfe, C./ Westman, S./ Oittinen, P. (2009): An Overview of Currently Implemented Metadata and Metadata Related Practices in Cross Media Editorial Processes. In: Graphik Arts in Finland. 38(2-3) http://media.tkk.fi/GTTS/GAiF/GAiF2-3_2009.html (Zugriff: 2.8.2017)
Hachmeister, L./ Anschlag, D. (Hrsg.) (2013): *Rundfunkpolitik und Netzpolitik: Strukturwandel der Medienpolitik in Deutschland*, Köln: Halem, 2013.
Hachmeister, L./ Burkhardt, K./ Huber, C. (2009): Aus Politik und Zeitgeschichte. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Das Ende der Rundfunkpolitik. http://www.bpb.de/apuz/32153/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk (Zugriff: 7.7.2017)
Hachten, W.A. (1981): The World News Prism: Changing Media, Clashing Ideologies. Ames: The Iowa State University Press.
Hall, S. (2002): Die Zentralität von Kultur: Anmerkungen zu den kulturellen Revolutionen unserer Zeit. In: Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. (Hrsg.) A. Hepp/ M. Löffelholz. Konstanz: UVK (UTB), S. 95-117.
Hall, S. (1992): The West and the Rest. In: Formations of Modernity. (Hrsg.) S. Hall/ B. Gieben. Milton Keynes: Polity Press/ The Open University Press, S. 275-320.
Hallin, D. / Manicin, P. (2012): Comparing Media Systems beyond the Western World. Cambridge: Cambridge University Press.
Hallin, D./ Mancini, P. (2010): Preface. In: Comparative Media Systems. European and Global Perspectives. (Hrsg.) B. Dobek-Ostrowska/ M. Głowacki/ K. Jakubowicz/ M. Sükösd. Budapest/ New York: Central European University Press, S. xi-xiv.
Hallin, D./ Mancini, P. (2004): Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. New York: Cambridge University Press.
Hanitzsch, T. (2010): Professionelle Milieus im journalistischen Feld: Befunde aus einer internationalen Vergleichsstudie. In: Medienkultur im Wandel. (Hrsg.) A. Hepp/ M. Höhn/ J. Wimmer. Konstanz: UVK, S. 229-243.
Hannerz, U. (1992a): Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning. New York: Columbia University Press.
Hannerz, U. (1992b): The Global Ecumene as a Network of Networks. In: Conceptualizing Society. (Hrsg.) A. Kuper. London: Routledge, S. 34-56.
Hannerz, U. (1989): Notes on the Global Ecumene. In: Public Culture – Bulletin of the Center for Transnational Cultural Studies 1(2), S. 66-75.
Hanretty, C. (2011): Public Broadcasting and Political Interference. London/ New York: Routledge.
Hansen, H.K. (2010): Media Convergence. How to Successfully Integrate your Media. A Workshop für Selected Editors of Bayerischer Rundfunk. September 2010. pdf (Stand 2010).
Harrison, J./ Woods, L. (2007): European Broadcasting Law and Policy. Cambridge: Cambridge University Press.
Hasebrink, U. (2002): Konvergenz aus medienpolitischer Perspektive. In: Medienkonvergenz. Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF. (Hrsg.) H. Theunert/ U. Wagner. München: Reinhard Fischer. (BLM-Schriftenreihe Band 70), S. 91-101.
Hasselbring, B. (1999): Geschichte des Rundfunks in Bayern. „Hier ist die Deutsche Stunde in Bayern". Die Anfänge des Rundfunks (1924-1934). In: Der Ton. Das Bild. Die Bayern und ihr Rundfunk. 1924 – 1949 – 1999. Begleitbuch zur Ausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte und des Bayerischen Rundfunks. (Hrsg.) M. Hamm/ B. Hasselbring/ M. Henker. München: Haus der Bayerischen Geschichte, S. 51-58.
Häder, M. (2014): Delphi-Befragungen. Ein Arbeitsbuch. 3. Aufl., Wiesbaden: Springer VS.
Häder, M. (2000a): Subjektiv sicher und trotzdem falsch? Methodische Ergebnisse einer Delphi-Studie zur Zukunft des Mobilfunks. In: ZUMA-Nachrichten, 24(46), S. 89-116.
Häder, M. (2000b): Die Expertenauswahl bei Delphi-Befragungen. ZUMA. Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim. How-to-Reihe, Nr. 5.
Häuser, D. (2002): Annahme verweigert. Werben&Verkaufen 2002, S. 66-68.
Havel, V. (2007): Preface. In: Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape. (Hrsg.) C.S. Nissen. Eastleigh: John Libbey, S. vii-viii.
Hepp, A. (2011): Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten. Wiesbaden: VS Verlag.

Hepp, A./ Höhn, M./ Wimmer, J. (Hrsg.) (2010): Medienkultur im Wandel. Konstanz: UVK.
Hepp, A./ Höhn, M./ Wimmer, J. (2010): Medienkultur im Wandel. In: Medienkultur im Wandel. (Hrsg.) A. Hepp/ M. Höhn/ J. Wimmer. Konstanz: UVK, S. 9-37.
Hickethier, K. (1999): Medienkultur und Medienwissenschaft. In: (me´dien)i Dreizehn Vorträge zur Medienkultur. (Hrsg.) C. Pias. Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften, S. 199-219.
Hitzler, R. (1994): Wissen und Wesen des Experten. Ein Annäherungsversuch – Zur Einleitung. In: Expertenwissen. Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit. (Hrsg.) R. Hitzler/ A. Honer/ C. Maeder. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 13-33.
Hjavard, S. (2008): Mediatization: Soft individualism, and weak ties. Paper presented at the Mediatization of Religion and Culture Conference, Copenhagen, 20-21 October 2008, Copenhagen.
Hoffmann-Riem, W. (2003): Kann und soll der öffentliche Rundfunk eine Staatsaufgabe sein?, In: Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. (Hrsg.) P. Donges/ M. Puppis. Köln: Halem, S. 29-51.
Holtz-Bacha, C. (2014): Europäische Medienpolitik. http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/171925/europaeische-medienpolitik?p=all (Zugriff: 18.8.2016)
Holtz-Bacha, C. (2003): Wie die Freiheit messen? Wege und Probleme der empirischen Bewertung von Pressefreiheit. Die Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft. Publizistik Sonderheft, S. 408-413.
Holznagel, B./ Vollmeier, I. (2003): Gemeinsame oder getrennte Aufsicht? Ein Überblick über die Verschiedenen Ansätze der Beaufsichtigung von öffentlichem und kommerziellem Rundfunk. In: Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. (Hrsg.) P. Donges/ M. Puppis. Köln: Halem, S. 277-291.
Horsti, K./ Hultén, G./ Titley, G. (Hrsg.) (2014): National Conversations: Public Service Media and Cultural Diversity in Europe, Bristol/ Chicago: intellect.
Horwitz, R.B./ Currie, W. (2010): Politics, privatization and perversity in South Africa´s telecommunications reform programme. In: Media Policy in a Changing Southern Africa. Critical reflections on media reforms in the global age. (Hrsg.) D. Moyo/ W. Chuma. Pretoria: Unisa Press, S. 11-38.
Höflich, J.R./ Roll, J./ Kirchner, J. (2014): Mediennutzer als mobile kommunikative Inseln. Ergebnisse eines qualitativen Experiments. In: Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. (Hrsg.) J. Wimmer/ M. Hartmann. Wiesbaden: Springer VS, S. 123-138.
Huang, C. (2003): Transitional Media vs. Normative Theories: Schramm, Altschull, and China. In: Journal of Communication 53(3), S. 444-459.
Huber, J. (2013): Krösus von Europa. Der Tagesspiegel. 21.1.2013. http://www.tagesspiegel.de/medien/gebuehren-kroesus-von-europa/7660358.html (Zugriff: 18.8.2017)
Huber, N./ Meyen, M. (Hrsg.) (2006): Medien im Alltag. Qualitative Studie zu Nutzungsmotiven und zur Bedeutung von Medienangeboten. Berlin/ Münster u.a.: Lit Verlag.
Hultén, O./ Brants, K. (1992): Public Service Broadcasting: Reactions to Competition. In: Dynamics of Media Politics. Broadcast and Electronic Media in Western Europe. (Hrsg.) K. Siune/ W. Truetzschler. London/ Newbury Park/ Delhi: Sage, S. 116-128.
Humphreys, P. (2007): EU audiovisual policy, cultural diversity and the future of public service broadcasting. In: Mediating Europe: New Media, Mass Communications and the European Public Sphere. (Hrsg.) J. Harrison/ B. Wessels. Oxford: Berghahn, S. 183-212.
Humphreys, P. (1996): Mass Media and Media Policy in Western Europe. Manchester: Manchester University Press.
Humphreys, P./ Simpson, S. (2007): Globalisation, Convergence and European Telecommunications Regulation. Cheltenham, UK/ Northampton, USA: Edward Elgar.
Hungerbühler, R. (2005): Sprachregionale Differenzen in der politischen Kommunikation der Schweiz. In: Politische Kommunikation in der Schweiz. (Hrsg.) P. Donges. Bern: Haupt, S. 157-175.
Huntington, S.P. (1991): The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century. Norman: Oklahoma University Press.
The Ifra Newsplex Initiative/ Northrup, K. (2004): Lessons in Convergence. Ifra Special Report 6.30. https://issuu.com/newsplexer/docs/newsplex_special_report (Zugriff: 20.8.2017) (=Northup 2004)
Innis, H. (1997): Kreuzwege der Kommunikation. Ausgewählte Texte. Wien/ New York: Springer.
Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2015a): EU-Länderporträts. Ungarn. https://www.mediadb.eu/europa/ungarn.html (Zugriff: 1.7.2017) (=IfM 2015a)
Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2015b): EU-Länderporträts. Slowenien. https://www.mediadb.eu/europa/slowenien.html (Zugriff: 1.7.2017) (=IfM 2015b)
Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2015c): EU-Länderporträts. Österreich. https://www.mediadb.eu/europa/oesterreich.html (Zugriff: 1.7.2017) (=IfM 2015c)

Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2015d): EU-Länderporträts. Deutschland. http://www.mediadb.eu/europa/deutschland.html (Zugriff: 1.7.2017) (=IfM 2015d)
Iosifidis, P. (2010a): Introduction. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis. New York: Palgrave Macmillan, S. 1-6.
Iosifidis, P. (2010b): Pluralism and Funding of Public Service Broadcasting across Europe. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis. New York: Palgrave Macmillan S. 23-35.
Iosifidis, P. (2007): Public Television in the Digital Era: Technical Challenges and New Strategies for Europe. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
Irle, B.M. (2009): Convergence of Communications. Implications for Regulating Market Entry. Baden-Baden: Nomos. (=Materialien zur interdisziplinären Medienforschung 62)
Jahn, D. (2006): Einführung in die vergleichende Politikwissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag.
Jahn, D. (2005): Fälle, Fallstricke und die komparative Methode in der vergleichenden Politikwissenschaft.
https://www.researchgate.net/publication.net/publication/251595007 (Zugriff: 28.6.2016)
Jakubowicz, K. (2010a): Introduction. Media Systems Research: An Overview. In: Comparative Media Systems. European and Global Perspectives. (Hrsg.) B. Dobek-Ostrowska/ M. Głowacki/ K. Jakubowicz/ M. Sükösd. Budapest/ New York: Central European University Press, S. 1-21.
Jakubowicz, K. (2010b): Reinventing European PBS. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis. New York: Palgrave Macmillan, S. 9-22.
Jandura, O. (2014): Der Erfolg zeitversetzter Fernsehnutzung im Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung. In: Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. (Hrsg.) J. Wimmer/ M. Hartmann. Wiesbaden: Springer VS, S. 173-188.
Jarren, O. (2002): Medienregulierung zwischen Pfadabhängigkeit und Innovationsmöglichkeit. Ein Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Innovationsforschung. In: Medienwissenschaft Schweiz, 1, S. 12-24.
Jarren, O./ Donges, P./ Künzler, M./ Schulz, W./ Held, T./ Jürgens, U. (2001): Der schweizerische öffentliche Rundfunk im Netzwerk. Möglichkeiten der Absicherung und Bindung der SRG an die Gesellschaft. Zürich: IPMZ.
Jenkins, H (2008): Convergence Culture (Updated edition 2006). New York: New York University Press.
Jenkins, H. (2006): Convergence Culture. New York/ London: New York University Press.
Jones, T. (2003): The Three C´s: Conference, Convergence, and (Sub) Conscious. In: Exploring the Meaning of Media Convergence. http://www.cjr.org/issues/2003/4/voices-kolodzy.asp. (Zugriff: 10.5.2012)
Josephine, M. (2015): Public service media remit in 40 European countries, IRIS Bonus 2015-3, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2015.
http://www.obs.coe.int/documents/205595/8234567/PSB+comparatives+tables+word+original.pdf/7716bb29-1f44-486a-8c2f-b2330ef5977b (Zugriff: 1.7.2017)
Jungen, O. (2015): Finanzierung von ARD und ZDF. In den Anstalten liegen die Nerven blank. FAZ. 24.3.2015. http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/finanzierung-von-ard-zdf-die-nerven-liegen-blank-13503670.html (Zugriff:9.7.2017)
Kaiser, R. (2014): Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung. Wiesbaden: Springer.
Kaltenbrunner, A. (2017a): ORF-Debatte „ist eine Lose-lose-Situation" sagt Forscher Kaltenbrunner. Der Standard. http://oe1.orf.at/artikel/308600 (Zugriff: 13.7.2017)
Kaltenbrunner, A. (2017b): Journalism in Transition. A Matrix to Categorize Change and Innovation. In: Journalism Report V. Innovation and Transition. (Hrsg.) A. Kaltenbrunner/ M. Karmasin/ D. Kraus. Wien: Facultas, S. 13-31.
Kaltenbrunner, A./ Luef, S. (2017): Newsroom Integration. A Nationwide Study. Austria as a Microcosm of editorial models of daily newspapers. In: Journalism Report V. Innovation and Transition. (Hrsg.) A. Kaltenbrunner/ M. Karmasin/ D. Kraus. Wien: Facultas, S. 91-114.
Kammerevert, P. (2017): EU needs prudent approach to audiovisual media services directive. The Parliament Magazine. Politics, Policy and People. 6.2.2017. https://www.theparliamentmagazine.eu/articles/opinion/eu-needs-prudent-approach-audiovisual-media-services-directive (Zugriff: 2.3.2018)
Karmasin, M./ Süssenbacher, D./ Gonser, N. (Hrsg.) (2011): Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Keane, J. (2015): Mediated Despotism – A World Beyond Democracy. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 248-261.
Keane, J. (1999): On Communicative Abundance. CSD Perspectives. London: University of Westminster Press, S. 1-23.
Killebrew, K. (2005): Managing Media Convergence. Pathways to Journalistic Cooperation. Ames: Blackwell.
King, G./ Keohane, R.O./ Verba, S. (1994): Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research. Princeton: Princeton University Press.
Kirchner, J. (2014): Schatz, ich hab dich gegruschelt! Nutzung von Social Network Sites in Fernbeziehungen. In: Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. (Hrsg.) J. Wimmer/ M. Hartmann. Wiesbaden: Springer VS, S. 155-169.
Kleinsteuber, H.J. (2010): Comparing West and East: A Comparative Approach to Transformation. In: Comparative Media Systems. European and Global Perspectives. (Hrsg.) B. Dobek-Ostrowska/ M. Głowacki/ K. Jakubowicz/ M. Sükösd. Budapest/ New York: Central European University Press, S. 23-40.
Kleinsteuber, H.J./ Thomaß, B. (2017 (edit 2010)): Media Landscapes. Germany. http://ejc.net/media_landscapes/germany (Zugriff: 10.5.2017)
Kleist, T./ Scheuer, A. (2007): Public Service Broadcasting and the European Union: From "Amsterdam" to "Altmark": The Discussion on EU State Aid Regulation. In: Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape. (Hrsg.) C.S. Nissen. Eastleigh: John Libbey, S. 163-182.
Klock, T. (2003): Der duale Hörfunkmarkt in Slowenien. In: 5 Jahre Privatradio in Österreich. (Hrsg.) Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH. Band 1/2003, S. 105-114.
Knoche, M. (2013): Krisenhafte kapitalistische Produktionsweise als Triebkraft für Restrukturierungen und Transformation (in) der Medienindustrie. In: Langfristiger Wandel von Medienstrukturen. Theorie, Methoden, Befunde. (Hrsg.) W. Seufert/ F. Sattelberger. Baden-Baden: Nomos, S. 87-111.
Koch, E. (2011a): Interkulturelles Management. Teil 1 Grundlagen. Skript zu Lehrveranstaltung. Donau-Universität Krems. Interkulturelle Kompetenzen 9 (MA). Modul 8: International and Intercultural Management. (moodle Zugriff: 10.4.2012)
Koch, E. (2011b): Interkulturelles Management. Teil 2 Interkulturelle Managementkompetenzen. Skript zu Lehrveranstaltung. Donau-Universität Krems. Interkulturelle Kompetenzen 9 (MA). Modul 8: International and Intercultural Management. (moodle Zugriff: 10.4.2012)
Koch, W./ Frees, B. (2016): Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. Dynamische Entwicklung bei mobilder Internetnutzung sowie Audios und Videos. In: Media Perspektiven 2016(9), S. 418-437.
KommAustria (2017): KommAustria. https://www.rtr.at/en/rtr/OrganeKommAustria (Zugriff: 9.7.2017)
Komorek, E: (2013): Media Pluralism and European Law. Alphen aan den Rijn: Wolters Kluwer.
Kreff, F. (2011): Sozial- & Kulturanthropologische Perspektiven auf Globalisierung. Skript zu Lehrveranstaltung. Donau-Universität Krems. Interkulturelle Kompetenzen 9 (MA). Modul 1: Herausforderungen der Globalisierung. (moodle Zugriff: 10.4.2012)
Krotz, F. (2010): Kommunikations- und Medienwissenschaft unter den Bedingungen von Medienkultur. In: Medienkultur im Wandel. (Hrsg.) A. Hepp/ M. Höhn/ J. Wimmer. Konstanz: UVK, S. 93-105.
Krotz, F. (2009): Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change. In: Mediatization: Concept, Changes, Consequences. (Hrsg.) K. Lundby. New York u.a.: Peter Lang, S. 19-38.
Krygier, M. (2015): Good, Bad, and "Irritant" Laws in New Democracies, In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 119-136.
Kunczik M./ Zipfel A. (2005): Publizistik. 2. Aufl., Köln: Böhlau. (UTB 2256)
Kunczik M./ Zipfel A. (2001): Publizistik. Köln: Böhlau. (UTB 2256)
Kung, L./ Picard, R.G./ Towse, R. (Hrsg.) (2008): The Internet and the Mass Media. London: Sage.
Küng, L. (2017): Digital Transformation. The Organisational Challenge – Creating a Roadmap for Change. In: Journalism Report V. Innovation and Transition. (Hrsg.) A. Kaltenbrunner/ M. Karmasin/ D. Kraus. Wien: Facultas, S. 171-180.
Künzler, M. (2003): Leitbilder des öffentlichen Rundfunks: Plädoyer für einen neuen Forschungsansatz. In: Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. (Hrsg.) P. Donges/ M. Puppis. Köln: Halem, S. 94-110.
Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR) und MFG Filmförderung Baden-Württemberg (Hrsg.) (2010): Programmstrategien 2015. Ein Szenario. Stoffentwickler und ihre Optionen für den

