

Innovation, Vielfalt oder Konvergenz ?

Kommunikationspolitik im dualen Rundfunksystem

Freie Universität Berlin
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Dozent: Prof. Dr. J. Tonnemacher
Referatsgruppe: Julian Heißler, Alexander Lauschke,
Alexander Meyer, Ida Svingen Mo, Frederik Klose-Gerlich,
Kirsten Gollatz
18/12/2006

Inhalt

- Privatfernsehen: Innovation, Vielfalt
 - Start und Entwicklung
- Konvergenz
 - Konvergenz-Hypothese
 - Konvergenz-Forschung
 - Langzeitentwicklungen im Vergleich
- Qualität
 - Definition Qualität
 - journalistische Qualität
 - Normen und Kriterien – die Qualitätsdebatte
 - Die Qualitäts- als Kulturfrage – Das Unterschichten – Null - Medium

2

Privatfernsehen

Meinungen

*„Wir dürfen nicht in Gefahren
hineintaumeln, die akuter und gefährlicher
sind als Kernenergie.“*

Helmut Schmidt zur Einführung des
Privatfernsehens, 1983

*„Bevor es das Fernsehen gab, sahen die
Menschen ins Feuer“*

François Truffaut

4

Privatfernsehen in Deutschland

□ Start

- Am 1.1.1984 startet der Sat 1-Vorläufer PKS in einem Keller in Ludwigshafen
- Am 2.1.1984 startet RTL Plus in einer Garage in Luxemburg

5

Entwicklung des privaten TVs

□ Privatfernsehen in Deutschland zunächst finanziell nicht erfolgreich

- 1985 erzielten Sat 1 und RTL zusammen 0,2% der deutschen Nettowerbeeinnahmen
- Stetiger Anstieg der Marktanteile bis Mitte der 90er
- RTL mit 18,9% Marktanteile 1993 erstmals Marktführer

6

Tutti Frutti



7

Karlchen



8

Stefan Raab



9

Hans Magnus Enzensberger, 1988

□ „Das Fernsehen wird primär als eine wohldefinierte Methode zur genussreichen Gehirnwäsche eingesetzt; es dient der Selbstmedikation. Wer es abschaffen möchte, sollte die Alternativen ins Augen fassen. Hier ist in erster Linie an den Drogenkonsum zu denken, von der Schlaftablette bis zum Koks, von Alkohol bis zum Betablocker, vom Tranquilizer bis zum Heroin. Fernsehen statt Chemie ist sicher die elegantere Lösung.“

10

Konvergenz

Verfassungsrechtliche Relevanz
und theoretische Grundlagen

Verfassungsrechtliche Relevanz

- Bestandsgarantie für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter basiert auf der Annahme, dass diese sich nicht den Marktgesetzen und dem Massengeschmack unterwerfen
- Bei einer Gestaltung des Programms, das sich nur am Markterfolg orientiert, resultiert somit ein Legitimitätsproblem für den ö.-r. Rundfunk

12

Konvergenztheorie - Grundlagen

■ Ökonomisches Ausgangsmodell

- Anbieter:
 - ö.-r. Anstalten und Medienunternehmen
- Ziele:
 - Grundversorgung/Werbeinnahmen bzw. Profit
- Mittel:
 - Fernsehprogramm
- Nachfrager:
 - Zuschauer
- Ziel:
 - Bedürfnisbefriedigung durch Fernsehkonsum
- Mittel:
 - Einheitsgebühr/Sehbeteiligung bzw. Sehbeteiligung

13

Konvergenztheorie I

■ Formen der Konvergenz

- Einseitige Anpassung der Ö.-R. an die Privaten
- Einseitige Anpassung der Privaten an die Ö.-R.
- Beiderseitige Annäherung

14

Konvergenztheorie II

■ Konvergenzhypothese nach Schatz (1993)

„Konvergenz ist demnach ein Prozess der Programmangleichung zwischen konkurrierenden Anbietern in Richtung auf ein optimal an den Zuschauerpräferenzen ausgerichtetes Programmprofil, wobei der Konvergenzdruck auf einen Anbieter um so höher ist, je weiter sein Programmprofil vom Medien der Zuschauerpräferenz entfernt ist.“

