DGPuK-Fachgruppe Medienökonomie

Bericht über die Tagung „Methodische Zugänge zur Erforschung von Medienstrukturen, Medienorganisationen und Medienstrategien“

Am 16. und 17. Oktober 2015 fand die Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie in der DGPuK statt, dieses Mal gemeinsam mit dem Netzwerk Medienstrukturen. Ort der Veranstaltung war das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Die verantwortlichen Veranstalter waren Samuel Studer (Netzwerk Medienstrukturen/Universität Zürich), Prof. Dr. Manuel Puppis (Netzwerk Medienstrukturen/Universität Fribourg) und Prof. Dr. Bjørn von Rimscha (Fachgruppe Medienökonomie/Johannes Gutenberg-Universität Mainz).

Samuel Studer

Netzwerk Medienstrukturen
Universität Zürich
E-Mail: s.studer@ipmz.uzh.ch

Prof. Dr. Manuel Puppis

Netzwerk Medienstrukturen
Universität Fribourg
E-Mail: manuel.puppis@unifr.ch

Prof. Dr. Bjørn von Rimscha

Fachgruppe Medienökonomie
Johannes Gutenberg-Universität Mainz
E-Mail: b.vonrimscha@uni-mainz.de

Schlüsselbegriffe: ???

Forschungsarbeiten in der Medienökonomie und im Medienmanagement, aber auch zu Medienstrukturen, stehen oft vor methodischen Herausforderungen. Es scheint gleichzeitig einen Überfluss und einen Mangel an Daten zu geben. Nutzerzahlen, ob fürs Kino, den Rundfunk oder die Presse, werden detailliert erfasst: Medienorganisationen haben ein klares Interesse daran, ihre Nutzung für die Werbewirtschaft nachweisen zu können. Allerdings sind diese Daten für die Wissenschaft nicht immer zugänglich und in der Mediaforschung wird die Mediawährung produziert, nicht unbedingt die tatsächliche Nutzung gemessen. Zudem begegnen Medienunternehmen der Erforschung anderer Themen – beispielsweise Unternehmensstrategien oder Medienkonzentration – mit wenig Enthusiasmus. Umsatzbeiträge oder detaillierte Angaben zu Gewinnen gelten als Geschäftsgeheimnisse. Im Kontext von Medienpolitik und -regulierung sind Rechtstexte und offizielle Dokumente der Analyse gut zugänglich; die Interessenkonstellationen im politischen Aushandlungsprozess sind dagegen oftmals schlecht dokumentiert. Langzeitanalysen stehen zudem oft vor dem Problem nicht vergleichbarer Daten: Sowohl Methodenbrüche (z. B. von Befragung zu elektronischer Messung) als auch neue Kategorisierungen (etwa von Presseerzeugnissen) erschweren oder verunmöglichen einen Vergleich über Zeit. Nationale Statistikämter oder die OECD stellen zwar in großem Umfang volkswirtschaftliche Kennzahlen zur Verfügung, doch die Marktabgrenzungen der Statistiker entsprechen häufig nicht denen der Kommunikationswissenschaft. Bei Ländervergleichen ergibt sich zusätzlich das Problem von unterschiedlichen Systematiken und Erhebungsmethoden.

Neben diesen Zugangs- und Quellenproblemen erscheint auch der Standard-Methodenkanon der Kommunikationswissenschaft manchmal nur bedingt geeignet für eine Erforschung von Medienstrukturen und Medienorganisationen bzw. den jeweiligen Steuerungsversuchen im Rahmen der Media Governance und des Medienmanagements. Für quantitativ arbeitende ForscherInnen stellt sich beispielsweise das Problem, dass selbst eine Vollerhebung aller Anbieter oder Akteure bei vielen Fragenstellungen eine Fallzahl ergibt, bei der sich viele statistische Verfahren eigentlich verbieten. Methoden, die sich für kleine Fallzahlen eignen (z. B. QCA), sind bislang wenig verbreitet. Qualitative Methoden wie Experteninterviews und Dokumentenanalysen werden zwar häufig verwendet, jedoch nur selten dokumentiert oder kritisch diskutiert. Methodenliteratur, die auf die Spezifika einer

Erforschung von Eliten in Medienorganisationen und -politik eingeht, ist rar. Auch vergleichende Studien sind oftmals methodisch unterkomplex.