Content der Zukunft. Teil 1. Stoffentwicklung im Jahr 2015 aus der Sicht von Autoren, Produzenten und Programmverantwortlichen.
Landmann, T. (2003): Issues and Methods in Comparative Politics: An Introduction. London: Routledge.
Langenbuchner, W. (1990): Braucht eine demokratische Gesellschaft öffentlichen Rundfunk? In: Media Perspektiven, 1990(11), S. 699-716.
Lengyel, M. (2010): From "State Broadcasting" to "Public Service Media" in Hungary. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis, New York: Palgrave Macmillan, S. 245-257.
Lichbach, A.I./ Zuckerman, A.S. (Hrsg.) (1997): Comparative Politics: Rationality, Culture, and Structure. Cambridge: Cambridge University Press.
Lieberson, S. (1992): Small N´s and Big Conclusions: An Examination of the Reasoning in Comparative Studies based on a Small Number of Cases. In: What is a Case?: Exploring the Foundations of Social Inquiry. (Hrsg.) C.C. Ragin/ H.S. Becker. Cambridge: Cambridge University Press, S. 105-118.
Lievrouw, L.A. (2011): Alternative and Activist New Media. Cambridge: Polity.
Lijphart, A. (1971): Comparative Politics and the Comparative Method. In: American Political Science Review 65:3, S. 682-693.
Linstone, H.A./ Turoff, M. (Hrsg.) (1975): The Delphi Methode. London: Routledge.
Loewe, G.F./ Steemers, J. (2012): Regaining the Initiative for Public Service Media: (RIPE@2011). Gothenburg: Nordicom, S. 9-23.
Looms, P.O. (2006): Public Service Media: All Things to All People – on All Platforms, Anytime? In: Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape. (Hrsg.) C.S. Nissen. Eastleigh: John Libbey, S. 95-114.
Lundby, K. (2009): Introduction: "Mediatization" as a Key. In: Mediatization: Concept, Changes, Consequences. (Hrsg.) K. Lundby. New York u.a.: Peter Lang, S. 1-18.
Maletzke, G. (1996): Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Maletzke, G. (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg: Bredow.
Malik, S. (2014): Diversity, Broadcasting and the Politics of Representation. In: National Conversations: Public Service Media and Cultural Diversity in Europe. (Hrsg.) K. Horsti/ G. Hultén/ G. Titley. Bristol/ Chicago: intellect, S. 21-41.
Mancini, P. (2015): The News Media between Volatility and Hybridization. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka, Oxford: Oxford University Press, S. 25-37.
Mancini, P. (2005): Is there a European model of journalism? In: Making Journalists. (Hrsg.) H. de Burgh. New York: Routledge, S. 77-93.
Martín Barbero, J. (2011): La comunicación en la cultura. In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 17-24.
Matthes, A. (2006): Convergence Journalism. Die Auswirkungen der Medienkonvergenz auf den praktischen Journalismus. Berlin: VDM.
Mayer, H.O. (2008): Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung, Ausführung. 5. Aufl., München: Oldenburg.
Mayring, P. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 12.überarbeitete Auflage, Weinheim/ Basel: Beltz.
Mayring, P. (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 7. Aufl., Weinheim: Beltz.
Mayring, P. (1999): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.
McGonagle, T. (2014): Public Service Media and Cultural Diversity: European Regulatory and Governance Framework. In: National Conversations: Public Service Media and Cultural Diversity in Europe. (Hrsg.) K. Horsti/ G. Hultén/ G. Titley. Bristol/ Chicago: intellect, S. 61-82.
McLuhan, M. (1995): Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters. Bonn u.a.: Addison-Wesley.
McQuail, D. (2005): McQuail´s Mass Communication Theory. 5. Aufl., London: Sage.
McQuail (1992): Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage.
McQuail, D. (1987): Mass Communication Theory. An Introduction. London: Sage Publications.
Meedia (2017): Mit "faktenfinder" gegen gezielte Falschmeldungen: ARD startet Anti-Fake-News-Portal. http://meedia.de/2017/04/03/mit-faktenfinder-gegen-gezielte-falschmeldungen-ard-startet-anti-fake-news-portal/ (Zugriff: 19.12.2017)