15

Probleme der Konvergenztheorie

- Es kann nicht von einer einzigen, allgemeingültigen Präferenzordnung ausgegangen werden
- Rational entscheidender, voll informierter Konsument muss in Frage gestellt werden (subjektiv rationale Entscheidungen)
- Eindimensionalität der Programmqualität ist ungenügend (getrennte Bewertung von Inhalt u. Qualität)

16

Theorie der Empirie I

- Unterschiedliche Ergebnisse zur Konvergenz durch...
 - Definitionseffekte
 - Designeffekte
 - Darstellungseffekte

17

Theorie der Empirie II

- Mögliche Untersuchungsgegenstände:
 - Varianz der Spartenanteile an der Gesamtsendezeit
 - „Vielfalt“ des Programms
 - Themenstruktur einzelner Sendungen
 - Verteilung von Akteursrollen
 - Präsentationsformen
 - Dramaturgie
 - Gestaltungsmerkmale
 - Ausstattung

18

Konvergenz-Hypothese

- Konvergenz = Annäherung, Übereinstimmung
- „Imitation statt Innovation“
- Anfang der 90er Jahre mit wachsender Konkurrenz zwischen öf und privatem TV
- Orientierung an höchsten Zuschauerquoten
- Annäherung der Programmqualität beider Systeme
 - „nach unten“
 - „nach oben“
 - beiderseitig

19

Konvergenz

Beispiele

Konvergenz-Forschung

- Wissenschaftliche Kontroverse
- Ausgangspunkt: jeweils einseitig gerichtete Konvergenz
 - *Merten*: langfristige Programmankündigungen in der HörZu
→ Auftraggeber: Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT)
 - *Krüger*: jährliche Programmanalyse
→ Auftraggeber: ARD/ ZDF - Medienkommission

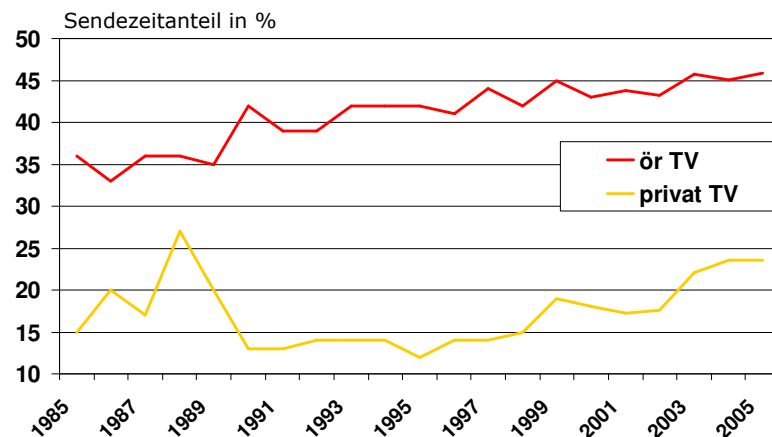
21

Ergebnisse

- Merten: Einseitige Anpassung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an die Privaten
- Krüger: Ablehnung der Annahme
- Deutlich unterschiedliche Programmstrukturen zwischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk und den Privaten
- Problematisch: kommunikationspolitische Motive bei der Auswertung der Studien

22

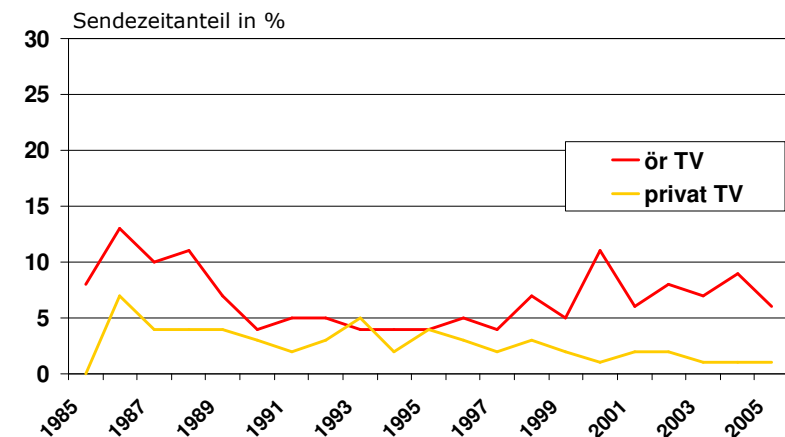
Langzeitentwicklung - Information



Quellen: Krüger: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985 - 1990 u. 1991 - 2000
MediaPerspektiven 4/2006, S. 203

