

PROJEKT MEDIENPLATZ
Eine Sammelrezension

Wolfgang Hoffmann-Riem (Hrsg.): Projekt Medienplatz Hamburg.- Baden-Baden, Hamburg: Nomos Verlagsgesellschaft 1987:

Wolfgang Hoffmann-Riem: Medienplatz Hamburg - Zusammenfassender Projektbericht.- 153 S., Preis nicht mitgeteilt

Raimar Richert, Eberhard Thiel, Manfred Weilepp: Strukturen der Medienwirtschaft in Hamburg.- 287 S., DM 39,-

Michael P. Ziethen: Förderung von Medienwirtschaft und Film in Hamburg.- 224 S., DM 37,-

Wolfgang Hoffmann-Riem, Michael P. Ziethen: Verhältnis von Staat und Medienwirtschaft in Hamburg.- 107 S., DM 24,-

Rolf Steinkopp: Synchronisation in Hamburg.- 131 S., DM 29,-

Peter Bargstedt, Ingrid Klenk: Musik zwischen Medien, Wirtschaft und Kultur.- 203 S., Preis nicht mitgeteilt

"Je mehr die Medienentwicklung dem ökonomischen Markt geöffnet wird, um so mehr wird Medienpolitik in der Realität zur Wirtschaftspolitik - (...) Rundfunkpolitik wird zur Zeit verstärkt in das Bündel wirtschaftspolitischer Ziele eingeordnet; eigenständige Ziele kann sie insoweit nur noch in dem Maße erfüllen, in dem der wirtschaftspolitische Spielraum dies zuläßt." Ein Beleg für diese Tendenz sei die offenbar allgemeine Annahme in den Bundesländern, daß mit den gegenwärtigen Umwälzungen im Medienbreich zukünftige Wirtschaftsstrukturen ganzer Regionen vorprogrammiert werden. Dieser Grundgedanke der Reihe 'Projekt Medienplatz Hamburg' rundet sich in der Schlußfolgerung ab, daß eine 'realitätsbezogene Medienforschung', eine 'auf Politikberatung ausgerichtete Medienwissenschaft' medienökonomisch informiert, wenn nicht gar orientiert sein müsse. Wenn dieser Gedanke zukunftsweisend ist, findet sich in der vorliegenden Reihe ein beispielhaftes erstes Werk in dieser Richtung. Es löst zugleich das explizit gegebene Versprechen ein, Vorarbeit für politische und wissenschaftliche Kritiker dieser Prämissen zu sein.

Im Stadtstaat Hamburg wird der Standortwettbewerb, der sich für alle Bundesländer aus der oben erwähnten Annahme ergibt, mit am deutlichsten gefördert und öffentlich diskutiert. Die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Landwirtschaft der Freien und Hansestadt Hamburg konnte als Auftraggeberin für diese Studie gewonnen werden. Die Untersuchung hat das Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen an der Universität Hamburg (HBI) angeregt und in interdisziplinärer Zusammenarbeit mit dem HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung Hamburg durchgeführt. Mit dem Ziel, eine Grundlage für politische Entscheidungen zu bilden, die die Standortvorteile der Stadt und der Region sichern sollen, wurde mittels sieben verschiedener Forschungsinstrumente (schriftliche Befragungen u. Telefonumfragen, über 90 Tiefeninterviews, Sekundärauswertungen vorliegender Statistiken u.a.m.) ein umfangreiches System von Informationen über den Ist-Bestand und die Struktur wichtiger Teile der Hamburger Medienwirtschaft erarbeitet. Die Besonderheiten und Probleme, die sich dabei ergaben und für die Interpretation der Daten von Wichtigkeit sind, werden sehr gut dokumentiert. Sie fließen allgemeinverständlich in die Darstellung der einzelnen Ergebnisse ein.