Megwa, E. (2006): Community Radio as Conduits for Extending Digital Access to Rural Communities. In: Media in South Africa after Apartheid. A Cross-Media Assessment. (Hrsg.) A. Olorunnisola. Lewiston/ New York: Edwin Mellen, S. 113-146.
Meier, W./ Trappel, J. (2002): Media Governance: Wirkungsvolles Instrument zur gesellschaftlichen Debatte von Medienkonzentration und Medienmacht? In: Medienwissenschaft Schweiz, 1, S. 66-73.
Meier, W./ Trappel, J. (1992): Small States in the Shade of Giants. In: Dynamics of Media Politics. Broadcast and Electronic Media in Western Europe. (Hrsg.) K. Siune/ W. Truetzschler. London/ Beverly Hills/ New Delhi: Sage, S. 129-142.
Meikle, G./ Young, S. (2012): Media Convergence. Networked Digital Media in Everyday Life. Basingstoke/ New York: Palgrave Macmillian.
Meister, A. (2013): Netzneutralität in Slowenien: Zweiter EU-Staat verbietet Diskriminierung von Internet-Diensten zu kommerziellen Zwecken. Netzpolitik. 31.10.2013. https://netzpolitik.org/2013/netzneutralitat-in-slowenien-zweiter-eu-staat-verbietet-diskriminierung-von-internet-diensten-zu-kommerziellen-zwecken/ (Zugriff: 1.7.2017)
Mérték Media Monitor (2015): Hungarian Media Law. http://mertek.eu/sites/default/files/reports/hungarian_media_law_0.pdf (Zugriff: 26.6.2017)
Mérték Media Monitor Forced Maneuver (2012): Proposals and Expectations toward the Amendment of the Media Act (2012). http://mertek.eu/en/article/forced-maneuver-proposals-and-expectations-toward-the-amendment-ofthe-media-act (Zugriff: 26.6.2017)
Meuser, M./ Nagel, U. (2005): Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 2.Aufl. (Hrsg.) A. Bogner/ B. Littig/ W. Menz. Wiesbaden: VS für Sozialwissenschaften, S.71-93.
Meyen, M./ Löblich, M./ Pfaff-Rüdiger, S./ Riesmeyer, C. (2011): Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Meyrowitz, J. (1995): Medium Theory. In: Communication Theory Today. (Hrsg.) D. Crowley/ D. Mitchell. Cambridge/ Oxford: Polity Press, S. 50-77.
Michalis, M. (2010): EU Broadcasting Governance and PSB: Between a Rock and a Hard Place. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis, New York: Palgrave Macmillan, S. 36-48.
Michalis, M. (2007): Governing European Communications: From Unification to Coordination. Lanham, MD: Lexington Books.
Mill, J.S. (1872): System of Logic: Ratiocinative and Inductive. London: Longman, Green, Reader and Dyer.
Milosavljević, M./ Vobič, I. (2017(edit 2010)): Media Landscapes. Slovenia. http://ejc.net/media_landscapes/slovenia (Zugriff: 27.6.2017)
Milosavljević, M./ Vobič, I. (2009): Das Mediensystem Sloweniens. In: Internationales Handbuch Medien. (Hrsg.) Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden: Nomos, S. 630-643.
Moyo, D./ Chuma, W. (Hrsg.) (2010): Media Policy in a Changing Southern Africa. Critical reflections on media reforms in the global age. Pretoria: Unisa Press.
MTVA (2017a): About MTVA. http://mtva.info/inside-mtva (Zugriff: 1.7.2017)
MTVA (2017b): Public Service Media Portfolio. http://mtva.info/inside-mtva/public-service-media-portfolio (Zugriff: 1.7.2017)
MTVA (2017c): News Agency. http://mtva.info/inside-mtva/mtva-information-channels/mtva-mti-news-agency (Zugriff: 1.7.2017)
MTVA (2017d): Public Service Radio. http://mtva.info/inside-mtva/mtva-information-channels/mtva-public-service-radio (Zugriff: 1.7.2017)
MTVA (2017e): Hungarian Television. http://mtva.info/component/tags/tag/hungarian-television (Zugriff: 1.7.2017)
MTVA (2017f): Public Service Television. http://mtva.info/inside-mtva/mtva-information-channels/mtva-public-service-television (Zugriff: 1.7.2017)
MTVA (2017g): New Media. http://mtva.info/inside-mtva/mtva-information-channels/mtva-new-media (Zugriff: 1.7.2017)
Müller-Kalthoff, B. (Hrsg.) (2002): Cross-Media-Management: Content Strategien erfolgreich umsetzen. Berlin: Springer.
Münchner Kreis et al. (Hrsg.) (2009): Zukunft und Zukunftsfähigkeit der Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien. Executive Summary und Methodik. Internationale Delphi-Studie 2030. Nationaler IT-Gipfel Stuttgart 2009. https://www.telekom.com/static/-/10080/4/zukunftsstudie-sumarry-si (Zugriff: 20.3.2016)
netzwerk recherche e. V. (Hrsg.) (2012): „In der Lobby brennt noch Licht“. Lobbyismus als Schatten-Management in Politik und Medien. Wiesbaden: Dinges & Frick (nr-Werkstatt Nr. 12).

Neuberger, C./ Nuernbergk, C./ Riscke, M. (2009): Journalismus im Internet: Zwischen Profession, Partizipation und Technik. Ergebnisse eines DFG-Forschungsprojekts. In: Media Perspektiven 2009(4), S. 174-188.
Neumüller, M. (2010): Österreich. In: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa. ORF, BBC, ARD & CO auf der Suche nach dem Public Value. (Hrsg.) R. Christl/ D. Süssenbacher. Wien: Falter, S. 19-63.
Newcomb, H. (1997): National Identity/ National Industry: Television in the New Media Contexts. In: Television Fiction and Identities: America, Europe, Nation. (Hrsg.) G. Bechelloni/ M. Buonanno. Neapel: Ipermedium, S. 3-19.
NHK World (Hrsg.) (2012): Your Eye on Asia. Making the Best of NHK´s Global Network. Tokyo: NHK.
Niethammer, K. (2008): Familienbetriebe mit Anpassungsschwierigkeiten. Perspektiven und Grenzen politischer Reform in den Golfmonarchien. SWP-Studie. Stiftung Wissenschaft und Politik. Berlin: Deutsches Institut für Internationale Politik und Sicherheit.
Nissen, C.S. (Hrsg.) (2007): Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape. Eastleigh: John Libbey.
Nissen, C. (2006): Public Service Media in the Information Society. Report prepared for the Council of Europe's Group of Specialists on Public Service Broadcasting in the Information Society (MC-S-PSB). https://rm.coe.int/1680483b2f (Zugriff: 20.6.2017)
Nitsche, I. (2002): Broadcasting in the European Union. The Role of Public Interest in Competition Analysis. Den Haag: TMC Asser.
Niverla, I. (2010): Zeit als Schlüsselkategorie der Medienkultur und ihrer Wandlungsprozesse. In: Medienkultur im Wandel. (Hrsg.) A. Hepp/ M. Höhn/ J. Wimmer. Konstanz: UVK, S. 135-147.
Nohlen, D. (1994): Vergleichende Methode. In: Lexikon der Politik. Politikwissenschaftliche Methode. (Hrsg.) J. Kriz/ D. Nohlen/ R.-O. Schultze. München: Beck, S. 507-517.
Northrup, K. (2002): Ifra Spezial Report Video- und Audio-Einsatz auf Zeitungswebsites – Eine Marktstudie. Oktober 2002. http://www.ifra.com/WebSite/SpecialR.nsf/0/BC4704124AFE1051C1256C7F005C8C58?OpenDocument#Print (Zugriff: 10. 4.2012)
NPR (Hrsg.) (2010): This is NPR. The first Forty Years. San Francisco: Chronicle Books LLC.
Nünning, V. (2016): AVMD-Richtlinie: Kritik der Bundesländer am EU-Entwurf. Medienkorrespondenz (19.7.2016). http://www.medienkorrespondenz.de/politik/artikel/avmd-richtlinie-kritik-der-bundeslaender-an-eu-entwurfnbsp.html (Zugriff: 20.9.2016)
Oerzen, J. von/ Cuhls, K./ Kimpeler, S. (2007): Wie nutzen wir Informations- und Kommunikationstechnologien im Jahr 2020. Ergebnisse einer Delphi-Befragung. FAZIT-Schriftenreihe Forschungsbericht Band 3. Stuttgart.
Offe, C. (1994): Der Tunnel am Ende des Lichts: Erkundigungen der Transformation im Neuen Osten. Frankfurt: Campus.
Österreichischer Presserat (2013): Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex für die österreichische Presse) http://www.presserat.at/rte/upload/pdfs/grundsaetze_fuer_die_publizistische_arbeit_ehrenkodex_fuer_die_oesterreichische_presse_idf_vom_02.12.2013.pdf (Zugriff: 7.7.2017)
Österreichischer Rundfunk (2017a): Leitbild und Werte. Das Leitbild des ORF. http://der.orf.at/unternehmen/leitbild-werte/leitbild/index.html (Zugriff: 9.7.2017) (=ORF 2017a)
Österreichischer Rundfunk (2017b): Recht und Grundlagen. ORF-Finanzierung. http://der.orf.at/kundendienst/gebuehren/index.html (Zugriff: 9.7.2017) (=ORF 2017b)
Österreichischer Rundfunk (2017c): Public Value. Qualitätssicherung. http://zukunft.orf.at/show_content2.php?s2id=176 (Zugriff: 9.7.2017) (=ORF 2017c)
Österreichischer Rundfunk (2017d): ORF Stiftungsrat. Stiftungsrat: Das Kontrollgremium für den ORF. http://der.orf.at/unternehmen/gremien/stiftungsrat/index.html (Zugriff: 9.7.2017) (=ORF 2017d)
Österreichischer Rundfunk (2017e): Publikumsrat. Der Publikumsrat des ORF. http://der.orf.at/unternehmen/gremien/publikumsrat/aufgaben/index.html (Zugriff: 9.7.2017) (=ORF 2017e)
Österreichischer Rundfunk (2016): ORF-Jahresbericht 2016. http://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/veroeffentlichungen/2017/jb_2016_finalversion.pdf (Zugriff: 9.7.2017) (=ORF 2016)
Österreichischer Rundfunk (2014): Texte. Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs. Ausgabe 14. (=ORF 2014)
Österreichischer Rundfunk (2012a): Alles hat einen Ort. ORF-Stiftungsrat beschließt „Abkühlphase". http://oe1.orf.at/artikel/308600 (Zugriff: 13.7.2017) (=ORF 2012a)