23

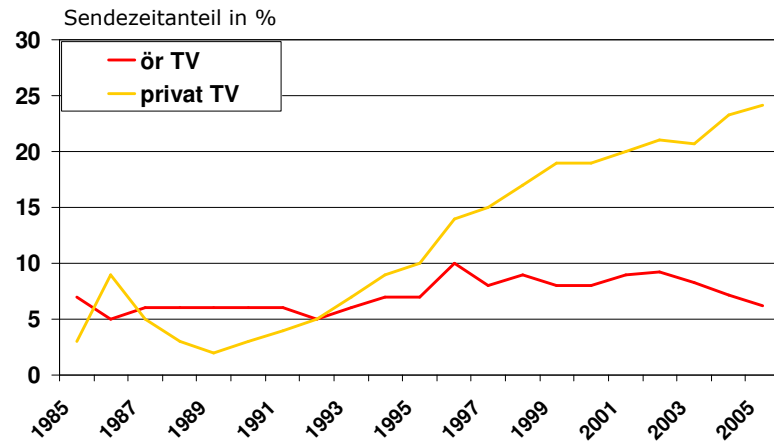
Langzeitentwicklung - Sport



Quellen: Krüger: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985 - 1990 u. 1991 - 2000
MediaPerspektiven 4/2006, S. 203

24

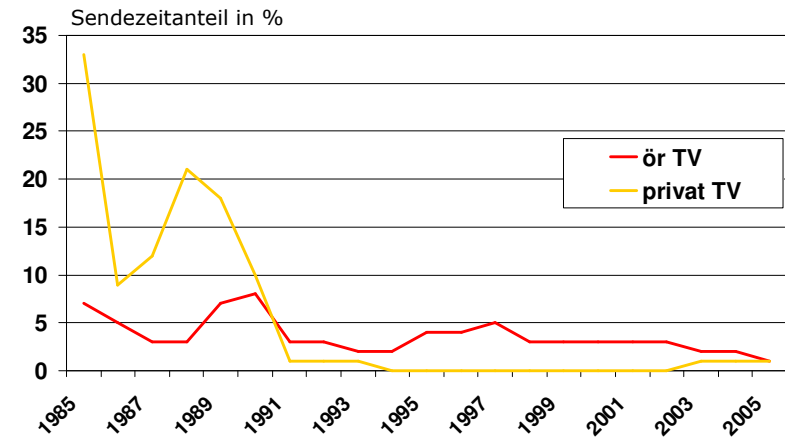
Langzeitentwicklung - nonfiktionale Unterhaltung



Quellen: Krüger: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985 - 1990 u. 1991 - 2000
MediaPerspektiven 4/2006, S. 203

25

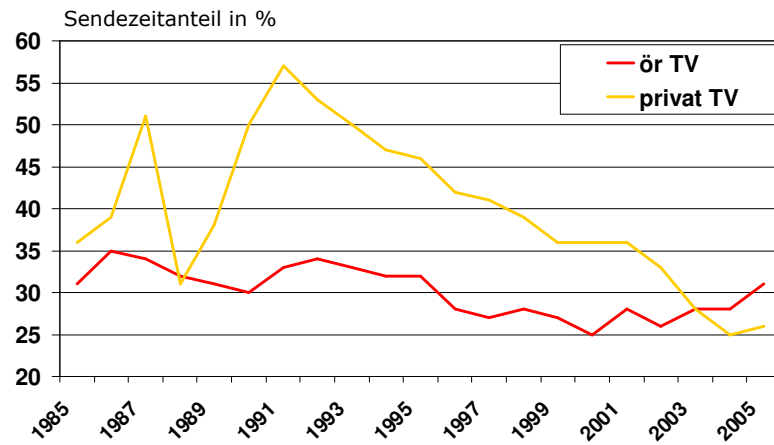
Langzeitentwicklung - Musik



Quellen: Krüger: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985 - 1990 u. 1991 - 2000
MediaPerspektiven 4/2006, S. 203

