

4. Die Medienlandschaft in Deutschland

In diesem Kapitel:

- *Was bedeutet der Begriff »Kommunikation«, was ist Massenkommunikation?*
- *Was ist eine One-to-many-Kommunikation, was ist eine Many-to-many-Kommunikation?*
- *Was sind Massenmedien und wie sind sie entstanden?*
- *Welche Arten von Massenmedien gibt es heute?*
- *Wie haben sich die Verbreitungswege der Massenmedien entwickelt?*
- *Welche Auswirkungen hat das Internet auf die klassischen Massenmedien?*
- *Wie setzt sich die deutsche Massenmedien-Landschaft in den Bereichen Print, Rundfunk und TV zusammen?*
- *In welche Gruppen lassen sich Printprodukte, das Radio und das Fernsehen einteilen?*

4.1 Massenmedien

Um zu verstehen, wie wir unser Bild optimal über die Medien der Öffentlichkeit präsentieren können, müssen wir uns zunächst einmal darüber klar werden, wie die Medienlandschaft in Deutschland beschaffen ist.

Einer der ersten Begriffe, die einem bei diesen Betrachtungen begegnen, ist der der Massenmedien. Immer wieder lesen wir über die »Bedeutung der Massenmedien« oder »Kritik an den Massenmedien«. Für viele sind die Massenmedien etwas Schlechtes und Gefährliches, und ein Blick in die Geschichte der Bundesrepublik in den 60er Jahren zeigt durchaus, dass die »Macht« der Massenmedien nicht immer positiv wahrgenommen wurde.¹⁵

¹⁵ Besonders die Auseinandersetzung der außerparlamentarischen Opposition der 60er Jahre mit der Springer Presse ist hier zu nennen. Infolge dieser Auseinandersetzungen kam es 1968 zu einem Anschlag auf den politischen Aktivist Rudi Dutschke, wofür viele die Bildzeitung verantwortlich machen wollen. (Vgl.: <http://www.medienarchiv68>.)

Doch lassen wir alle kritischen Bemerkungen erst mal beiseite und widmen uns der Bedeutung des eigentlichen Wortes. Was sind Massenmedien? Zur Erklärung dieses müssen wir uns zunächst mit einem weiteren Begriff beschäftigen, der Kommunikation.

Kommunikation im weitesten Sinne ist der Austausch und die Übertragung von Informationen. Dies kann auf vielerlei Art geschehen und es gibt zahlreiche Kommunikationsmodelle. Letztlich handelt es sich aber um die Übermittlung von Informationen durch Zeichen, Symbole, Sprache, Schrift, Bild oder einer Kombination daraus.

Diese Übertragung kann über längere Strecken geschehen und es können dazu technische Hilfsmittel eingesetzt werden (z.B. Sprechfunk).

Wir unterscheiden **intrapersonale Kommunikation** (Austausch innerhalb eines Individuums), **interpersonale Kommunikation** (Austausch zwischen mindestens zwei Individuen) und **mediengebundene Kommunikation** (Austausch zwischen einer kleinen Gruppe, wie z.B. der der Journalisten, und einer großen Gruppe, der der Rezipienten)

Gerade der Bereich der mediengebundenen Kommunikation hat sich in den vergangenen Jahren verändert, da hier der Leser über die Kommentarfunktion auf den Seiten der Redaktion nun nicht nur den Journalisten, sondern auch andere Leser erreichen kann. Die ehemaligen Rezipienten werden also immer mehr zu Sendern von Informationen.

Betrachten wir nun das Wort Massenmedien etwas genauer. Es setzt sich aus den Begriffen Masse und Medien zusammen. Der Begriff **»Masse bezeichnet in der Soziologie eine große Anzahl von Menschen, die konzentriert auf relativ engem Raum physisch miteinander kommunizieren und/oder als Kollektiv gemeinsam sozial handeln.«**¹⁶

de/dl/207996/3448.jpg.pdf) (03.02.2014). In den folgenden Jahren äußerten sich auch bekannte Autoren kritisch über die Springer Presse. Höhepunkt war der Roman »Die verlorene Ehre der Katharina Blum« von Literaturnobelpreisträger Heinrich Böll, dem er mit der Boulevardpresse abrechnet, was ihm den geballten Hass der Springer Blätter sicherte.