Olorunnisola, A. (2006): Understanding Media in African Transnational Democracies. In: Media in South Africa after Apartheid. A Cross-Media Assessment. (Hrsg.) A. Olorunnisola. Lewiston/ New York: Edwin Mellen, S. 1-35.
Ong, W. (1987): Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Orozco Gómez, G. (2011): Hay que ser múltiplemente alfabetizados para poder sobrevivir en este mundo mediáticamente cruzado. In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 25-28.
Palacios, M. (2011): Internet plantea más potenciaciones que rupturas. In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 133-145.
Palfrey, J./ Gasser, U. (2008): Generation Internet. Die Digitalen Natives: Wie sie leben, was sie denken, was sie arbeiten. Berlin: Hanser.
Papathanassopoulos, S./ Negrine, R. (2011): European Media. Structures, Policies and Identity. Cambridge: Polity.
Pavlik, J.V./ Powell, A.D. (2003): "New Media". Encyclopaedia of International Media and Communications, 3, S. 225-233.
Peil, C. (2011): Mobilkommunikation in Japan. Zur kulturellen Infrastruktur der Handy-Aneignung, Wetzlar: transcript.
Pfetsch, B./ Adam, S./ Eschner, B. (2008): The Contribution of the Press to Europeanization of Public Debates. A Comparative Study of Issue Salience and Conflict Lines of European Integration. In: Journalism. Theory, Practice & Criticism 9:4, S. 465-492.
Picard, R.G. (2006): Financing Public Media: The Future of Collective Funding. In: Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape. (Hrsg.) C. Nissen. Selangor: John Libbey, S. 183-196.
Polyani, K. (1957): The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time. Boston: Beacon Press.
Postman, N. (1985): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt am Main: Fischer.
Prensky, M. (2001): Digital Natives. Digital Immigrants. In: MCB University Press 5(2001). http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf (Zugriff: 4.5.2012)
Prezworski, A. (1987): Methods of Cross-National Research, 1970-1983: An Overview. In: Comparative Policy Research: Learning from Experience. (Hrsg.) D. Meinolf/ H.N. Weiler/ A. Berthoin-Antal. Aldershot: Gower, S. 31-49.
Prezworski, A./ Teune, H. (1970): The Logic of Comparative Social Inquiry. New York: John Wiley.
Publisuisse (Hrsg.) (2011): Medien der Zukunft 2017. Erkenntnisse zu Medienlandschaft, Marketing und Kommunikation. http://publisuisse.ch/mm/mm003/mdz_2017d.pdf (Zugriff: 20.3.2016)
Pürer, H. (2015): Medien in Deutschland. Presse – Rundfunk – Online. Konstanz/ München: utb.
Pürer, H. (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz: UVK.
Pürer, H./ Rabe, J. (1996): Medien in Deutschland. Band 1. Presse. 2., korrigierte Aufl., München: UVK Medien.
Radio Televizija Slovenjia (2017a): News from the Public Broadcaster. Introduction http://www.rtvslo.si/strani/introduction/3 (Zugriff: 26.6.2017) (=RTV SLO 2017a)
Radio Televizija Slovenjia (2017b): News from the Public Broadcaster. Professional Standards. http://www.rtvslo.si/strani/professional-standards/17 (Zugriff: 26.6.2017) (=RTV SLO 2017b)
Radio Televizija Slovenjia (2012a): In Word and Image. http://www.rtvslo.si/files/pr/brosura_rtv_ang-2012.pdf (Zugriff: 26.6.2017) (=RTV SLO 2012a)
Ragin, C. (1989): New Directions in Comparative Research. In: Cross-National Research in Sociology. (Hrsg.) M.L. Kohn. Newbury Park, CA: Sage, S. 57-76.
Ragin, C. (1987): The Comparative Method. Moving Beyond Qualitative and Quantitative Methods. Berkeley, CA: University of California Press.
Rantanen, T./ Belakova, N. (2015): Why it is important to Study the Media and Politics in New Democracies? In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 305-320.
Reporter ohne Grenzen (2017a): Rangliste der Pressefreiheit 2016. Unsere Arbeit. Reporter ohne Grenzen: Recherchieren, Anklagen, Unterstützen. https://www.reporter-ohne-grenzen.de/ueber-uns/unsere-arbeit/ (Zugriff: 1.1.2017) (=RoG 2017a)
Reporter ohne Grenzen (2017b): Deutschland. https://www.reporter-ohne-grenzen.de/deutschland/ (Zugriff: 13.7.2017) (=RoG 2017b)