26

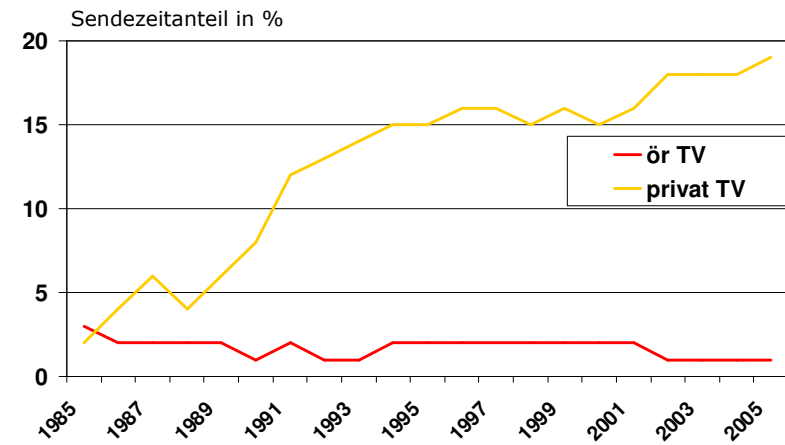
Langzeitentwicklung - Fiction



Quellen: Krüger: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985 - 1990 u. 1991 - 2000
MediaPerspektiven 4/2006, S. 203

27

Langzeitentwicklung - Werbung

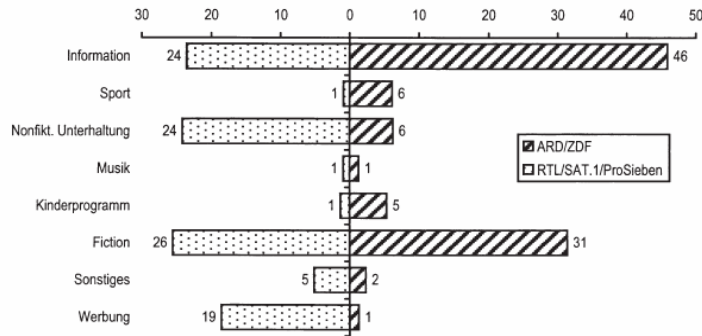


Quellen: Krüger: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985 - 1990 u. 1991 - 2000
MediaPerspektiven 4/2006, S. 203

28

Spartenprofil - aktuell

Abb. 1 Spartenprofil 2005: ARD/ZDF versus RTL/SAT.1/ProSieben
Sendezeitanteil in %

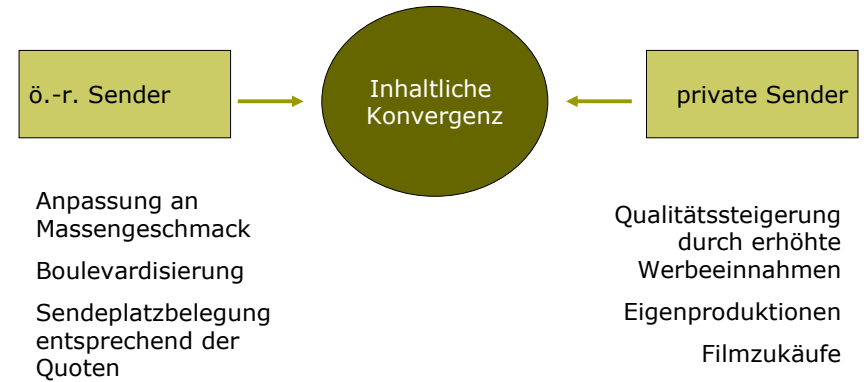


Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2005; 3.00-3.00 Uhr.
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.
MediaPerspektiven 4/2006, S. 202

29

Quintessenz

Konvergenzentwicklung in beide Richtungen



30

Inhaltsprofile der Sender

- Programmanalyse 2001: Inhaltsprofile des gesamten nonfiktionalen Angebots der Sender
- Die typischen Unterschiede zw. öffentlich-rechtlichen und privaten werden sichtbar
- ARD/ZDF: informationsorientiert
- RTL/SAT.1/ProSieben: nicht-politische Inhalte

