

Kathrin Lämmle

Linda Herrmanns: Fernsehen ohne Grenzen. Der deutsche TV-Markt zwischen Qualität und Quote 2008

<https://doi.org/10.17192/ep2008.1.697>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lämmle, Kathrin: Linda Herrmanns: Fernsehen ohne Grenzen. Der deutsche TV-Markt zwischen Qualität und Quote. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 25 (2008), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2008.1.697>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

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)