Band 2 der Reihe ist auf den Schwerpunkt ökonomische Strukturen konzentriert. Laut einer schriftlichen Befragung, die durch eine Telefonumfrage ergänzt wird, gibt es Ende 1984 in der Region Hamburg 2875 Medienunternehmen (84 % davon in der Stadt selbst), die fast 45.000 Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz bieten. Das Hauptgewicht liegt auf den Printmedien (45 % der Unternehmen / 61 % der Beschäftigten), gefolgt von der Werbe- und PR-Branche (25 % / 14 %) und audiovisuellen Medien (13 % / 14 %). In ähnlichem Verhältnis sind die drei Bereiche auch am Umsatz der Medienbranche beteiligt. Spricht es für Hamburg oder gegen die Geschäftsgewandheit, daß über 50 % der Gründe für die stetig gestiegenen Neuansiedlungen persönlicher Art sind, z.B. die Attraktivität der Region als Wohnort? Welche Bedeutung hat die Medienwirtschaft für den Arbeitsmarkt Hamburg? Was bedeutet der Standort Hamburg für die Medienwirtschaft? Welche Standortfaktoren spielen für die Medienwirtschaft eine bedeutende Rolle und wie schätzt sie die Ausprägung dieser Faktoren in der Region ein? Diese und viele weitere Fragen werden in dem hauptsächlich vom HWWA erstellten zweiten Band in ihrem Zusammenhang aufgezeigt und ebenso professionell wie verständlich beantwortet.

Band 3 und 4 sind ergänzenden Studien auf den Gebieten gewidmet, die für die Medienwirtschaft besondere Problemfelder darstellen. Wie werden verschiedene Maßnahmen der medienrelevanten Wirtschaftsförderung im Detail durchgeführt (Bürgschaften, Zuschüsse, öffentliche Aufträge etc.)? Welche speziellen Eigenheiten sind bei der Förderung von Medienunternehmen zu berücksichtigen? Wie schätzt die Medienwirtschaft ihren Förderungsbedarf ein, wie wird er in Hamburg befriedigt? Wie fügen sich die Antworten auf diese und vergleichbare Fragen unter dem Gesichtspunkt der Konkurrenz der Regionen zusammen? Der erste Abschnitt des dritten Bandes gibt darüber Auskunft. Im zweiten, etwas größeren Abschnitt wird dann speziell auf das Medium 'Kinofilm' eingegangen. Einem Abriß über die wirtschaftlichen Grundlagen des Films folgt eine Beschreibung der historischen Ent-

wicklung und der ideologischen Implikationen der Filmförderung. Dabei wird die bundesweite Förderung zum Vergleich für die Maßnahmen in Hamburg herangezogen. Letztere sind nach zwei Grundprinzipien strukturiert, die detailliert beschrieben werden: Die kulturelle Filmförderung setzt Akzente auf Vielfalt des Films, auf künstlerische Freiräume und nicht etwa auf Ausgewogenheit. Die wirtschaftliche Filmförderung zielt dagegen auf Publikumswirksamkeit und entsprechende Einnahmen, damit Arbeitsplätze gesichert sind und die hamburgische Filmwirtschaft gegenüber anderen Bundesländern wettbewerbsfähig bleibt.

Kritik an staatlicher Verwaltung ist eigentlich nichts Besonderes. Der Vorwurf mangelnder Kooperationsbereitschaft und der Behinderung eines wichtigen Wirtschaftsbereichs ist aber Grund genug, das Verhältnis von Staat und klagendem Wirtschaftszweig näher zu untersuchen. 66 % der befragten Unternehmen sehen dieses Verhältnis als wichtigen Standortfaktor an. Von diesen zwei Dritteln sind nur 19 % damit zufrieden. Kommen der gute Wille und der Sachverstand von Verwaltungsbediensteten bei der Beurteilung durch die Medienunternehmen noch sehr gut weg, so werden rechtliche und politische Bewegungsfreiheit, Bearbeitungsgeschwindigkeit und Transparenz der Verwaltung als sehr unbefriedigend eingestuft. Weitere Einzelheiten der Verwaltungsschelte werden im ersten Abschnitt von Band 4 aufgeschlüsselt, in dem auch die Gegenseite durch eine zusätzliche Umfrage zu Wort kommt, wobei viele Schwierigkeiten durch Defizite im eigenen Apparat sehr gut erklärt werden. Andererseits wird eine Zurückhaltung der Verwaltungsbediensteten gegenüber den Massenmedien verständlicher, wenn man weiß, daß sie sich durch letztere oft genug fehlerhaft und unfair behandelt sehen. - Wie die oben angedeutete Aufschlüsselung der Unzufriedenheiten erkennen läßt, ist ein Gutteil der Kritikpunkte in Zusammenhang mit der medienrechtlichen Rahmensetzung zu sehen. Diesem Thema ist der zweite Abschnitt des 4. Bandes gewidmet.

