

PS 28 540 Einführung in die Medienökonomie: Rundfunk in Berlin-Brandenburg

Termin: Do., 10– 12 Uhr

Beginn: 28.10.2004

Lankwitz, Raum L 127

Dozent: Prof. Dr. Klaus Goldhammer • Sprechstunde: Donnerstags 15 – 16.00 Uhr

Tutor: Danny Dorscheid • Sprechstd.: Do. 15-16 Uhr, Raum L 443; medienoekonomie@gmx.net

Sprechstunden

- Alle im Zusammenhang mit der Lehrveranstaltung oder dem Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft stehenden Fragen sollten (bei allgemeinem Interesse) während oder (bei individueller Problemlage) nach der Lehrveranstaltung angesprochen werden.
 - Für andere Angelegenheiten und Fragen, bitte an den Tutor per Mail wenden.
-

Zielsetzung

Die allgemeinen Fragestellungen der Medienökonomie werden traditionell in den beiden großen Bereichen der Medien konkretisiert: in der Presse (Zeitungen und Zeitschriften) und im Rundfunk (Radio und Fernsehen). Unser Angebot im Grundstudium ist so angelegt, daß zusätzlich zur Überblicksvorlesung "Grundstrukturen des Mediensystems", an der alle StudentInnen jeweils im Sommersemester teilnehmen sollen, eines von zwei Proseminaren gewählt werden kann. Eines beschäftigt sich mit "Presse in Berlin", das andere mit dem "Rundfunk in Berlin".

Rundfunk in Deutschland ist durch zwei Besonderheiten gekennzeichnet. Erstens sind gesetzliche (und staatsvertragliche) Regelungen Grundlage des Rundfunksystems im Ganzen und auch seiner einzelnen Institutionen. Aus politischen Veränderungen hat sich seit den 80er Jahren das "duale Rundfunksystem" entwickelt, das durch das mehr oder weniger geregelte Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und privatrechtlich-kommerziellen Anbietern gekennzeichnet ist. Zweitens wird Rundfunk anders finanziert als die Presse. Gebühren (für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten) und Werbeeinnahmen (ausschließliche Finanzierungsquelle der meisten kommerziellen Rundfunkveranstalter, Zusatzeinnahme für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten) sind die beiden vorherrschenden Finanzierungsformen. Direkte Finanzierung (Pay-TV, T-Commerce, Mehrwertdienste), Sponsoring, Produktionskostenzuschüsse und Steuern (für den Auslandsrundfunk) sind im Vergleich dazu noch von geringerer Bedeutung.

Das Seminar wird diese Besonderheiten des Rundfunks analytisch und auch am Beispiel der in Berlin tätigen Rundfunkinstitutionen behandeln. Zusätzlich zu den normalen Seminarterminen werden evtl. der ein oder andere **Termin außerhalb der Seminarzeiten für Besuche einzelner Sender** geplant; Beschränkungen der jeweiligen Teilnehmerzahl und ein **besonderes Anmeldeverfahren** für diese Besuche werden im Seminar besprochen. Die Zusatzterminliste wird später im Seminar verteilt.

Ablauf und Programm

In der ersten Vorlesungswoche ist die Teilnahme an der **Orientierungswoche** für Studienanfänger vorgesehen, soweit dies nicht bereits in früheren Semestern geschehen ist.

EINFÜHRUNG

Das duale Rundfunksystem in der Bundesrepublik

28.10.2004 INHALTLICHE EINFÜHRUNG UND VORSTELLUNG DES SEMINARKONZEPTES

- Einführung und Überblick
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

GRUNDLAGEN DER RUNDFUNKÖKONOMIE

04.11.2004 ROLLE UND FUNKTIONEN DER LANDESMEDIENANSTALTEN

- Gastvortrag von **Susanne Grams** – Referentin der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB)

RUNDFUNK IN BERLIN: ÖFFENTLICH-RECHTLICHER RUNDFUNK IN BERLIN

11.11.2004 **Anderer Ort, andere Zeit:** RUNDFUNK BERLIN BRANDENBURG (RBB)

- Entwicklung, Programme und Finanzierung - Vortrag mit Michael Winterholler (Abteilungsleiter Finanzen) und Diskussion (plus anschließende Führung)

Treffpunkt: **15.00 Uhr s.t.**, Foyer im RBB-Fernsehzentrum, Masurenallee 8-14, 14057

Berlin

Achtung: An der Exkursion kann nur teilnehmen, wer eine E-Mail mit einer Anmeldebestätigung erhalten hat!