16 [http://de.wikipedia.org/wiki/Masse_\(Soziologie\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Masse_(Soziologie)) (03.02.2014)

Das Wort Medium kommt ursprünglich aus dem Lateinischen und bedeutet so viel wie „**das in der Mitte befindliche**“.

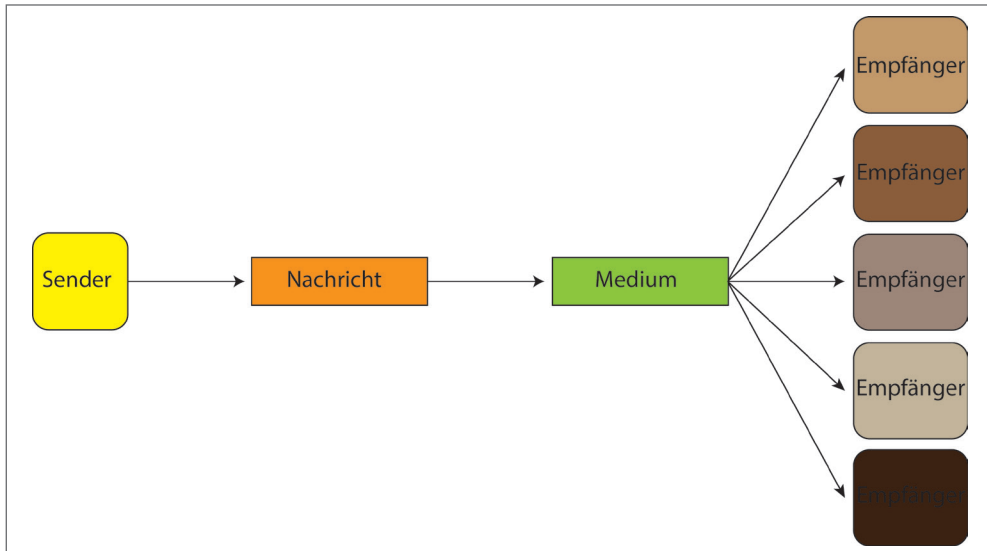


Abb. 5: One-to-many-Kommunikation - Grafik: Heiko Reckert

Es gibt zahlreiche Definitionen zum Begriff, denn das Wort wird in vielfältiger Weise eingesetzt. Ein Medium kennen wir als eine Person, die für uns Kontakt zu Geistern und Toten herstellen kann. Genauso wissen wir aber auch, dass Wasser das Medium ist, in dem wir uns beim Training fortbewegen. Für die Betrachtungen in diesem Buch sind beide Bedeutungen nicht zu gebrauchen. Wir betrachten das Medium als **ein Kommunikationsmittel beliebiger Art zwischen Sender und Empfänger**.

Letztlich kann man also sagen, dass Massenmedien die Kommunikation von vielen Menschen zu vielen anderen Menschen über verschiedene Kommunikationswege leisten.

Dennoch war Jahre lang in den wissenschaftlichen Betrachtungen das Massenmedium eine klassische **One-to-many-Kommunikation**.

Ein Sender transportierte einen bestimmten Inhalt durch ein Übertragungsmittel (z.B. eines Druckerzeugnisses) an die Empfänger. Diese hatten nicht die Möglichkeit, über dasselbe Medium eine Antwort an den Sender zu schicken, denn sie konnten selbst keine Zeitung drucken.