Übergreifende Analysen der Medienwirtschaft werfen 'nur' ein Netz über diesen Bereich, dem zwangsläufig viele Einzelheiten durch die Maschen gehen. Sie zeigen Strukturen auf und können dabei nur Aussagen über Merkmalsträger machen. So groß der Wert derartiger Erkenntnisse auch ist, der individuelle Sektor erscheint dabei notwendig etwas blaß. Das hier besprochene Projekt fängt diesen Informationsverlust in Teilbereichen auf, indem zu zwei für den untersuchten Raum sehr bedeutenden Zweigen der Medienwirtschaft Vertiefungsstudien durchgeführt werden.

Band 5 schildert auf der methodischen Basis von Beobachtungen des Produktionsablaufs, Expertengesprächen mit Synchronsprechern, Regisseuren und kaufmännischen Leitern sowie mit verschiedenen Kunden ein facettenreiches Bild der 'Synchronwirtschaft'. Ein historischer Abriß führt u.a. die Entwicklungsgeschichte dieses Sektors unter den Propagandabemühungen des Dritten Reiches und nachfolgend der britischen Besatzungsmacht vor Augen, die bis heute auf die Standortproblematik Hamburg nachwirkt. Filmproduktionen sind fast immer auf die tonmäßige Nachbearbeitung, besonders der Außenaufnahmen, durch ein Synchronstudio angewiesen. Das Hauptstandbein der

Synchronbetriebe ist die Eindeutschung ausländischer Spielfilme. Da der erste Kundenkreis zum zweiten in harter Konkurrenz steht, ist auch seine Beziehung zur Synchronwirtschaft nicht ausschließlich harmonisch. Ähnlich schillernde Wechselbeziehungen bestehen auch zur Fernseh- und Videoproduktion. So zeigt sich am Beispiel des einen Zweiges die Vernetzung verschiedener Mediensektoren untereinander. Die Verbindung der Medienwirtschaft mit dem sonstigen kulturellen Bereich wird exemplarisch daran verdeutlicht, wie die Synchronbetriebe ein großes Reservoir an Sprechern unter den Theaterschauspielern finden, die wiederum durch die Synchronisation eine zweite Erwerbsquelle haben. Zu diesem Thema werden auch die Ergebnisse einer schriftlichen Umfrage unter Synchronsprechern dargestellt.

Vernetzung in und zwischen Mediensektoren, Wirtschaft und Kultur - für den Laien schwer zu durchschauen - läßt sich ebenfalls sehr schön am Beispiel Musik durchleuchten, zumal in Hamburg als dem wirtschaftlichen Zentrum der Tonträgerindustrie. Diesem Thema ist der letzte Band der Reihe gewidmet. Das Besondere an diesem Projektteil: Ausgangspunkt ist nicht die Medienwirtschaft, sondern die Musikszene. Was bedeutet die Live-Musikszene mit mehr als 6200 Konzerten pro Jahr für die Stadt? Wie entwickeln sich die verschiedenen Veranstaltungsorte unter Bedingungen wie hohem technischem und finanziellem Aufwand für Live-Auftritte, behördlichen und steuerlichen Auflagen, Anpassungszwang an stetig wechselnde musikalische Trends? Wie gestaltet sich die Szene für Musiker hinsichtlich Übungs- und Auftrittsmöglichkeiten, Finanzierung und Weiterbildung? Darauf aufbauend werden die Verbindung zu den Medien, Zukunftsperspektiven der Szene und ein umfangreicher Katalog an Förderung durch Massenmedien und Hamburger Verwaltung beleuchtet.

Der erste Band enthält neben dem Protokoll des Projekts eine Zusammenfassung jedes weiteren Studienteils und die Darstellung der eingangs skizzierten Grundgedanken. Mit Blick auf diese wird hier ein besonderes Gewicht auf den 2. Band und die in der Art entsprechenden Forschungsergebnisse der weiteren Studien gelegt, wobei explizit kein Anspruch der Vollständigkeit erhoben wird. Wer die Bezüge des Wirtschaftsgefüges zu den herkömmlich mehr publizistikwissenschaftlichen Themen sucht, wer an speziellen Details der Musik-, Film-, Synchronwirtschaft und der rechtlich-staatlichen Situation interessiert ist, dem ist also die Lektüre der gesamten Reihe zu empfehlen.

Elmar Schlüter