Reporter ohne Grenzen (2017c): Slowenien. https://www.reporter-ohne-grenzen.de/slowenien/ (Zugriff: 13.7.2017) (=RoG 2017c)
Reporter ohne Grenzen (2017d): Österreich. https://www.reporter-ohne-grenzen.de/österreich/ (Zugriff: 13.7.2017) (=RoG 2017d)
Reporter ohne Grenzen (2017e): Ungarn. https://www.reporter-ohne-grenzen.de/ungarn/ (Zugriff: 13.7.2017) (=RoG 2017e)
Reporter ohne Grenzen (2016a): Rangliste der Pressefreiheit 2016. https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Presse/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2016/Rangliste_der_Pressefreiheit_2016.pdf (Zugriff:1.1.2017) (=RoG 2016a)
Republik Slowenien (2017): Amtsblatt RS, Nr. 33/91-I, 42/97, 66/00, 24/03, 69/04 und 68/06: Verfassung der Republik Slowenien. http://www.us-rs.si/media/vollstandiger.text.der.verfassung.pdf (Zugriff:1.7.2017)
Richardson, J. (2006): Policy Making in the EU: interests, ideas and garbage cans of primeval soup. In: European Union: Power and Policy-Making. (Hrsg.) J. Richardson. Abingdon: Routledge, S. 3-30.
Rokkan, S. (1970): Citizens, Elections, Parties: Approaches to Comparative Study of the Process of Development. Oslo: Universitetsförlaget.
Rossen-Stadtfeld, H. (2003): Wie lassen sich öffentliche Rundfunkveranstalter in pluralen Gesellschaften auf einen Leistungsauftrag verpflichten? In: Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. (Hrsg.) P. Donges/ M. Puppis. Köln: Halem, S. 67-84.
SABC (Hrsg.) (2011): Annual Report. Johannesburg: SABC.
Salo-Lee, L. (2011): Intercultural Communication: Approaches, Challenges, New Insights. Skript zu Lehrveranstaltung. Donau-Universität Krems. Interkulturelle Kompetenzen 9 (MA). Modul 6: Interkulturelle Wahrnehmung und Kommunikation. (moodle Zugriff: 10.4.2012)
Salovaara, I. (2015): Digital Democracies and Networked Publics. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 154-165.
Santana Pereira, J. (2015): Variety of Media Systems in Third-Wave Democracies. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 231-247.
Sarikakis, K. (2010): For Culture and Democracy: Political Claims for Cosmopolitan Public Service Media. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis. New York: Palgrave Macmillan, S. 88-100.
Saxer, U. (1998): Was heißt Kommerzialisierung? In: Zoom K&M, 11, S. 10-17.
Schindelen, R. van (2012): Die Kunst das EU-Lobbyings. Erfolgreiches Public Affairs Management im Labyrinth Brüssels. Berlin: lexxion.
Schmidt, M.G. (1995): Wörterbuch zur Politik. Stuttgart: Kröner.
Schmucler, H. (2011): La tecnología es orgánica al proyecto del capitalismo contemporáneo. In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 51-57.
Schneider, M. (2007): Crossmedia-Management. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
Schuegraf, M. (2008): Medienkonvergenz und Subjektbildung. Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Schulz, W. (2003): Das Quadrilemma der Regulierung von öffentlichem Rundfunk – Public-Service-Organisationen zwischen Selbst- und Fremdsteuerung. In: Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. (Hrsg.) P. Donges/ M. Puppis. Köln: Halem, S. 311-327.
Schulz, W. (1976; 1990): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg: Karl Alber.
Schulz, W./ Held, T. (2004): Regulated Self-Regulation as a Form of Modern Government: An Analysis of Case Studies from Media and Telecommunications Law. Luton: Luton University Press.
Schweiger, W. (2002): Crossmedia zwischen Fernsehen und Web. Versuch einer theoretischen Fundierung des Crossmedia-Konzepts. In: Medienkonvergenz. Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF. (Hrsg.) H. Theunert/ U. Wagner. München: Reinhard Fischer. (BLM-Schriftenreihe Band 70), S. 123-135.
Schwiesau, D./ Ohler, J. (2003): Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München: List.
Sewczyk, J./ Wenk, H. (2012): Mehr als Fernsehen: Smart-TV, HbbTV & Co. Ein Überblick zu hybriden Geräten, konvergenten Diensten und innovativen TV-Trends. In: Media Perspektiven 2012(4), S. 178-188.

Shotton, P.A./ Nixon, P.G. (Hrsg.) (2015): Lobbying the European Union. Changing Minds, Hanging Times. Surrey, UK/ Burlington, USA: Ashgate.
Siebert, F.S./ Peterson, T./ Schramm, W. (1956): Four Theories of the Press. Urbana: University of Illinois Press.
Siegert, G. (2001): Medien Marken Management. Relevanz, Spezifika und Implikationen einer medienökonomischen Profilierungsstrategie. München: Bernhard Fischer.
Sigler, C. **(2009)**: Going Global. Internationalisierungsstrategien für die Medienbranche. München/ Ravensburg: Grin.
Sjurts, I. **(2002)**: Strategien in der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden: Gabler.
Smaele, H. de (2010): In Search of a Lable for the Russian Media System. In: Comparative Media Systems. European and Global Perspectives. (Hrsg.) B. Dobek-Ostrowska/ M. Głowacki/ K. Jakubowicz/ M. Sükösd. Budapest/ New York: Central European University Press, S.41-62.
Sparks, C. (2000): Media Theory after the Fall of European Communism: Why the Old Models from East and West Won´t Do Anymore. In: De-Westernizing Media Studies. (Hrsg.) J. Curran/ M. Park. London: Routledge, S. 35-50.
Sparks, C./ Splichal, S. (1988): Journalistic Education and Professional Sozialisation. Paper presented at the 16th IAMCR conference, Barcelona (July 25-29).
Spiegel (2012): Niggemeiers Medienlexikon. Break/Ing News. Nachrichtenereignis im Moment seiner größten Unklarheit. Nr. 27, 02.07.2012.
Staab, J. (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg: Karl Alber.
Staatskanzlei Rheinland-Pfalz (2018): Ministerpräsidentenkonferenz. Durchbruch im Ringen um Reform des Telemedienauftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Pressedienst. 14.6.2018.
Statista (2016): Anteil der Haushalte in Slowenien mit Internetzugang von 2004 bis 2015. 2016. http://de.statista.com/statistik/daten/studie/421563/umfrage/haushalte-mit-internetzugang-in-slowenien/http://de.statista.com/statistik/daten/studie/421563/umfrage/haushalte-mit-internetzugang-in-slowenien/ (Zugriff: 1.7.2017)
Steenveld, L. (2006): Journalism Education in South Africa? Context, Context, Context. In: Media in South Africa after Apartheid. A Cross-Media Assessment. (Hrsg.) A. Olorunnisola. Lewiston/ New York: Edwin Mellen, S. 253-295.
Steinmüller, K.-H. (Hrsg.) (1997): Grundlagen und Methoden der Zukunftsforschung. Szenarien, Delphi, Technikvorschau. WerkstattBericht 21. Gelsenkirchen.
Štětka, V. (2015): The Rise of Oligarchs as Media Owners. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 85-98.
Štětka, V. (2012): There and back again? Media freedom and autonomy in Central and Eastern Europe. https://www.opendemocracy.net/václav-Štětka/there-and-back-again-media-freedom-and-autonomy-in-central-and-eastern-europe (Zugriff: 29.5.2017)
Strategic Innovation Lab (2011): 2020 Media Futures. https://www1.ocadu.ca/2020mediafutures/dl135&rct=j&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ahUKEwiNupz6pLjVAhUIAxoKHbkSDk8QFggeMAI&usg=AFQjCNHZca8BnjpJiWvzMLnkK12f5zgRYg (Zugriff: 31.7.2017)
Stroud, N.J. (2015): Media Fragmentation and its Consequences for Democracy. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 169-180.
Studer, S. / Künzler, M./ Jarren, O. (2013): Mediensystemwandel als Medienorganisationswandel – Implikationen der Population-Ecology. In: Langfristiger Wandel von Medienstrukturen. Theorie, Methoden, Befunde. (Hrsg.) W. Seufert/ F. Sattelberger. Baden-Baden: Nomos, S. 31-50.
Stuiber, H.-W. (1998a): Medien in Deutschland. Band 2. Rundfunk. 1. Teil. Zum Rundfunkbegriff. Rundfunktechnik. Geschichte des Rundfunks. Rundfunkrecht. München: UVK Medien.
Stuiber, H.-W. (1998b): Medien in Deutschland. Band 2. Rundfunk. 2. Teil. Privater Rundfunk. Organisation des Rundfunks. Finanzierung des Rundfunks. Rundfunkprogramme. Anmerkungen zur Rundfunkpolitik. München: UVK Medien.
Südwestrundfunk (2017a): Gremien. Rundfunkrat. Interessenvertretung der Allgemeinheit. https://www.swr.de/unternehmen/gremien/swr-rundfunkrat-interessensvertretung/-/id=12338976/did=213538/nid=12338976/103w3zt/index.html (Zugriff: 7.7.2017) (=SWR 2017a)
Svendsen, E.N. (2003): European and National Regulation of Public Service Broadcasting. In: Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. (Hrsg.) P. Donges/ M. Puppis. Köln: Halem, S. 255-276.