18.11.2004 **Anderer Ort, andere Zeit:** DEUTSCHLANDRADIO BERLIN

- Deutschlandradio und Deutschlandfunk – Aufgaben und Ziele, Entstehung, Entwicklung

Treffpunkt: **15.00 Uhr s.t.**, am Sendegebäude, Hans-Rosenthal-Platz, 10825 Berlin

Achtung: An der Exkursion kann nur teilnehmen, wer eine E-Mail mit einer

Anmeldebestätigung erhalten hat!

25.11.2004 RUNDFUNK BERLIN BRANDENBURG UND DEUTSCHLANDRADIO BERLIN

Nachbereitung der beiden Termine, Diskussion

HÖRFUNK AUS SICHT DER MACHER...

02.12.2004 94,3 R.S.2 – DIE SITUATION DER PRIVATEN HÖRFUNKANBIETER IN BERLIN

- Gastvortrag von **Matthias Pfaff** – 94,3 r.s.2

09.12.2004 RADIO FRITZ: WIE DER SENDER WURDE, WAS ER IST

- Gastvortrag von **EC Zander** – Musik/Promotion bei Radio Fritz

THEORETISCHE UND RECHTLICHE GRUNDLAGEN DES RUNDFUNKS

16.12.204 MEDIENRECHTLICHE GRUNDLAGEN –

BVERFG-URTEILE UND RUNDFUNKÄNDERUNGSSTAATSVERTRÄGE

- Die Entwicklung der Medienlandschaft durch die Bundesverfassungsgerichtsurteile (Eifert)
- Rundfunkänderungsstaatsverträge und Ihre Bedeutung (Student)
- Zur Diskussion um die Gebührenerhöhung: Strukturen, Prozesse und aktuelle Ergebnisse (Lühmann, J. Röhrbein)

Winterferien

WERBEMARKT UND NUTZUNGSVERHALTEN

13.01.2005 VORAUSSETZUNGEN UND PROBLEME DES RUNDFUNKS: DER WERBEMARKT

- Hörfunk und Werbung in der Media-Forschung: Erkenntnisse und Ergebnisse (Reiss, Bludau, Eikel, Winne)
- Der Werbemarkt in Deutschland – Ökonomische Aspekte der Werbung im Rundfunk (Pirsig; Merla, Stoll, Escobar, Hischer, Lüneberg)
- Der Werbemarkt in Berlin-Brandenburg – Ökonomische Aspekte der Werbung (Schmidtko, Trümper, Hillert)

20.01.2005 VORAUSSETZUNGEN DES RUNDFUNKS: DIE NUTZER

- Marktforschung für Medienunternehmen: Ansätze und Ergebnisse (Quandt, Eckmiller)
- Die AG.MA: Die „harte Währung“ der Radiobranche (Schwebke, Nuss, Weiße)
- Die GfK-Fernsehforschung: Methodik und Ergebnisse (Blümner, Fingert, Stillert, Krause, Caspers, Sydow)
- Die Rezipienten – Rundfunknutzung und Werbewirkung (Sessing, Mohn, Feist, Thereit, Moßner, Scholtysik)

SITUATION DES FERNSEHENS IN BERLIN UND BRANDENBURG

27.01.2005 KOMMERZIELLES FERNSEHEN IN BERLIN

- Situation und Probleme des Ballungsraumfernsehens in Deutschland und BB (Student)
- Anbieter und Angebote nationaler TV-Veranstalter in Berlin (Student)
- Medienpolitik als Standortpolitik: Der Wettbewerb um Fernsehsender am Beispiel von Premiere und MTV (Ludwig, Weiner, Guhl, Gotcheva,)

03.02.2005 NEUE ERLÖSMODELLE IM FERNSEHEN

- Teleshopping und Reiseshopping (Gottke, Bischoff)
- Telefonmehrwertdienste als neue Erlösquelle für TV-Sender (Student)
- Pay-TV als Erlösmodell der Zukunft? Deutschland vs. England. (Student)

