

Jürgen Wilke und Agata Funke: Massenkommunikation in Rheinland-Pfalz.- Frankfurt: Haag + Herchen 1987, 48 S., DM 9,80

Es kommt in Mode, für bestimmte Regionen Medienatlanten zu erarbeiten, um die einschlägigen Daten und Strukturen in Graphiken und Tabellen mit erläuterndem Text übersichtlich zu präsentieren. Für Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen, Hamburg und Berlin gibt es solche Werke der "Kommunikationsraumanalyse" schon. Nun versucht Rheinland-Pfalz Anschluß zu halten und schickt als Grundlegung eine deskriptive Studie voraus, die für 15 Medienbereiche von Tagespresse über Filmwesen und Neue Medien bis zu Außenwerbung die wichtigsten Zahlen und Merkmale nennt und behutsam interpretiert. Daran ist nicht viel zu rezensieren, zumal die Darstellung schlüssig und gut belegt erscheint (wenn auch leider kartographische Beigaben fehlen) und das nicht gerade reichliche Medienangebot des sechstgrößten Bundeslandes die Aufgabe erleichtert.

Es gibt dort nur fünf selbständige Tageszeitungen ohne wesentlichen Konkurrenzkampf - es waren einmal 13 -, und 28 der 36 kreisfreien Städte und Landkreise haben nur noch eine Lokalzeitung. Da muß das (hier noch nicht berücksichtigte) Vordringen der 'Rhein-Zeitung' in die Mainzer Domäne der 'Allgemeinen Zeitung' wie eine Erschütterung festgefügtter Strukturen, wie eine Attacke auf verbrieft geglaubte

Rechte wirken - der vorgesehene Medienatlas wird diesen Vorgang sicher analysieren. Zum Zeitschriftenmarkt steuert Rheinland-Pfalz 279 Titel (von 6486 bundesdeutschen) bei, doch stammt diese Zahl noch aus der Wiesbadener Pressestatistik von 1981. Auch die Zahlen zum unübersichtlichen Markt der Anzeigenblätter (69 von 780) sind mittlerweile fünf Jahre alt. Die von dort zu den Zeitungsverlagen nachweisbaren Querverbindungen werden angedeutet. Ausgesprochen dünn scheint der alternative Pressesektor zu sein: Mehr als fünf Blätter vermochten die Autoren nicht zu ermitteln, aber vielleicht führt auch hier die komplette Studie zu einer verlässlichen Aufstellung.

Auf gesichertem Grund stehen die Ausführungen zu Fernsehen und Hörfunk. Die in der Landeshauptstadt Mainz ansässige größte Fernsehanstalt Europas, das ZDF, der außerhalb von Rheinland-Pfalz stationierte Landessender SWF und die benachbarten Anbieter werden nach Aufbau, Programmleistung und Nutzung vorgestellt. Zum Film-, Ton- und Buchwesen gibt es mangels Stoff nur wenige Absätze. Das inzwischen abgeschlossene Kabelpilotprojekt Ludwigshafen dominiert im Abschnitt über Neue Medien, dem bald nicht mehr korrekte Zahlen über Video- und Bildschirmtext zu entnehmen sind. Auch die unruhige Entwicklung der neuen Radio- und TV-Sender müßte später modifiziert geschildert werden, so daß sie hier mit Recht nur kurz zur Sprache kommt.

Eine Formulierung im letzten Absatz der letzten Seite läßt vermuten, daß die Landesregierung diese Vorstudie angestoßen hat und an einem repräsentativen Kommunikationsatlas interessiert sein könnte. Ihre mediopolitischen Impulse zugunsten neuer Techniken und stärkerer regionaler Versorgung werden als "begreiflich" qualifiziert und die Schwierigkeiten auf diesem Weg zugleich angedeutet. Freilich kümmert sich das Mainzer Kabinett nicht sonderlich um einen 'eigenen' Medienatlas, so daß dessen Erstellung mit staatlicher Förderung höchst unsicher ist.

Das stärkungsbedürftige Medienpotential der Rheinland-Pfälzer (zumindest außerhalb Ludwigshafens und Mainz!) dokumentiert das Büchlein auch am eigenen Beispiel: Es wurde in Karlsruhe gedruckt und in Hessen verlegt; ein Verfasser ist der mittlerweile nach Eichstätt abgewanderte Mainzer Presseforscher Jürgen Wilke. Seiner Co-Autorin Agata Funke ist das Fundament des Projektes zu verdanken, denn sie machte 1984 ihren M.A. in Mainz mit der Arbeit 'Grundlegung zu einem Kommunikationsatlas des Landes Rheinland-Pfalz'. Es wäre bedauerlich, wenn an dieser Grundlegung nicht weitergebaut werden könnte. Und es läge sehr nahe: "So wie Mainz durch Gutenberg damals zu einem Synonym für Kommunikation wurde, so ist es heute wieder damit verknüpft. Die Mainzelmännchen, vielgeliebte Symbolfiguren moderner Trivialkultur, führen jene alte Tradition im Bewußtsein von heute fort" - so steht es in einer Imageanzeige der Landesbank Rheinland-Pfalz. Könnte dieses Institut nicht verpflichtet werden, sich aus der unzulässig kühnen Parallele mit einem ordentlichen Zuschuß freizukaufen?

Eckart Klaus Roloff