Methoden der Datenerhebung und der -auswertung sind in der Literatur und in der Lehre vergleichsweise gut dokumentiert, eine Auseinandersetzung mit Forschungsdesigns findet dagegen weit seltener statt. Mehr und mehr werden Medienstrukturen, aber auch Medienorganisa-tionen und Medienmanagementkulturen international vergleichend untersucht. Dabei können einerseits inhaltliche Probleme auftreten, etwa wenn es um die Frage nach zulässigen Analogien geht, andererseits stellen sich aber auch forschungspraktische Probleme in der Zusammenarbeit in internationalen Forschungsteams. Hier fehlen bislang systematische Darstellungen der Probleme und Lösungsansätze.

Diese Analyse im Call for Paper war der Ausgangspunkt für die gemeinsame Tagung der Fachgruppe Medienökonomie in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) und des Netzwerks Medienstrukturen, die am 16. und 17. Oktober am IPMZ in Zürich stattfand. In acht Panels mit insgesamt 24 Vorträgen haben rund 80 TeilnehmerInnen aus beiden Gruppen sich Best-Practice-Beispiele weniger bekannter Methoden vorstellen lassen, über Designeffekte und Datenqualität sowie aktuelle methodische Herausforderungen in der Medienstrukturanalyse und der ländervergleichenden Forschung reflektiert und die Auswirkungen des Medienwandels auf etablierte methodische Zugänge diskutiert.

Die Tagung wurde gemeinsam von Samuel Studer, Manuel Puppis (für das Netzwerk Medienstrukturen) und Bjørn von Rimscha (für die Fachgruppe Medienökonomie) organsiert. Die Zusammenarbeit der beiden Gruppen führte dabei zu einer großen Breite in Bezug auf den jeweiligen Hintergrund der Teilnehmer. Anders als sonst häufig bei Tagungen mit Fokus auf den Methoden, war man eben nicht unter sich. Vielmehr trafen „Quanties“ und „Qualies“ aufeinander, ethnografische auf Marketing-Perspektiven, und Mikrofragestellungen auf Systemvergleiche. Zumindest wir als Veranstalter können sagen, dass wir diese Breite als bereichernd empfunden haben, da sie es erlaubt hat, Parallelen zu entdecken, wo man sie zunächst nicht vermutet. Etwa als Jörg Tropp einen qualitativen Zugang zu Strukturmodellen vorstellte oder als Pamela Pryzbylski mit ihren Kollegen beschrieben hat, dass man auch bei der Arbeit mit Sekundärdaten Probleme beim Feldzugang haben kann.

Der Mehrwert des Zusammengehens der FG Medienökonomie mit dem Netzwerk Medienstrukturen wurde insbesondere darin deutlich, wo eine der beiden Communities Ansätze nutzt, die in der anderen noch nicht etabliert sind. So haben etwa Samuel Studer und Edda Humprecht in ihrem Beitrag die Qualitative Comparative Analysis (QCA) als Methode zur Erklärung von Medienstrukturwandel vorgestellt. Die Methode hat ihren Ursprung in der Po-litikwissenschaft und findet in der Medienstrukturforschung zunehmend Anklang. Die zugrundeliegende Idee, bei kleinen Fallzahlen nicht nach Regressionen zu suchen, sondern nach hinreichenden und notwendigen Bedingungen, ist aber in der Medienökonomie ebenso vielversprechend, wie etwa die Dissertation von Loris Russi (2014) aufgezeigt hat. Und Leyla Dogruel referierte am Beispiel von Medienwahlentscheidungen über Experimente, die zwar in der Medienökonomieforschung vermehrt zum Einsatz kommen, in der Medienstrukturforschung aber kaum Beachtung finden.

Neben einem Plädoyer für den Einsatz von Methodentriangulationen zeigte der Beitrag von Maria Karidi und Michael Meyen, wie sehr Typologien auch an Fächergrenzen gebunden zu sein scheinen. Auch Steffen Kolb und Mathias Oertel stellten in ihrem Beitrag zum Einfluss der Presseförderung auf Medienkonzentration und Vielfalt die Frage, welche Typologien sich für vergleichende Forschung eignen. Wo der Kommunikationswissenschaftler bei Ländertypologien meist auf die Heuristik von Hallin und Mancini zurückgreift, bezieht sich die Ökonomin eher auf Hofstede und die jeweils andere Tradition wird oft nicht wahrgenommen. Auch hierfür scheinen uns Tagungen, die unterschiedliche Communities zusammenbringen, nützlich.

Kxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Manfred Kops beschäftigte sich ebenfalls mit Problemen beim Vergleichen, allerdings vergleicht er nicht Länder, sondern Zeitpunkte, wenn er versucht, die Veränderungen des deutschen Mediensystems im Zeitverlauf zu erfassen. In seinem Beitrag gelang es ihm nicht nur, sein Vorgehen plausibel zu machen, sondern auch schlüssige Visualisierungen seiner Daten zu präsentieren. Ebenfalls mit Fragen der Zeit beschäftigten sich Jens Woelke und Steffen Kolb, die am Beispiel von Deutschland, Österreich und der Schweiz aufzeigten, welche unterschiedlichen Ergebnisse ein Ländervergleich bringt, abhängig davon, ob man Kalender- oder Ereignissynchron vergleicht.

Das Team von der Uni Hamburg war mit mehreren Beiträgen präsent. Den meisten Gesprächsstoff lieferte dabei der Beitrag von Rouven Seifert und Michel Clement, die die Auswirkungen der Filmförderung in Deutschland unter die Lupe genommen haben. Im Kontext der Tagung spannender als ihre Ergebnisse war ihre Methode: das Propensity Score Matching. Ebenso wie die QCA bereits in den 1980er Jahren entwickelt, hat sich ihr Nutzen in der medienökonomischen Forschung noch nicht allgemein herumgesprochen. Die Methode ermöglicht es, den Effekt eines Treatments (z. B. eine

Filmförderungsmaßnahme) zu bewerten, indem Fälle, die das Treatment erhalten haben, jeweils mit solchen verglichen werden, die es nicht erhalten haben, aber ansonsten möglichst ähnlich sind.

Felix Sattelberger, Gewinner des Nachwuchspreises der Fachgruppe 2013 (der dieses Jahr im Kontext der gemeinsamen Tagung nicht vergeben wurde), ist seinem Thema Erfolgsfaktoren von Spielfilmen treu geblieben, allerdings stellte er dieses Mal ein Forschungsdesign vor, das es erlaubt, auch die Online-Kommunikation zum Film dynamisch einzubeziehen.

Wolfgang Seufert stellte in seinem Beitrag die Frage, wie gut sich die Daten der amtlichen Wirtschaftsstatistik für Analysen von Medienmärkten und Teilbranchen eignen. Recht gut, so seine Antwort, wobei er die Nützlichkeit für Unternehmens- und Managementanalysen bezweifelt.

Einen anderen Ansatz, bereits anderweitig erhobene Daten zu nutzen, zeigten Markus Grammel und Kollegen. Sie bauen auf dem Enthusiasmus von Fernsehzuschauern auf, die Programminformationen für frei zugängliche EPG in einem maschinenlesbaren Format erfassen, um so automatisierte Programmanalysen auch (Sprach-)Grenzen übergreifend möglich zu machen.

Kxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Mittels Inhaltsanalysen von Zeitschriften wurde in zwei Vorträgen eine Metaperspektive auf Methoden der Medienstruktur- und Medienökonomieforschung eingenommen. Während Cornelia Wallner sich international vergleichenden Studien zu Mediensystemen bezüglich theoretischen Grundlagen, Operationalisierung und Datenquellen widmete, nahmen sich Bjørn von Rimscha und Juliane Lischka die vier wichtigsten Journals im Bereich Medienökonomie und -management vor. Sie konnten zeigen, dass eine klare Profilbildung der Journals existiert (die MedienWirtschaft ist weniger empirisch als die anderen untersuchten Journals und qualitative Methoden überwiegen) und häufig Themen wiederholt mit den gleichen Methoden bearbeitet werden.

Neben den wissenschaftlichen Vorträgen fand unter Leitung von Gabriele Siegert noch eine Podiumsdiskussion über methodische Möglichkeiten und Schwierigkeiten statt, an der Michel Clement (Hamburg), Wolfgang Seufert (Jena), Michèle Ernst Staehli (FORS Lausanne) und Kathrin Kissau (Net Metrix Zürich) teilnahmen.

Insgesamt war die Tagung durchweg von einer konstruktiven Atmosphäre geprägt. In diesem Zusammenhang möchten wir allen Vortragenden noch einmal für ihre Offenheit danken. Denn es erfordert ein gewisses Umdenken, wenn in einem Vortrag nicht nur dargestellt werden soll, wie souverän man zu eindrucksvollen Ergebnissen gekommen ist, sondern der Weg dahin mit all seinen Problemen im Fokus steht. Um die Ergebnisse dieser Reflexion einem größeren Interessentenkreis zugänglich zu machen, wird im kommenden Jahr ein Band mit den besten Beiträgen der Tagung, herausgegeben von den Veranstaltern, im Nomos-Verlag erscheinen.