Szekfü, A. / Somogyi, Z. (2009): Ungarn. In: Internationales Handbuch Medien. (Hrsg.) Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden, S.701-710.
Tiemann, G. (2003): Das „most different systems design" als Instrument zum Umgang mit multipler Kausalität. In: Vergleichende politikwissenschaftliche Methoden. Neue Entwicklungen und Diskussionen. (Hrsg.) S. Pickel/ G. Pickel/ H.-J. Lauth/ D. Jahn. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
Tietje, C. (2009): Grundzüge und rechtliche Probleme der internationalen Informationsordnung. In: Internationales Handbuch Medien. (Hrsg.) Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden: Nomos, S. 15-40.
Thomaß, B. (2010): PSB and the European Public Sphere. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis. New York: Palgrave Macmillan, S. 63-75.
Thomaß, B. (2007): Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz: UVK.
Thomaß, B. (2001): Kommunikationswissenschaftliche Überlegungen zur Rolle der Medien in Transformationsgesellschaften. In: Medien und Transformation in Osteuropa. (Hrsg.) B. Thomaß/ M. Tzankoff, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 39-64.
Thomaß, B./ Tzankoff, M. (Hrsg.) (2001): Medien und Transformation in Osteuropa. Wiesbaden: Springer VS.
Toffler, A. (1980): The Third Wave. London: Pan Books.
Tomaselli, K. (2006): Preface. In: Media in South Africa after Apartheid. A Cross-Media Assessment. (Hrsg.) A. Olorunnisola. Lewiston/ New York: Edwin Mellen, S. i-v.
Tongue, C. (2010): Foreword. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis. New York: Palgrave Macmillan, S. xii-xiii.
Töpfl, F. (2011): Mediensysteme im Transformationsprozess. Wie entstehen pluralistische Mediensysteme – und warum nicht? Baden-Baden: Nomos.
Transparency International (2017a): Our Organisation. Overview. http://www.transparency.org/whoweare/organisation/ (Zugriff: 1.1.2017) (=TI 2017a)
Transparency International (2016a): https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016 (Zugriff: 13.7.2017) (=TI 2016a)
Transparency International (2015): Corruption Perceptions Index 2015: Short Methodology Note. file:///C:/Users/EDV%20PC/AppData/Local/Temp/Temp1_2015_CPI_DataMethodologyZIP.zip/Data%20&%20methodology/Methodology%20(short)/English/CPI_2015_Short_Methodology_EN.pdf (Zugriff: 1.1.2017) (=TI 2015)
Trappel, J. (2017 (edit 2010)): Media Landscapes. Austria. http://ejc.net/media_landscapes/austria (Zugriff: 7.7.2017)
Trappel, J. (2010): Squeezed and Uneasy: PSM in Small States – Limited Media Governance Options in Austria and Switzerland. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis. New York: Palgrave Macmillan, S. 209-221.
Trappel, J. (1991): Medien Macht Markt. Medienpolitik westeuropäischer Kleinstaaten. Wien/ St. Johann: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag.
Tunstall, J. (2008): The Media were American. New York: Oxford University Press.
Universität Passau. Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar (2016a): Themen und Analysen. Slowenien. http://www.hahnimnetz.de/ssm57/index.php/themen-und-analysen/slowenien (Zugriff: 1.1.2017) (=Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar 2016a)
Universität Passau. Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar (2016b): Themen und Analysen. Tschechien. http://www.hahnimnetz.de/ssm57/index.php/themen-und-analysen/tschechische-republik (Zugriff: 1.1.2017) (=Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar 2016b)
Universität Passau. Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar (2016c): Themen und Analysen. Ungarn. http://www.hahnimnetz.de/ssm57/index.php/themen-und-analysen/ungarn (Zugriff: 1.1.2017) (=Mittel- und Osteuropäisches Journalistenseminar 2016c)
Universität Passau. Studiengang Medien und Kommunikation (2016a): Atlas Medienfreiheit Osteuropa. Das Projekt. https://wp.uni-passau.de/medienatlas-osteuropa/das-projekt/#_Quellen (Zugriff: 1.1.2017) (=Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016a)
Universität Passau. Studiengang Medien und Kommunikation (2016b): Atlas Medienfreiheit Osteuropa. Das Projekt. Slowenien. https://wp.uni-passau.de/medienatlas-osteuropa/laender/slowenien/ (Zugriff: 1.1.2017) (=Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016b)
Universität Passau. Studiengang Medien und Kommunikation (2016c): Atlas Medienfreiheit Osteuropa. Das Projekt. Tschechien. https://wp.uni-passau.de/medienatlas-osteuropa/laender/tschechien/ (Zugriff: 1.1.2017) (=Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016c)
Universität Passau. Studiengang Medien und Kommunikation (2016d): Atlas Medienfreiheit Osteuropa. Das Projekt. Ungarn. https://wp.uni-passau.de/medienatlas-osteuropa/laender/ungarn/ (Zugriff: 1.1.2017) (=Atlas Medienfreiheit Osteuropa 2016d)

Valdes, C. (2009): Televisión 2.0: consumo y producción audiovisual en un enterno convergente. In: Comunicación informativa y nuevas tecnologías. (Hrsg.) J. Rivera./ G. Rodríguez. Buenos Aires: Gran Aldea, S. 43-61.
Varela, M. (2011): Creo que la continuidad entre la dictadura y la democracia en los medios de comunicación es enorme. In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 93-100.
Verón, E. (2011): El future de la Comunicación. Medios, convergencia en producción y divergencia en recepción. In: Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades/ culturas. (Hrsg.) S. Comba/ E. Toledo. Buenos Aires: La Crujía, S. 73-79.
Verseck, K. (2011): Pressefreiheit in Ungarn. Premier startet neue Offensive gegen Journalisten. Spiegel Online. (14.7.2011) http://www.spiegel.de/politik/ausland/pressefreiheit-in-ungarn-premier-startet-neue-offensive-gegen-journalisten-a-774172.html (Zugriff: 20.6.2017)
Vidal-Hall, J. (2009): Handmaiden of democracy or everybody's football? The media in Central and Eastern Europe twenty years after 1989. Eurozine. 19.3.2009. (www.eurozine.com/articles/2009-03-19-editorial-en.html (Zugriff: 31.5.2017)
Vogelsang, W. (2002): Computer und Internet und deren Bedeutung für jugendliche Lebenswelten. In: Medienkonvergenz. Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF. (Hrsg.) H. Theunert/ U. Wagner. München: Reinhard Fischer. (BLM-Schriftenreihe Band 70), S. 233-248.
Volek, J. (2010): Czech Journalists after the Collapse of the Old Media System: Looking for a New Professional Self-Image. In: Comparative Media Systems. European and Global Perspectives. (Hrsg.) B. Dobek-Ostrowska/ M. Głowacki/ K. Jakubowicz/ M. Sükösd. Budapest/ New York: Central European University Press, S. 171-194.
Voltmer, K. (2015): Coverging and Diverging Pathways of Media Transformation. In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka. Oxford: Oxford University Press, S. 217-230.
Vorgrimler, D./ Wübben, D. (2003): Die Delphi-Methode und ihre Eignung als Prognoseinstrument. In: Statistisches Bundesamt. Wirtschaft und Statistik 8, 763-774.
Vowe, G./ Opitz, S./ Dohle, M. (2008): Medienpolitische Weichenstellungen in Deutschland. Rückblick und Vorschau. In: Medien&Kommunikationswissenschaft, 56(2), 159-186.
Wagner, U. (2011): Medienhandeln, Medienkonvergenz und Sozialisation. Empirie und gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven. München: kopead.
Wagner, U. (2002): Fernseh-Internet-Konkurrenz: Was fangen Heranwachsende damit an? Ergebnisse einer Explorationsstudie im Auftrag von BLM, IZI und ZDF. In: Medienkonvergenz. Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF. (Hrsg.) H. Theunert/ U. Wagner. München: Reinhard Fischer. (BLM-Schriftenreihe Band 70), S. 15-71.
Wallerstein, I. (2004): World-Systems Analysis. Durham/ London: Duke.
Wallerstein, I. (1998): Das moderne Weltsystem II. Der Merkantilismus. Europa zwischen 1600 und 1750. Wien: Promedia.
Wallerstein, I. (1986 [1974]): Das moderne Weltsystem: Kapitalistische Landwirtschaft und die Entstehung der europäischen Weltwirtschaft im 16. Jahrhundert. Frankfurt am Main: Syndikat.
Wallerstein, I. (1980): The Modern World System. New York: Academic Press.
Ward, D. (2008): The European Commission´s State Aid Regime and Public Service Broadcasting. In: European Union and the Culture Industries. Regulation and the Public Interest. (Hrsg.) D. Ward. Hampshire, UK/ Burlington, USA: Ashgate Publishing Limited, S. 59-80.
Wegner, J. (2006): Die glückliche Ehe zwischen Online und Print. In: Qualität im Journalismus. Verantwortungsbewusstsein in Zeiten der Medienkonvergenz als Bildungsauftrag. (Hrsg.) G. Goderbauer-Marchner/ MedienCampus Bayern e.V. München: Rösler (Medienbildung aktuell, Band 2), S. 44-49.
Weischenberg, S. (2004): Journalistik: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
Weischenberg, S. (1992): Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Bd. 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Welsch, W. (1994): Transkulturalität. Lebensformen nach der Auflösung von Kulturen. In: Dialoge der Kulturen. (Hrsg.) K. Luger/ R. Renger. Wien/ St. Johann in Pongau: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag.
Wiesner, J. (2017): Die Revision der AVMD-Richtlinie. Maßvolle Anpassung der europäischen Regeln im Zeichen der Konvergenz. Media Perspektiven 11/2017, 567-580. http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/1117_Wiesner.pdf (Zugriff: 2.3.2018)
Wiio, O. (1983): The Mass Media Role in the Western World. In: Comparative Mass Media Systems. (Hrsg.) J.L. Martin/ A.G. Chaudhary. White Plains: Longman, S. 85-94.