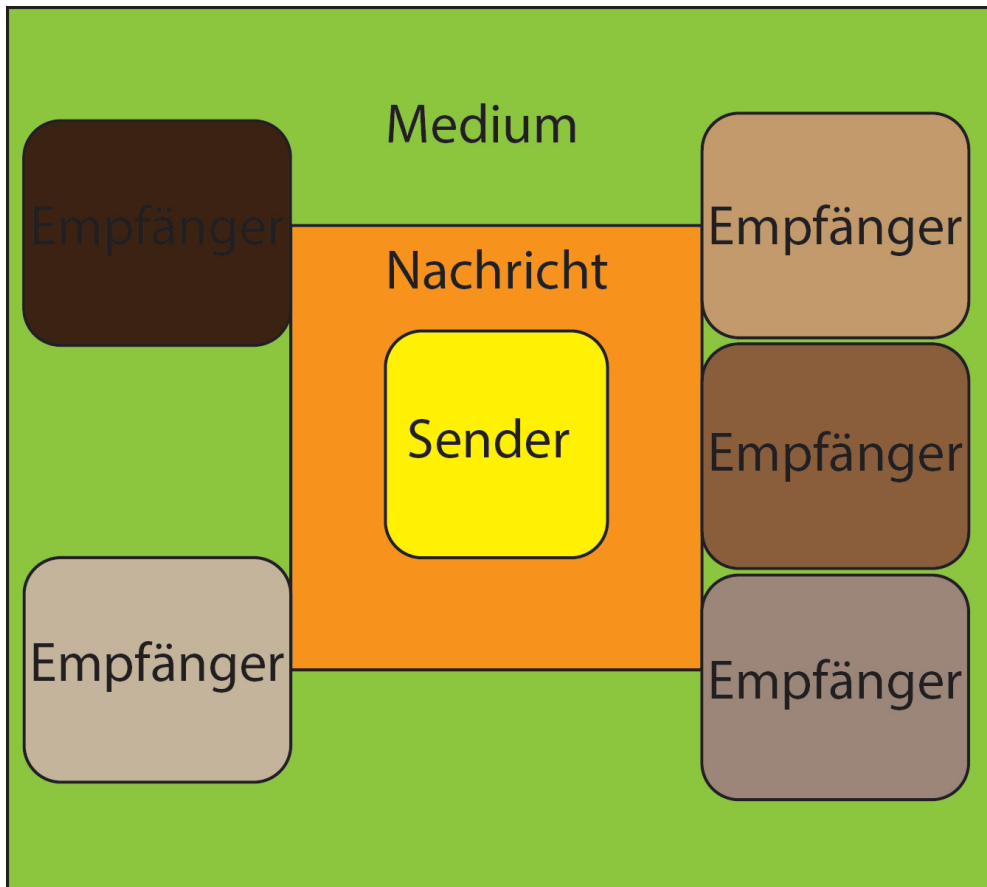


Abb. 6: Many-to-many-Kommunikation - Grafik: Heiko Reckert

Erst in jüngster Zeit wurde daraus eine **Many-to-many-Kommunikation**, wie wir sie heute kennen. Das heißt, nach wie vor erreicht ein Sender sehr viele Rezipienten. Durch die moderne Technik ist es jedoch möglich, dass diese Rezipienten nun ihrerseits durch eine Reaktion wieder sehr viele andere erreichen. Darüber hinaus kann technisch gesehen heute beinahe jeder selbst

zum Sender mit einem Massenpublikum als Empfänger werden. Blogs, Social Media Seiten und Webcasts bieten dazu vielfältige Möglichkeiten.

In vielen Fällen wird allerdings das System des eigentlichen Senders (z.B. dessen Facebookseite oder die Kommentarfunktion unter einem Onlinebericht) als Basis für die Many-to-many Kommunikation genutzt. Die Abbildung 4 soll dies verdeutlichen. Sie geht davon aus, dass jeder Empfänger theoretisch über das System des ursprünglichen Senders auch zum Sender wird, der jeden anderen Empfänger über diese Schnittstelle erreicht.

