

## **Linda Herrmanns: Fernsehen ohne Grenzen. Der deutsche TV-Markt zwischen Qualität und Quote**

Marburg: Tectum Verlag 2007, 129 S., ISBN 978-3-8288-9220-0, € 24,90

Die kultur- und gesellschaftspolitische Verantwortung von Medienunternehmen sowie deren Vereinbarkeit mit medienökonomischen Zielen kennzeichnet eine Diskussion, die das Medium Fernsehen spätestens seit Einführung des dualen Rundfunksystems umspannt. Der vorliegende Band nimmt diese Debatte vor allem unter medienethischen Gesichtspunkten auf.

Entgegen der Forderungen Leschkes, auf welche sich die Autorin bezieht, die medienethische Diskussion aus der Umklammerung durch populäre Medien-Skandale zu lösen, fällt die Autorin auf diese zurück. So dienen *Big Brother* (2000), *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus* (2004) und Make-Over-Shows wie *The Swan* (2004) als Belegexemplare für die Relevanz einer ethischen Betrachtungsweise des Fernsehens. Trotz der Fokussierung auf die genannten Formate werden diese lediglich kurz skizziert; eine detaillierte Betrachtung der je spezifischen Inszenierungsweisen, die eine Möglichkeit zur Loslösung von jenen Skandalfällen bieten könnte, bleibt aus. Dies ist der zugrunde liegenden Unterteilung des Untersuchungsgegenstandes in Medienschaffende, Medieninstitutionen und Mediennutzer geschuldet.

Erweitert wird der Gegenstandsbereich in ökonomischer Hinsicht um die Einbeziehung des Stake-Holder-Management-Ansatzes als „erfolgsrational sinnvolles und zudem ethisch vernünftiges Konzept zur Herstellung qualitativ anspruchsvoller Medienprodukte“ (S.93). Herrmanns, die hier sowohl die Strukturbedingungen des Rundfunksystems als auch die Quotenmessung reflektiert, fordert daher, Medienethik als Teil einer Unternehmensethik zu betrachten, in welcher über soziale Verträglichkeit und gesellschaftlich verantwortbares Handeln reflektiert werden muss. Ein interessanter Ansatz, dessen Potenzial aufgrund der stark verkürzten Darstellung nicht voll ausgeschöpft wird.

Kathrin Lämmle (Mannheim)