

**Nikolaus Schmitt-Walter: Online-Medien als funktionale Alternative?
Über die Konkurrenz zwischen den Mediengattungen**

München: Verlag Reinhard Fischer 2004 (Angewandte Medienforschung, Bd. 29), 240 S., ISBN 3-88927-350-5, € 20,-

Seitdem sich das Internet zu einem Massenphänomen entwickelt hat, wird darüber spekuliert, ob es den bereits länger etablierten Medien Print, Hörfunk und Fernsehen Schaden im Hinblick auf ihren Konsum und ihre Finanzierungsbasis zufügt. Dabei steht zumeist die These im Zentrum, der durchschnittliche Mensch verfüge über ein bestimmtes Zeitbudget, das er maximal in die Nutzung von Medien aller Art zu investieren bereit sei. Dementsprechend würde die mit dem Internet verbrachte Zeit entweder auf Kosten der Beschäftigung mit anderen Medien gehen oder insgesamt die Verweildauer bei den Medien erhöhen. Träfe dies zu, so würden sich wichtige gesellschaftspolitische und ökonomische Konsequenzen ergeben: Tageszeitungsverlage könnten ihren Auflagenschwund dem Internet anlasten, Fernsehsender müssten mittel- bis langfristig um ihre Existenz fürchten und die Bevölkerung würde sich aus strukturell anderen Quellen über das Zeitgeschehen informieren.

Doch so eindimensional kann die aktuelle Entwicklung keinesfalls gesehen werden, wie Nikolaus Schmitt-Walter mit seiner Münchener Dissertation belegt. Seine Arbeit fußt auf dem empirischen Datenmaterial der Langzeitstudie ‚Time-Budget‘, die das Meinungsforschungsinstitut Forsa seit 1999 regelmäßig im Auftrag von SevenOne Media, dem Werbezeitenvermarkter der ProSieben-SAT.1-Gruppe, durchführt. Die Daten wurden durch Telefon-Interviews (CATI) erhoben und stoßen deshalb – verglichen etwa mit den Daten der AGF/GfK-Fernsehforschung – in ihrer Aussagekraft und Interpretierbarkeit an gewisse Grenzen.

Wie sich aber herausstellt, geht die Internet-Nutzung bisher keinesfalls auf Kosten anderer Medien, sondern stellt eine natürliche Ergänzung der übrigen Angebote dar. Die ‚alten‘ Medien gehen deshalb mit ihrer Strategie der ‚Line Extension‘, also der Ausweitung und Ergänzung ihrer klassischen Angebote in der Online-Welt, bis auf weiteres den richtigen Weg; eine Substituierung dürfte hingegen ihre Existenzgrundlage gefährden.

Zugleich bestätigt sich die Beobachtung, dass gerade die Online-Intensivnutzer keineswegs Stubenhocker sind, sondern ein besonders aktives und vielseitiges Freizeitverhalten an den Tag legen – es handelt sich mithin genau um diejenigen Zielgruppen, die von der werbungstreibenden Wirtschaft besonders gesucht werden und vor allem über das Fernsehen nur schwer erreichbar sind. Doch diese Differenzierung dürfte bald schon obsolet werden, weil das Internet auch demografisch immer ‚normaler‘ wird: Es entwickelt sich vom Medium speziell der formal gebildeteren jüngeren Männer zu einer Selbstverständlichkeit für breite Bevölkerungsschichten.

Die Auswirkungen des Internets auf die Medienlandschaft lassen sich deshalb mit der hier vorgestellten Momentaufnahme nicht zuverlässig bestimmen. Die negative Entwicklung der Tageszeitungsauflagen ist dafür ein Beispiel: Ihre langjährigen Absatzeinbußen hängen zweifellos auch mit den schnelleren und leichter konsumierbaren elektronischen Medien zusammen, aber erst die Generationen, die von klein auf und ganz selbstverständlich mit einem großen Angebot an Radio, Fernsehen und Internet aufgewachsen sind, wenden sich dauerhaft von der Zeitung ab. Hinzu kommt, dass das Medium Internet, das zur Zeit noch weitgehend mit World Wide Web und E-Mail gleichgesetzt wird, auf dem Wege ist, auch in der Nutzerakzeptanz ein Universalmedium zu werden, über das man auch fernsehen, Zeitung lesen oder Radio hören kann; die in dem vorliegenden Band untersuchte funktionale Unterscheidung wird dann gegenstandslos.

Eric Karstens (Köln)

Hinweise

- | | |
|---|---|
| <p>Lehmann, Annette Jael: Kunst und Neue Medien. Themen, Tendenzen und Entwicklungen seit den Sechziger Jahren. Tübingen, Basel, Stuttgart 2004, 300 S., ISBN 3-8252-2588-7</p> | <p>Stocker, Gerfried, Christine Schöpf (Hg.): Ars Electronica. Timeshift - Die Welt in 25 Jahren. 25 Jahre Festival für Kunst, Technologie und Gesellschaft. Ostfildern-Ruit 2004, 448 S., ISBN 3-7757-1492-8</p> |
| <p>Leopoldseder, Hannes, Christine Schöpf (Hg.): CyberArts 2004. International Compendium Prix Electronica. Ostfildern-Ruit 2004, 325 S., ISBN 3-7757-1493-6</p> | <p>Thiedecke, Udo (Hg.): Soziologie des Cyberspace. Handbuch zu Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden 2004, 600 S., ISBN 3-531-14072-8</p> |
| <p>Quandt, Thorsten: Journalisten im Netz. Über die Arbeit in Online-Redaktionen. Handeln - Strukturen - Netze. Wiesbaden 2004, 550 S., ISBN 3-531-14210-0</p> | |