In Gablers Wirtschaftslexikon sind Massenmedien: „...technische Mittel zur Vermittlung von Informationen und Emotionen bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern an ein voneinander getrenntes Publikum.“¹⁷

Hier wird der Aspekt der Many-to-many-Kommunikation noch nicht weiter betrachtet.

Diese Definition macht aber auch klar, dass zu den Massenmedien auch alle nicht aktuellen Veröffentlichungen, mit einer mehr oder weniger großen Anzahl an Rezipienten zählt. So ist auch dieses Buch, selbst wenn die Auflage überschaubar ist, ein Massenmedium.

¹⁷ <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/massenmedien.html#definition>

4.2 Massenmedien im Wandel

Die klassischen Massenmedien in Deutschland waren in der Vergangenheit Print-Produkte, der Rundfunk und das Fernsehen. Seit einigen Jahren ist auch das Internet als Massenmedium hinzugekommen und mit ihm hat sich das klassische Verständnis von Sender und Empfänger wie oben beschrieben drastisch verändert.

Die Massenmedien in Deutschland haben sich in den vergangenen Jahren gewandelt und dieser Prozess wird uns auch noch geraume Zeit begleiten.

Während Zeitungen, das Radio und schließlich das Fernsehen zum Teil Jahrzehnte dafür benötigten, sich als Massenmedium durchzusetzen, schaffte das Internet dies in einem Bruchteil der Zeit.

Von der ersten Einführung des Fernsehens in Deutschland, im Jahre 1934 bis zur Massentauglichkeit in den sechziger und siebziger Jahren vergingen Jahrzehnte. Zwar existiert das Internet in seiner Urform auch schon seit 1969, die moderne grafische Oberfläche, das WWW, gibt es hingegen erst seit 1991.

Die massive Verbreitung des Internets ab den 90er Jahren hat die klassischen Medien zu einem gewissen Teil überrumpelt. Insbesondere viele Zeitungen waren sich lange Zeit unsicher, wie sie der Konkurrenz aus dem Internet begegnen könnten.

Oder war das Internet gar keine Konkurrenz, sondern nur das Spielzeug einiger technikbegeisterter Spinner? Muss man auf jeden Zug aufspringen? Immerhin bekommt man auch das Internet nicht kostenlos, denn die Erstellung und vor allen Dingen die Pflege der Seiten, kostet Zeit und Geld und erfordert eine gewisse Übung bzw. eine Ausbildung in diesem Bereich. »Lohnt sich das?«, fragten sich damals anfangs viele Zeitungsherausgeber. Heute wissen wir, dass es sich auf jeden Fall lohnte und dass, wer damals nicht auf den Zug aufsprang, später dafür mit herben Umsatzeinbußen oder sogar mit der Pleite seiner Firma bezahlen musste.

Doch auch für den Rezipienten brachte das Internet tiefgreifende Veränderungen. Mit dem Internet ist es plötzlich möglich, vom Empfänger zum Sender zu werden und jeder Blogger, der seine Seite öffentlich ins Netz stellt, wird so zum kleinen Verleger, auch, wenn er seine Inhalte nur digital übermittelt.

Viele Zeitungen und Magazine haben auf diesen Wandel deutlich zu spät reagiert, was zu einem Teil sicherlich daran gelegen haben könnte, dass die dort beschäftigten Journalisten noch in einer anderen Zeit ihr Handwerk gelernt haben. Um aber zumindest noch am Kuchen des neuen Mediums teilhaben zu können und diese mediale Welt nicht anderen allein zu überlassen, übertrug und übertragen viele Zeitungen und Magazine auch heute noch ihr Produkt eins zu eins vom Papier ins Internet.

Aber das Internet ist schneller und kann mehr als herkömmliche Printprodukte und so müssen auch die Tageszeitungen und Magazine neue Wege der Verbreitung und neue Nischen in der Welt der Massenmedien finden. Einer der großen Heilsbringer aus Sicht der Verlage war schließlich vor einigen Jahren Apple mit seinem iPad und in der jüngsten Vergangenheit dann auch die Hersteller anderer Tablets und deren Verkaufsplattformen, also namentlich Google-Play.