31

Anteile der Sender an den Inhaltskategorien

Sendezeitanteil in %

Inhalte	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben	Gesamt
Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte	48,7	38,0	6,4	3,2	3,8	100
Gesellschaft/Justiz	13,9	47,9	8,0	27,6	2,6	100
Kultur/Wissenschaft/Technik	30,9	43,6	5,7	5,3	14,5	100
Partnerschaft/Erotik	5,2	2,6	27,7	33,1	31,5	100
Katastrophen/Unglücke	9,7	8,7	54,8	6,7	20,1	100
Kriminalität	8,3	15,1	31,6	12,7	32,3	100
Komik/Spaß	11,8	5,0	11,9	27,4	43,9	100
Spiele	18,5	64,4	1,4	1,2	14,4	100
Mischform Politik/Nicht-Politik 1)	38,3	39,8	11,3	7,8	2,7	100
Mischform Nicht-Politik/Sonstiges	8,7	13,6	16,2	52,7	8,8	100
Sonstiges Programm (Fiction/Trailer/Werbung)	14,0	14,2	22,4	22,1	27,3	100

1 Nachrichtensendungen, Nachrichtenmagazine, ARD/ZDF-Morgenmagazin
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln

32

Fazit

- ARD/ZDF
 - Angebotsschwerpunkt auf den informationsorientierten Inhalte
 - Dominanz der Nachrichtenangebote und Morgenmagazine
 - Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte, Kultur, Tier, Natur, Freizeit und Sport
- RTL/SAT.1/ProSieben
 - Angebotsschwerpunkte auf nicht-politische Inhalte
 - Privates Alltagsleben, Erotik, Partnerschaft, Human Interest, Prominenz, Kurioses, Katastrophen und Kriminalität
- Fazit Krüger: Eher die Unterschiede als die Gemeinsamkeiten dominieren

33

Qualität

Qualität im deutschen Fernsehen

1. Definition Qualität
2. journalistische Qualität
3. Normen und Kriterien – die Qualitätsdebatte
4. Die Qualitäts- als Kulturfrage – Das Unterschichten – Null - Medium

35

2. Journalistische Qualität

- „Qualität ist, was sich verkauft.“ (R. Schulze)
- „Es gibt vielfältige Ansatzpunkte für publizistische Qualitätskontrolle und Qualitätssicherung.“ (W. Teichert)
- „Kriterien für publizistische Qualität zu finden, ähnelt einem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln.“ (Bader)
- „Publizistische Qualität definiert sich auf mehreren Ebenen.“ (Haaf)
- „Beurteilung pub. Qualität ist ein kooperativer Prozess.“ (Biere)
- „Wie wohl bei allen Dienstleistungen verweigerst sich auch beim Journalismus das Urteil über Qualität einem objektivierbaren Maßstab.“ (Korbmann)
- „Den einen Qualitätsmaßstab gibt es nicht.“ (Ruß-Mohl)

(Bammé, Arno; Ernst Kotzmann und Hasso Reschenberg: Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung, Profil Verlag GmbH München, Wien 1993)

36

Winfried Göpfert: Publizistische Qualität: Ein Kriterien-Katalog

1. Definition

- „Ein publizistisches Produkt zeichnet sich durch eine besonders hohe Qualität aus, wenn es das vorgegebene Kommunikationsziel in möglichst kurzer Zeit bei möglichst vielen Rezipienten erreicht, wenn die Rezeption mit Spaß verbunden ist und wenn der im Sinne des Kommunikationszieles erwünschte Effekt möglichst lang anhaltend ist.“

37

Winfried Göpfert: Publizistische Qualität: Ein Kriterien-Katalog

2. Einzelkriterien

- zielgerichtetes Kommunikationsdesign und angemessene Form
- Sprache
- Verständlichkeit
- Aktualität, Betroffenheit
- Motivation
- Sinnlichkeit
- Nutzwert
- Gebrauchswert
- Unterhaltungswert
- Ästhetik
- Ethik
- Mediengerechtes Kommunikationsdesign