10.02.2002 TECHNOLOGISCHER AUSBLICK

- Rundfunk im Internet – Streaming Media als Alternative? (Student)
- DVB-T – Das Überallfernsehen als neue/alte Erfolgsgeschichte? (Student)
- DVB-H / Fernsehen auf dem Handy: kommt die Konvergenz von Broadcast und Mobile? (Student)

ABSCHLUßVERANSTALTUNG

- 17.02.2002 • Zusammenfassung und Seminarkritik (alle TeilnehmerInnen)

Wichtige Hinweise – Aufmerksam Lesen!

Leistungsnachweise setzen neben **regelmäßiger Teilnahme und aktiver Mitarbeit** während des ganzen Semesters die vertiefte Beschäftigung mit einem Teilbereich des Seminars voraus. Diese Vertiefung erfolgt in der Form einer schriftlichen Hausarbeit, die mit einem Thesenpapier vorbereitet wird. Das Thesenpapier wird normalerweise in einem Kurzreferat vorgetragen und in der Semindiskussion erläutert.

Achtung 1: Thesenpapiere werden spätestens im vorhergehenden Seminartermin oder per Mail mindestens eine Woche vor dem Vortrag mit dem Dozenten abgesprochen und dann (ggf.) in einem Referat vorgetragen und im Seminar diskutiert. Die Vorbesprechung ist notwendig, um Inhalt und Form abzustimmen.

Zum vorgesehenen Seminartermin werden **Thesenpapiere, die auch als Powerpoint-Vortrag erstellt werden können**, vorgetragen. Die Thesenpapiere sollen einer „Werkstattfassung“ der späteren Hausarbeit entsprechen. Sie müssen und sollen noch nicht fertige Arbeiten darstellen, sondern Raum für die Diskussion eröffnen. Die Ergebnisse der Diskussion im Seminar (nicht nur zum je eigenen Thesenpapier) müssen in die spätere Hausarbeit erkennbar einfließen.

Achtung 2: Recherchen bei Personen, in Unternehmen oder Institutionen dürfen erst nach vollständiger Verarbeitung der frei verfügbaren Quellen und: nur nach Vorklärung mit dem Dozenten erfolgen!

Die **Themen** der Hausarbeiten werden in den ersten Sitzungen vergeben. Dabei wird darauf geachtet, daß alle Themenbereiche des Seminars berücksichtigt werden; frühere Anmeldungen erhalten den Vorrang. Wenn aufgrund der Entscheidung des Dozenten ein Thema von mehreren Studenten bearbeitet werden kann, wird die weitere Spezialisierung der einzelnen Autoren auf Teilbereiche des Themas bei der Anmeldung festgelegt. Dabei sind Hausarbeiten als Gemeinschaftsarbeit ebenso möglich, wie einzelne Hausarbeiten zum gleichen Thema. Bei Gemeinschafts-Hausarbeiten muss der Umfang entsprechend erweitert sein, eine Ausweisung der einzelnen Verfasser zu den einzelnen Abschnitten kann, muss aber nicht erfolgen.

Die **schriftliche Hausarbeit** soll zusätzlich zu den schon für das Thesenpapier verarbeiteten Quellen auch Anregungen und Hinweise aus der Diskussion in der Veranstaltung aufgreifen; zur endgültigen Ausarbeitung steht auch die vorlesungsfreie Zeit zur Verfügung. Die Hausarbeiten müssen spätestens zwei Wochen nach Vorlesungsbeginn des folgenden Semesters bei dem Tutor/der Tutorin oder im Sekretariat von Prof. Goldhammer (4. Stock) abgegeben werden (Briefkasten neben der Tür). Wenn der Leistungsnachweis früher gebraucht wird, soll die Hausarbeit zum Ende der Vorlesungszeit vorliegen.

Die schriftlichen Hausarbeiten können nach Absprache auch als Gruppenarbeiten (in der Regel bis zu drei Autoren) angefertigt werden, wenn die jeweils individuell bearbeiteten Teile auf dem Deckblatt ausgewiesen werden und der Gesamtumfang der Arbeit sich entsprechend erweitert.