Über solche Geräte und die damit verbundenen Shops lassen sich analoge Inhalte digital vermarkten. Gerade für das iPad muss eine Digitalausgabe der Zeitung aber mehr bieten, als nur eine 1:1 Übertragung der Printinhalte auf das Tablet. Dies haben inzwischen viele Anbieter verstanden. Das führt dazu, dass

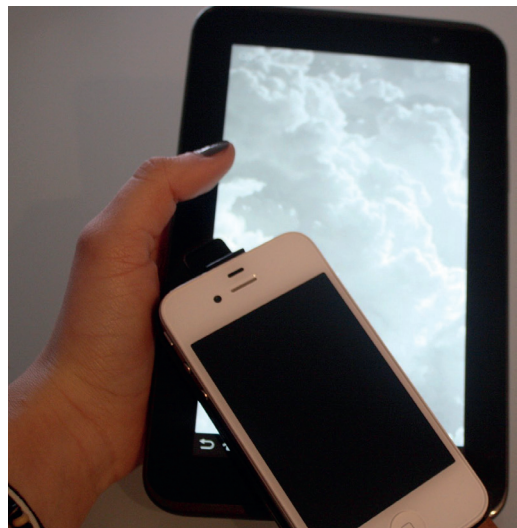


Abb. 7: Tablett und Telefon, die neue Art, Zeitung zu lesen?

Foto: Cristine Lietz / pixelio.de

Tablett-Zeitungen ein bisschen so sind, wie wir es von den Zeitungen der Harry Potter Romane kennen. Die Bilder bewegen sich, denn statt eines einfachen Fotos können wir oft auch Videos zum Beitrag betrachten. Interviews werden dann nicht nur gedruckt, sondern auch als Filme auf das Tablett übertragen. Aus simplen Grafiken werden dann nach dem Anklicken interaktive Illustrationen.

Diese Technisierung der Medien durch die Möglichkeiten des Internets und neuer Geräte hat dazu geführt, dass wir auch mit Journalisten in unserer täglichen Arbeit anders umgehen müssen. So war ich vor einigen Jahren bei einem Interview anwesend, das eine freie Mitarbeiterin eines lokalen Radiosenders in NRW mit dem Leiter einer Breitensportveranstaltung führte. Neben einem entsprechenden O-Ton, also einem Interview mit dem Veranstaltungsleiter und mit einigen Teilnehmern, benötigte die junge Frau auch Digitalfotos für das Internetangebot des Radiosenders. Andersherum veröffentlichten inzwischen einige Zeitungen bereits Videos oder Tondokumente rund um die gedruckte Nachricht. Mit dem Internet verwachsen also diese klassischen Medien immer mehr zu einem, auch dann, wenn kein iPad im Spiel ist.

Diese Entwicklung macht zweifellos einigen Menschen Angst, denn noch ist völlig unklar, wohin dies führen wird. Wenn also im nachfolgenden eine Unterteilung der Massenmedien vorgenommen wird, so handelt es sich dabei, anders als noch vor wenigen Jahren, nicht um eine strikte Trennung mit einer klaren Abgrenzung. Vielmehr verschmelzen die einzelnen Massenmedien immer mehr zu einem allumfassenden Informationsmedium.

Heute finden wir TV Sender, die ihren Weg auf das Tablett gefunden haben und neben den Videos auch Text veröffentlichen (ARD Tagesschau / ZDF-heute). Es gibt aber auch Zeitungen und Zeitschriften, die Filmbeiträge als Ergänzung zur gedruckten Fassung bereithalten (Time-Magazin / Der Spiegel / Stern).

Diese Entwicklung erwartet von den Journalisten jedoch, dass sie vom einfachen Schreiber zum multimedialen Regisseur werden. Dies sind steigende