38

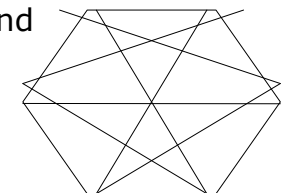
Saxer/ Kull 1981

Normeneinsatz	Qualitätsarten
1. Gesetzliche Kontrollinstanz	Inhaltliche Rahmenqualitäten von gesamtgesellschaftlicher Relevanz
2. Management	handwerkliche Qualitäten, Sendungsmache
3. Interessenorganisation	inhaltliche Qualitäten im Rahmen von Einzelinteressen
4. Experten	inhaltliche Qualitäten im Rahmen des Sachverständes
5. Publikum	erwartete Rezeptionsqualitäten
6. journ. Kollegengruppe	Qualitäten der Berufskultur

39

Saxer/ Kull 1981: Journalistische Normenkonstellation

- R1 Formale Bearbeitung/ Gestalterische Forderungen
- R2 Thematische Bearbeitung/ Publ. Relevanz
- R3 Intention/ Institutionelle Normen
- R4 Programmierung/ Forderungen der Programmpolitik
- R5 Inhaltswahl/ Aktualität und Universalität
- R6 Funktion/ Publikumserwartungen



40

3. Normen und Kriterien – die Qualitätsdebatte

1. Qualität = Quote (Qualität = Aufmerksamkeit)
2. Qualität kostet!
3. Qualität ist relativ!
4. Explosion von Programmquantität = Verbesserung der Programmqualität
5. Der Zuschauer entscheidet über Qualität.
6. Qualität ist, was gefällt!
7. Qualität im TV muss je nach Funktion, Intention und Wirkung des Programms neu bzw. unterschiedlich bestimmt werden!
8. Der Zweck – die Rendite – heiligt alle Mittel.

41

3. Normen und Kriterien – die Qualitätsdebatte

- „*Programm-Qualität ist die Summe der Qualitäten der einzelnen Sendungen, die sich wiederum aus der Summe vieler einzelner Qualitäts-Komponenten zusammensetzt,*
- *die vom Zuschauer sowohl als Ganzes („Das war ja ein toller Film“)*
- *als auch in ihren Einzelteilen („Die Geschichte war ja nicht so toll, aber XY hat toll gespielt“) wahrgenommen wird.*
- *Wer die Qualität erhöhen will, muss investieren: Ins Programm und in die Ausbildung, sowohl der Produzenten als auch der Konsumenten.“*
(Dieter Kosslick)

42

Versuche der Festlegung von Kriterien

- A nach *Schatz* und *Schulz*: Vielfalt, Professionalität, Rechtmäßigkeit, Akzeptanz, Relevanz
 - B Schwedische Forschergruppe: descriptive quality, sender use quality, receiver use quality and professional quality
 - C *Robert Albers*: evaluative framework
1. die handwerkliche Professionalität der Produktion (craft skills, production value)
 2. die inhaltliche/ sachliche Relevanz (significance, social relevance, authenticity, non-trivial meatiness)
 3. die künstlerische Gestaltung (artistry, creativity, presentation, expressive richness)
 4. Publikumswirksamkeit (approach to the viewer, holding the viewer)
 5. die ökonomische Rentabilität (business, commercial success)
 6. Vielfalt (diversity, pluralism) der Inhalte Stile, Adressaten, etc.

43

Politischer Einfluss auf Qualität...

- ...erklärt sich aus Staatsverträgen: Programmautonomie, Rundfunkfreiheit und Staatsferne
- Wenige Einflussmöglichkeiten:*
- Geschmacksgrenzen und rechtliche Grenzen als Kriterium für Qualität
 - moralische und ethische Fragen: Jugendschutz, Sozialverträglichkeit, Gewalt, Sexualität, Standard des Kinderfernsehens, journalistischer Kodex
 - Landesmedienanstalten leider nur mit Einfluss auf Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen (+ für öff.-rechtl. Selbstkontrolle und Aufsichtsinstrumentarium)
 - Beratungsangebote an Private im Vorfeld der Ausstrahlung → qualitätssichernde Fkt.
- Norbert Schneider: *„Auch peinliche Entgleisungen setzen die Rundfunkfreiheit nicht außer Kraft. Es ist schade, wenn Programme schlecht sind. Schade, aber nicht strafbar. Wie müssen auch das Ungenießbare ertragen können. Rundfunkfreiheit ist nicht die Freiheit derer, die sich gerne öffentlich aufregen, so frei zu sein, worüber sie sich gern öffentlich aufregen, anschließend zu verbieten.“*

