

**Friedrich-Carl Wachs (Hg.): Elektronische Medien. Tätigkeitsprofile aus einer Wachstumsindustrie. Ein Branchenführer für Newcomer und Insider**

Baden-Baden: Löw und Vorderwühlbecke-Verlag 1994, 489 S., DM 49,-

In einer rasant sich wandelnden Medienwelt sind Ratgeber für (junge) Leute, die sich auf den journalistischen Beruf vorbereiten, überaus notwendig. Orientierung über Job- und Anforderungsprofile ist mehr denn je geboten, obwohl derartige Publikationen mit der aktuellen Entwicklung auf den nationalen und internationalen Märkten kaum mehr Schritt halten können. Dennoch: Allein der Versuch, etwas Ordnung in die Unübersichtlichkeit der z.T. völlig neuartigen Qualifikationsmerkmale zu bringen, ist löblich. Ob aus diesem Buch gleich ein "Standardwerk" für "Neu- und Quereinsteiger" (S.13) werden wird, wie im Vorwort erhofft, bleibt abzuwarten. Was Herausgeber Friedrich-Carl Wachs unter dem Titel *Elektronische Medien* vorlegt, beeindruckt durch die Vielseitigkeit der Themen, enttäuscht aber durch die Einseitigkeit bei der Autorenauswahl.

Zur Vielseitigkeit: In 35 Aufsätzen werden praktisch alle denkbaren Aspekte zur gegenwärtigen Situation audiovisueller Medien behandelt. Das Inhaltsverzeichnis nennt die Stichwörter Medienrecht, Fernsehen, Hörfunk, Film- und Fernsehproduktion in Deutschland, Lizenz- und Rechthandel, Werbung, Video, Allgemeines Management. Dabei geht das Werk weit über das Berufsfeld Journalismus hinaus. Es vermittelt eine plastische Vorstellung davon, wie sich die (Rahmen-)Bedingungen journalistischer Arbeit inzwischen verändert und diversifiziert haben. Im Hörfunk oder im Fernsehen beschäftigt zu sein, heißt eben nicht nur, Informations- und Unterhaltungsprogramme redaktionell aufzubereiten, sondern darüber hinaus rechtliche Vorgaben zu bedenken und technische Chancen geschickt auszunutzen. Welche Vorbereitungen sollte ein Sender für das interaktive Fernsehen der Zukunft treffen? Wie sichert er sich die günstigsten Sportrechte? Welche Spielfilme und TV-Serien kommen bei den Zuschauern am besten an? Was verändert der digitale Hörfunk? Welche Wege der Werbung können eingeschlagen werden? Dies alles sind Fragen, die für den Hörfunk- oder Fernsehsender von heute relevant sind, und es sind Fragen, auf die das vorliegende Buch zumindest Teilantworten gibt.

Zur Einseitigkeit: Der Titel des Buches täuscht darüber hinweg, daß es allein um den "privaten" Rundfunk geht. Kein einziger der zahlreichen Artikel stammt von einem Vertreter der öffentlich-rechtlichen Anstalten. Damit wird die eine Seite des dualen Rundfunksystems, die immerhin nach wie vor Marktanteile erzielt, von denen die meisten Privatsender nur träumen können, ausgeschlossen. Das ist zwar legitim, nur sollte durch Attribute wie "Elektronisches Fernsehen", "Branchenführer" oder auch "Standardwerk" nicht der Eindruck erweckt werden, als decke man das ge-

samte Spektrum ab. Ein Abiturient, der sich über Beschäftigungsmöglichkeiten im Rundfunk informieren will und aufgrund des Buchtitels das vorliegende Werk kauft, wird so irregeleitet. Herausgeber Wachs ist bei der Ufa Film und FernsehGmbH beschäftigt, der Gesellschaft also, die mit Bertelsmann, RTL, Premiere und der CLT "verbandelt" ist. Folgerichtig kommen die meisten Beiträge auch aus diesem Umfeld. Das andere große Lager der "privaten" Fernsehanbieter, die Konkurrenz des Kirch-Springer-Imperiums, ist deutlich unterrepräsentiert - eine weitere Einschränkung. Dies alles wäre bedeutungslos, würde nicht die Auswahl der Autoren maßgeblich auf die Inhalte und den Stil der Artikel abfärben. Die öffentlich-rechtlichen Sender werden häufig als die schweren, unbeweglichen Tanker im Gegensatz zu den "jung-dynamischen" Privatanbietern dargestellt. Eine Kostprobe: "Das monolithische ZDF sendet vom Mainzer Lerchenberg für ein eher älteres Publikum [...], die ARD ist nach der Wiedervereinigung auf 11 Rundfunkanstalten angewachsen und hat demgemäß noch größere Koordinierungsschwierigkeiten als bisher schon bei der Zusammenstellung des Programms" (S.75f.). Subjektivität in solchen Beiträgen ist erfrischend und sowieso unvermeidlich. Aber dann sollte der Herausgeber, sofern er vorrangig einem wissenschaftlichen Anspruch und nicht PR-Erwägungen folgt, über die Autorenschaft für den angemessenen Pluralismus sorgen.

Vielseitigkeit einerseits, Einseitigkeit andererseits - wer das Werk von Wachs zur Hand nimmt, wird mit vielen aufschlußreichen Details aus der bunten Welt der privaten Funkmedien bedient. Die Klarheit des Buchkonzepts ermöglicht gezielte Zugriffe. Vorsicht bei der Lektüre ist aber angebracht: Fast alle Autoren sind auch Medienpolitiker, die inmitten eines aufreibenden Gefechts um Sendelizenzen, Werbeeinnahmen und Zuschaueranteile stehen.

Bernhard Rosenberger (Mainz)