Alle **Leistungsnachweise** werden so ausgestellt, daß sie auch für das ECT-System (European Credit Transfer) verwendbar sind.

Literaturempfehlungen

Die für das Seminar geeignete Literatur ist zum Teil im Handapparat, zum Teil im allgemeinen Bestand der Bibliothek für Publizistik verfügbar. Soweit es für die Erarbeitung der Kurzreferate und der Hausarbeiten darauf ankommt, die jeweiligen Grundfragen des Themas herauszuarbeiten, kann auch ältere Literatur verwendet werden, wenn die jeweiligen neueren Auflagen gerade nicht verfügbar sind.

Achtung: Recherchen bei einzelnen Personen in den Redaktionen oder Rundfunksendern dürfen nur nach Abstimmung und vorheriger Freigabe des Seminarleiters erfolgen. Viel wichtiger ist die vollständige Verarbeitung der verfügbaren und selbst recherchierter Quellen, auch im Internet.

Seminarrelevante Quellen sind (Die **ausführliche Literaturliste** befindet sich **im Handapparat**):

ALM (Hrsg.): Jahrbuch der Landesmedienanstalten 2003. Privater Rundfunk in Deutschland. München 2003

Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegesellschaften: MEDIA PERSPEKTIVEN - Daten zur Mediensituation in Deutschland - Basisdaten 2003. Frankfurt 2003.

ARD/ZDF (Hrsg.): Was Sie über Rundfunk wissen sollten, Berlin 1997

Hans-Jürgen Becker/Walter Klingler/Christian Schröter (Hrsg.): Radiotrends, Formate, Konzepte, Analysen, Baden-Baden 1995

Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland 1998, Medienbericht 1998, Bonn 1998

Bericht zur Lage des Fernsehens für den Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland, Gütersloh 1995

Frank Böckelmann: Hörfunk in Deutschland, Rahmenbedingungen und Wettbewerbssituation. (Hrsg. vom VPRT e.V.). Berlin 2001

Stephan Brünjes/Ulrich Wenger: Radio-Report, Programme – Profile – Perspektiven, TR- Verlagsunion GmbH, München 1998

Konrad Dussel: Deutsche Rundfunkgeschichte, UVK-Verl.-Ges., Konstanz 2004 E 4875b

Christoph Giehl: Der Wettbewerb zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten, Wirtschaftliche, verfassungsrechtliche und gesetzliche Rahmenbedingungen, Baden-Baden 1993

Klaus Goldhammer: Hörfunk und Werbung, Entwicklung und Perspektiven des Hörfunkmarktes Berlin-Brandenburg, Berlin 1998

Klaus Goldhammer/Axel Zerdick: Rundfunk Online, Entwicklung und Perspektiven des Internets für Hörfunk- und Fernsehanbieter, VISTAS Verlag, Berlin 2001

Jürgen Heinrich: Medienökonomie, Westdeutscher Verlag, Opladen 1994

Johannes Kors: Werbevermarktung und Programmvielfalt im Hörfunkmarkt Berlin-Brandenburg, MABB-Band 16, VISTAS Verlag, Berlin 2002 E5452

Hermann Meyn: Massenmedien in Deutschland, UVK-Verl.-Ges., Konstanz 2004

Christian Pricelius: Vier Wellen - ein Programm? Das Jugendradio Fritz, Antenne Brandenburg, r.s.2 und Energy im exemplarischen Programmstrukturvergleich, Löw & Vorderwühlbecke Verlag 1997

Lothar Wichert: Radioprofile in Berlin-Brandenburg: die privaten und zwei öffentlich-rechtliche Programme im Vergleich, Vistas, Berlin 2004

Bernd W. Wirtz: Neue Medien, Unternehmensstrategien und Wettbewerb im Medienmarkt, Eine wettbewerbstheoretische und -politische Analyse, Frankfurt/Main 1994

Und im Internet:

www.kress.de; www.rms.de; www.rundfunkonline.de; www.heise.de; www.media-perspektiven.de usw.

Checkliste für Hausarbeiten: <http://kommwiss.fu-berlin.de/corner/tips/checkliste.htm>

