

Ralf Hohlfeld, Philipp Müller, Annekathrin Richter, Franziska Zacher (Hg.): Crossmedia. Wer bleibt auf der Strecke? Beiträge aus Wissenschaft und Praxis

Münster: Lit 2010, (Passauer Schriften zur Kommunikationswissenschaft, Bd. 1), 352 S., ISBN 978-3-643-10557-8, € 29,90

„Oxymoronisch“, so klingt für Ralf Hohlfeld die Marke „Medientage Passau“, eine Mischung aus „Workshops, Vorträgen und Diskussionsrunden“, die im Jahr 2009 unter dem Titel „Crossmedia – Wer bleibt auf der Strecke“ firmierte und woraus dieser Sammelband erwachsen ist. Er bildet zugleich den Auftakt einer neuen Reihe, die den Namen „Passauer Schriften zur Kommunikationswissenschaft (PSK)“ trägt. Beim Sinnieren über das „Scharfdumme“ – so die wörtliche Übersetzung von Oxymoron – dieses Veranstaltungstitels stechen dem Rezensenten einige Parallelen zur eigenen Situation ins Auge: Geografische Randlage und damit verbundene weite Anfahrtswege sowie eine junge Fachtradition am Standort, haben wohl bislang davon abgehalten in der gespiegelten westlichen Dreiflüsstadt Trier (Mosel-Saar-Ruwer) ähnliches wie in Passau zu initiieren. Doch der Versuch lohnt, wie der vorliegende Band beweist.

Zum Thema Crossmedia oder auch Medienkonvergenz ist in den vergangenen Jahren viel publiziert worden. Vor allem im medienökonomischen Bereich finden sich zahlreiche Arbeiten und auch Internet-Suchmaschinen weisen zwischen zweieinhalb und drei Millionen Treffer zu diesem Stichwort aus.

Deshalb die berechtigte Frage: Wozu ‚noch‘ ein Sammelband zu diesem Thema? Geschickt vermeiden die Herausgeber in ihrem Aufriss eine Definition von Crossmedia vorzugeben. Dies eröffnet jeder Beiträgerin und jedem Beiträger die Möglichkeit eine eigene Eingrenzung des Begriffs vorzunehmen – meist auf Neuberger (2003) basierend „ein mediales Gesamtangebot, das über mehrere Medien verteilt ist, und dessen Teile durch eine gemeinsame Markenidentität miteinander verbunden sind“. Somit legt jede(r) Autor(in) selbstbestimmt fest, wohin der „Crossmedia-Zug rollt“ (S. 11), was den Band vielfältig und thematisch abwechslungsreich macht. Einzig die übergeordneten Fragestellungen der metaphorischen Crossmedia-Reise halten die Beiträge aus den Bereichen Ausbildung, Organisation und gesellschaftliche, wirtschaftliche und rechtliche Konsequenzen sowie einem Praktikerteil zusammen. Die Anspielung auf Riepl (1913) „Wer bleibt bei Crossmedia auf der Strecke?“ ist zentrales und sicherlich nicht nur für ein Fachpublikum spannendes und wahrscheinlich nicht abschließend zu beantwortendes Thema.

Der Band versammelt 22 Beiträge von ebenso vielen Autorinnen und Autoren, wobei es sich abgesehen von

Elfriede Fürsich, Gabriele Goderbauer-Marchner, Ralf Hohlfeld, Sonja Kretzschmar, Klaus Maier und Philipp Riehm (sein Beitrag findet sich im Praktikerteil) um Nachwuchswissenschaftler(innen) und neun Praktiker(innen) – Print, Rundfunk und Online sind dabei gleichermaßen vertreten – handelt. Eine gewisse bajuwarische Verortung (Eichstätt, München, Passau) ist bei der Auswahl nicht zu verleugnen. Die Grobgliederung des Bandes ist – wie der Untertitel schon aussagt – in einen Teil aus Beiträgen aus der Wissenschaft und einen kürzeren Praktikerteil (S. 228-346) untergliedert. Da im Rahmen einer 5.000 Zeichen umfassenden Rezension nicht jeder Aufsatz gewürdigt werden kann, dies übernimmt ja meist, und so auch hier, die Einführung im Band selbst (S.11-18), sollen an dieser Stelle exemplarisch einige Autor(inn)en und Themen des Sammelbandes aufgegriffen werden. Als klugen Schachzug bringt der Herausgeber seine eigene Antrittsvorlesung an der Uni Passau aus dem Jahr 2009 in den Band ein (S.20-36) und stellt Crossmedia als Herausforderung für publizistische Qualität und Innovation dar. Sonja Kretzschmar stellt Gewinner und Verlierer einer crossmedialen Ausbildung (S.37-53) gegenüber und Klaus Maier gibt einen internationalen Forschungsüberblick zum Arbeiten in crossmedialen Newsrooms (S.94-110). Ein besonderer Vorzug des Bandes sind die Studien von Cornelia Wolf (teilweise zusammen mit Ralf Hohlfeld) zum mobilen Internet in denen eine Redaktionsbefragung (2007 und

2009) zu Aktivitäten von deutschen Medienhäusern im Bereich mobilen Multimediadiensten (MMD) und eine vergleichende Inhaltsanalyse der Angebote im stationären und mobilen Angebot deutscher Zeitungen aus dem Jahr 2010 stehen (S.111-122 u. S.194-209).

Zwar wird Sammelbänden oftmals nachgesagt, sie seien ‚Massengräber‘ für Aufsätze, denen sonst nirgends Platz – z.B. in peer reviewed journals – eingeräumt wird und deshalb ‚vergebene Mühen‘, doch dieser Vorwurf muss entkräftet werden. Die Möglichkeit der Publikation in einem Sammelband enthebt viele kleinere Studien, studentische Projekte und Abschlussarbeiten sowie Beiträge von Praktikern dem Status der ‚grauen Literatur‘, die sonst ein Dasein in unveröffentlichten Berichten, Blogs oder anderen schlecht zitierfähigen Publikationsformen fristen müssten. Deshalb bleibt nur zu hoffen, dass die angefangene Reihe weiter wachsen wird, bestückt mit Beiträgen zukünftiger Veranstaltungen der „Medientage Passau“ oder ambitionierter hauseigener Abschlussarbeiten die sonst allenfalls eine kurze Erwähnung im „Aviso“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) finden würden. Mit dem vorliegenden ersten Band ist ein gelungener Auftakt geschaffen worden, der weitere thematisch spannende Titel der Schriftenreihe erwarten lässt.

Martin Krieg (Trier)