Williams, R. (1968): Communications. Harmondsworth: Penguin Books.
Wimmer, J./ Hartmann, M. (Hrsg.) (2014): Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. Wiesbaden: Springer VS.
Wirtz, B. **(2011)**: Medien- und Internetmanagement. 7. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
Witte, B. (2014): Et kütt wie et kütt? Die iPad-App des Kölner Stadt-Anzeigers. In: Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. (Hrsg.) J. Wimmer/ M. Hartmann. Wiesbaden: Springer VS, S. 243-261.
Woldt, G. (2010): Public Service Broadcasting in Germany. Stumbling Blocks on the Digital Highway. In: Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. (Hrsg.) P. Iosifidis. New York: Palgrave Macmillan, S. 171-182.
Wolf, E. (1991): Die Völker ohne Geschichte. Europa und die andere Welt seit 1400. Frankfurt am Main et al.: Campus.
Wyss, V./ Keel, G. (2010): Schweizer Journalismuskulturen im sprachregionalen Vergleich. Eine quantitative Längsschnittuntersuchung zu Strukturmerkmalen und Einstellungen. In: Medienkultur im Wandel. (Hrsg.) A. Hepp/ M. Höhn/ J. Wimmer. Konstanz: UVK, S. 245-260.
Zweites Deutsches Fernsehen (2015): KONSULTATION zur Richtlinie 2010/13/EU über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) *Eine Mediengesetzgebung für das 21. Jahrhundert* Fragebogen. http://www.zdf.de/ZDF/zdfportal/blob/40455638/1/data.pdf (Zugriff: 25.9.2016) (=ZDF 2015)
Zweites Deutsches Fernsehen (2013): ZDF Stellungnahme zum Grünbuch der Europäischen Kommission über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte. http://www.zdf.de/ZDF/zdfportal/blob/29993798/1/data.pdf (Zugriff: 19.8.2016) (=ZDF 2013)
Zielonka, J. (2015): Introduction: Fragile Democracy, Volatile Politics, and the Quest for Free Media, In: Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective. (Hrsg.) J. Zielonka, Oxford: Oxford University Press, S. 1-21.
Z_punkt (2011): TV2020. Die Zukunft des Fernsehens. Eine Trendstudie von Z_punkt. http://www.z-punkt.de/uploads/default/115/tv_2020.pdf (Zugriff: 20.3.2016)

o.A. (2017): MTVA budget for 2017 set at HUF 80 billion. Budapestbeacon. 22.11.2017. http://budapestbeacon.com/news-in-brief/mtva-budget-for-2017-set-at-huf-80-billion/42222 (=Budapestbeacon 2017a)
o.A. (2017): Keine Medienförderung ohne Qualitätskriterien, fordern alternative Medien. Der Standard. 5.5.2017. https://derstandard.at/2000057030733/Keine-Medienfoerderung-ohne-Qualitaetskriterien-fordern-alternative-Medien (Zugriff: 13.7.2017) (=Der Standard 2017)
o.A. (2016): Wrabetz – „Team der absoluten Kompetenz" und keine Politdeals. Der Standard. 15. September 2016. http://derstandard.at/2000044444498/Wrabetz-Team-der-absoluten-Kompetenz-und-keine-Politdeals (Zugriff: 13.7.2017) (=Der Standard 2016)
o.A. (2016): Der Rundfunkbeitrag ist rechtens. Die Welt. N24. 18.3.2016. https://www.welt.de/politik/deutschland/article153428015/Rundfunkbeitrag-ist-rechtens.html (Zugriff: 18.8.2017) (=Die Welt 2016)
o.A. (2015): OPPOSITION LAMENTS PUBLIC MEDIA AS STATE-OWNED NEWS CHANNEL KICKS OFF RATHER POORLY. Hungary Today. 17.3.2015. http://hungarytoday.hu/news/opposition-laments-public-media-news-channel-kicks-rather-poorly-41228 (Zugriff: 1.7.2017) (=Hungary Today 2015)
o.A. (2011): „Wert über Gebühr": ORF legt Public-Value-Bericht vor. Die Presse. 30.5.2011. http://diepresse.com/home/kultur/medien/666387/Wert-ueber-Gebuehr_ORF-legt-PublicValueBericht-vor- (Zugriff: 7.7.2017) (=Die Presse 2011)
o.A. (2010): Neues Mediengesetz. Ungarischer Presse droht Maulkorb. Spiegel. 21.12.2010 http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/neues-mediengesetz-ungarischer-presse-droht-maulkorb-a-735895.html (Zugriff: 20.6.2017) (=Spiegel 2010a)

Der AUB-Doktorschule Dankeschön für eine spannende und intensive Zeit: Köszönom!

Dankeschön für Rat und Tat und Engagement und Durchhaltevermögen an alle Beteiligten. Ob Sie anonym bleiben möchten oder genannt. Es war inspirierend, bereichernd und eine Freue, mit Ihnen forschen zu dürfen.

Danke unter anderen an:
Dieter Bornemann, Monika Eigensperger, Prof. Johannes Grotzky, Prof. Oliver Hahn, Thomas Hinrichs, Prof. Ralf Hohlfelder, Kaja Jakopič, Prof. Jan Jirak, Prof. Matthias Karmasin, Prof. Andy Kaltenbrunner, Andrea Kister, Prof. Jan Krone, Michael Krön, Miha Lampreht, Prof. Klaus Meier, Zoran Mihajlovic, Albena Milanova, Konrad Mitschka, Dr. Todd Nesbitt, Dr. Reinhard Scolik, Stefan Ströbitzer, Prof. Bokor Tamás, Marcus Tögel, Birgit van Eimeren, Michael Vielhaber, Martin Wagner, Rene Zavoral und und und.

Dr. Roberto Suárez Candel, Leiter des Media Intelligence Service der EBU – Dankeschön für Ihre Hilfe und die Erlaubnis bei meiner Samplebeschreibung auf EBU-Daten zu verweisen.

Prof. Dr. Peter Filzmaier, Dankeschön für die kompetente und engagierte Betreuung, das Interesse am Thema und die Hilfe bei Vernetzungen aller Art. Dr. Birte Fähnrich, Du bist eine kompetente, akribische und wunderbare Stütze bei der Methodenentwicklung. Dr. Christina Griessler und dem ganzen Team von netPOL (Internationales und Interuniversitäres Netzwerk Politische Kommunikation) ein herzliches Dankeschön für die Aufnahme und Unterstützung.

Meinen Eltern – von Herzen Danke fürs Mitdurchhalten.

Und meinen Töchtern: Wally und Maxi, Ihr seid „ein Hochgenuss“! Liebe, Liebe, Liebe.