

Burkhardt Röper (Hrsg.): Wettbewerb im Medienbereich.- Berlin: Duncker und Humblodt 1987 (Schriften des Vereins für Socialpolitik. Neue Folge Bd. 162), 202 S., DM 74,-

Dem Verein für Socialpolitik geht der Ruf voraus, daß in ihm die angesehensten deutschsprachigen Wissenschaftler des jeweiligen Fachgebiets vertreten sind. Wenn der Verein eine Fachtagung durchführt und einen Berichtband vorlegt, dann wird diese Publikation meist zum 'Klassiker', zum unverzichtbaren Bestandteil von Forschung und Lehre in dem behandelten Themenbereich. Diese Einschätzung gilt in vollem Umfang auch für den Band 'Wettbewerb im Medienbereich', in dem die Ergebnisse einer Tagung zusammengefaßt sind, die von der Arbeitsgruppe Wettbewerb im Wirtschaftspolitischen Ausschuß des Vereins für Socialpolitik durchgeführt wurde. Die Qualität dieser Tagungen zeigt sich zum einen an den Referenten (z.B. Arnold, Zohlhüfer, Wieland, Rosse, Kantzenbach u.a.), zum anderen an den Diskussionspartnern (z.B. Hoppmann, Lenel, Pohmer, Schneider, Greiffenberg, von Weizsäcker u.a.). In beiderlei Hinsicht war diese Tagung hochrangig besetzt.

Zu den Inhalten: Das Thema 'Wettbewerb im Medienbereich' wurde auf Anregung von Kantzenbach gewählt, der als Vorsitzender der Monopolkommission bereits zwei Sondergutachten zu diesem Themenbereich vorgelegt hat. Der Verein für Socialpolitik beschränkte sich jedoch nicht auf die 'Neuen Medien', sondern analysierte auch Wettbewerbsprobleme im Pressewesen, im öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk in der Bundesrepublik sowie in den USA. Es entsteht deshalb an einigen Stellen - vor allem bei der Wiedergabe der Diskussionen nach den Referaten - der Eindruck, daß man sich ein etwas zu umfangreiches Themengebiet vorgenommen hat. Dies verhindert, daß wichtige Aspekte deutlich herausgearbeitet werden können. Es werden zwar viele Teilfragen angesprochen, aber nur selten vertieft behandelt. Eine Eingrenzung des Themas wäre sicher sinnvoll gewesen.

Der Band ist gegliedert in 1. Massenkommunikationstechnik (Arnold), 2. Ökonomische Möglichkeiten und Probleme (Zohlhüfer, Wieland), 3. Medienwettbewerb in den USA (Rosse/Stanford University), 4. Ordnungspolitische Fragen (Kantzenbach, Held) und 5. Medienwettbewerb in der Bundesrepublik (Berg, Lanzrath). Es würde den vorgegebenen Rahmen dieser Rezension sprengen, sämtliche Beiträge und die sich daran anschließenden Diskussionen kurz zu referieren. Die Beiträge von Zohlhüfer ('Zur Ökonomie des Pressewesens in der Bundesrepublik Deutschland') und Kantzenbach ('Die Vorschläge der Monopolkommission') werden deshalb exemplarisch herausgegriffen.

Zohlhöfer entwickelt zunächst in Anlehnung an die Vorgehensweise in der ökonomischen Wettbewerbstheorie die Leitbildvorstellung einer privatwirtschaftlich organisierten Presse. Aus dieser funktionalen Leitbildvorstellung leitet er ein Analyseraster ab, in dem zwischen publizistischen und ökonomischen Funktionen der Presse differenziert wird. Er fragt dann, wie die Pressekonzentration diese Funktionen des Wettbewerbs beeinflußt hat. Zohlhöfer kommt zu dem Ergebnis, daß die Pressekonzentration die Informations- und Meinungsvielfalt nicht ernsthaft in Frage gestellt hat. Er bezieht sich in seiner Argumentation dabei vor allem auf Sekundärstatistiken und Inhaltsanalysen (z.B. Knoche/Schütz 1969 und Noelle-Neumann 1968) aus den sechziger Jahren. Dies verdeutlicht eine Problematik des gesamten Bandes: Es wird an vielen Stellen analytisch klar und überzeugend formuliert, die Strukturierung des Untersuchungsgegenstandes ist beispielhaft, aber oft vermißt man den aktuellen empirischen Beleg.

Kantzenbach referiert und erläutert die bereits aus den Gutachten der Monopolkommission bekannten Thesen zur Organisation des Rundfunks und des Pressewesens. Er spricht sich dafür aus, den Preismechanismus als Ordnungsprinzip verstärkt zu berücksichtigen. Auch hier ein ähnliches Problem: Die Logik der Gedankenführung und ordnungspolitischen Fundierung läßt sich nicht kritisieren. Die Argumentation Kantzenbachs hat sich jedoch so weit von der empirischen Realität entfernt, daß eine medienpolitische Umsetzung kaum möglich erscheint. Trotz der aufgezeigten Mängel hat der Verein für Socialpolitik jedoch wieder einen Band vorgelegt, der die interdisziplinäre Diskussion um Wettbewerb im Medienbereich anregen wird.

Matthias Hensel