44

Privater Rundfunk

- Notwendigkeit der Privaten zur Refinanzierung
→ deswegen Quote als Qualitätsargument zulässig
- Entwicklungen im dualen Rundfunksystem zwingen förmlich zu der These:
- *„Die Quote ist die Qualität“* (Norbert Schneider)
→ im Umkehrschluss leiden vermeintliche Qualitätsprogramme an der Spannung von Quote und Qualität
- Aber Öff.-Recht. müssen wirtschaftlicher agieren, Private mehr kulturelle Verantwortung übernehmen!

45

4. Die Qualitäts- als Kulturfrage

Nikolaus von Festenberg begrüsst die Banalisierung des Fernsehens:

- *„Statt sich zu mokieren, ist es Zeit zu begreifen, dass im Fernsehen eine Umwertung aller Werte in nietzscheanischen Ausmaßen stattfindet: Das Triviale enpuppt sich als die genialste und zugleich stabilste Kreation des modernen Fernsehens. Es mag kritischen Geistern mit der Massenkultur-Verachtungs-Erziehung durch Horkheimer und Adorno nicht passen, aber der Wille zu Tracht, zu Bergdoktor und Guldenburg, Moik und Motzki, guten Zeiten und keineswegs schlechten Quoten, prägt das Fernsehen und drückt alles andere [...] an die Wand.“*

46

Hans Magnus Enzensberger (1988, Spiegel, Heft 20):

- *„Fernsehen verblödet: Auf diese schlichte These laufen so gut wie alle landläufigen Medientheorien hinaus...“*
- *„Die Industrie ... weiß sich mit der entscheidenden gesellschaftlichen Figur in diesem Spiel einverstanden: mit der des „Fernsehteilnehmers“. Dieser, keineswegs willenlos, steuert energisch einen Zustand an, den man nur als Programmlosigkeit bezeichnen kann. Um diesem Ziel näherzukommen, benutzt er virtuos alle verfügbaren Knöpfe seiner Fernbedienung.“*
- *„Neu an den Neuen Medien ist die Tatsache, dass sie auf Programme nicht mehr angewiesen sind. Zu ihrer wahren Bestimmung kommen sie in dem Maß, in dem sie sich dem Zustand des Nullmediums nähern.“*
- *„In der Nullstellung liegt also nicht die Schwäche, sondern die Stärke des Fernsehens. Sie macht seinen Gebrauchswert aus. Man schaltet das Gerät ein, um abzuschalten.“*

47

Bibliographie

- Bammé, Arno, Ernst Kotzmann und Hasso Reschenberg (Hg.): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung, Profil Verlag GmbH München, Wien 1993
- Bolik, Sybille/ Helmut Schanze (Hg.): Qualitätsfernsehen – Fernsehqualitäten, Arbeitshefte Bildschirmmedien, DFG-Sonderforschungsbereich 240: Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien, 1997
- Clevé, Prof. Bastian und Prof. Dr. Norbert P. Flechsig (Hg.): Sinnfragen, Ethik und Moral. Die Chance zum Guten. Strategien der Qualitätserzielung in Film- und Fernsehproduktionen, Seminar 28./29. November 1997, Schriften zur Film-, Fernseh- und Multimediaproduktion, Verlag für Berlin und Brandenburg, Potsdam 1999
- Glotze Peter (Hg.): Baukasten einer Medientheorie. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. Hans Magnus Enzensberger, Verlag Reinhard Fischer, München 1997
- Kleinsteuber, Hans J.: Qualität Arbeit Pressevielfalt. Die zehn Krisen der deutschen Medien (6. März 2003 in Halle)
- Schriftenreihe Medienforschung der LfR, Bd. 37: Die Mühen der Ebene. Programmqualität als Anspruch und Aufgabe. Festschrift für Norbert Schneider zum 60. Geburtstag
- Wallisch, Gianluca: Journalistische Qualität. Definitionen Modelle Kritik, (Forschungsfeld Kommunikation, Hg: Walter Hömberg, Heinz Püer und Ulrich Saxer, Band 6), UVK Medien ölschläger Konstanz 1995

48