

Das Internet und der Wandel von Mediensektoren

Herbsttagung der Sektion »Wissenschafts- und Technikforschung« der Deutschen Gesellschaft für Soziologie am 24. und 25. November 2011 an der Universität Stuttgart

Ein Tagungsbericht von Nele Hinderer, Robert Kosche, Mario Neukirch und Jan-Felix Schrape

Das Internet hat als mittlerweile allgegenwärtiges Set aus neuen Informations- und Kommunikationstechnologien beträchtliche Auswirkungen auf die Restrukturierung etablierter und die Konstitution neuer Medienangebote. Zum einen setzen veränderte Rezeptions- und Kommunikationsweisen klassische Mediensektoren unter einen mitunter radikalen Veränderungsdruck. Zum anderen tragen Social Media nicht nur zur Herausbildung neuer Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten bei, sondern fördern auch das Auftreten neuer Akteure, Regeln und (Öffentlichkeits-)Strukturen.

Mit diesen sozioökonomischen Veränderungsprozessen beschäftigte sich die Tagung »Das Internet und der Wandel von Mediensektoren«, die im November 2011 durch die Abteilung für Organisations- und Innovationssoziologie der Universität Stuttgart organisiert wurde und 30 thematisch einschlägige Wissenschaftler(innen) versammelte. Dabei standen folgende Themenbereiche im Mittelpunkt der Diskussion:

- die Veränderungen in klassischen Mediensektoren, insbesondere in der Buch- und Musikindustrie;
- die Rolle der Nutzer in Veränderungsprozessen und die Relevanz räumlicher Nähe in der Medienbranche;
- veränderte Wertschöpfungsmodelle im Kontext der Online- und Mobiltechnologien;
- das Verhältnis zwischen Social Media und Massenmedien in der Herstellung von Öffentlichkeit sowie neue Qualitäten der Online-Kommunikation.

1 Wandel klassischer Mediensektoren

Im Fokus des ersten Panels standen Beiträge, die sich mit dem Wandel in klassischen Mediensektoren beschäftigen. Den Auftakt bildete ein Vortrag von Stefan Heng (DB Research) zu den Umbrüchen im deutschen Verlagswesen: Während die Buchverlage nach wie vor relative stabile Umsätze verzeichnen können, sind insbesondere Tageszeitungen von der Konkurrenz im Web betroffen. Die Vermutung, dass diese Verschiebungen primär aus dem veränderten Nutzungsverhalten der jüngeren Generationen und aus Beharrungstendenzen in der Branche resultieren, wurde allerdings sowohl im Vortrag als auch in der Diskussion

konterkariert: Einerseits lässt sich auch bei höheren Altersgruppen ein Rückgang der Reichweiten feststellen; andererseits richten sich viele Zeitungsverlage schon seit geraumer Zeit crossmedial aus.

Dass auch im Falle des Buchhandels nicht pauschal von Adaptionsschwierigkeiten der gesamten Branche gesprochen werden kann, zeigt Simon Hiller (Universität Erlangen) in einem Vergleich des amerikanischen und deutschen Marktes: In den USA wie in der BRD fanden sich 2011 neben neuen Akteuren auch etablierten Anbieter unter den führenden E-Book-Händlern. Am Beispiel des insolventen US-Unternehmens *Borders* wurde überdies deutlich, dass auch ein schnelles proaktives Verhalten nicht zwangsläufig zum Erfolg führt: *Borders* entschied sich schon 2001 für das Outsourcing aller E-Commerce-Aktivitäten an *Amazon*, konnte aber auch deshalb im Online-Bereich keine eigene Identität entwickeln.

Daran anknüpfend beschäftigte sich Kristian Kunow (FU Berlin) mit der pfadabhängigen Kompetenz- und Routineentwicklung in Organisationen am Beispiel der Musikindustrie, die durch die »digitale Revolution« bislang besonders hart getroffen wurde. Am Beispiel zweier deutscher Major-Labels führte Kunow vor Augen, dass sich die Unternehmen angesichts eines wahrgenommenen »dysfunktional flips« ganz bewusst für oder gegen einen Pfadbruch entschieden haben: Während Label A an den Routinen der Hit-Kreation festhielt, gab Label B diesen Anspruch auf und konzentrierte sich auf das Lizenzierungsgeschäft.

Erheblich unbeschadeter als die Musikindustrie haben hingegen die Wissenschaftsverlage die Umstellung auf die digitale Content-Distribution überstanden. Warum kommerzielle Verlage insbesondere im Journal-basierten Publikationssegment seit einigen Jahren wieder relativ hohe Wachstumsraten erfahren, zeichnete Heidemarie Hanekop (SOFI Göttingen) nach: Die Herstellung von Online-Verfügbarkeit war im Falle der etablierten Journale bereits um die Jahrtausendwende abgeschlossen. Diese frühe Umstellung lässt sich zum einen auf die Internetaffinität der Wissenschaftler, zum anderen aber auch auf die offensive Adaption neuer Publikationsmodelle durch klassische Verlage zurückführen.



2 Mediensektoren: Internationale und regionale Aspekte

Im Anschluss daran diskutierten die nachfolgenden Beiträge regionale und internationale Aspekte des strukturellen Wandels in Mediensektoren. Zunächst präsentierte Esther Ruiz Ben (University of Essex) die Resultate einer Studie zur Rolle der End-User in der Transformation der Breitbandversorgungssysteme in Schweden und Großbritannien, wobei sich erhebliche Unterschiede in den Strukturmustern identifizieren ließen: Während in Großbritannien z.B. ein neuer Dienstleistungssektor für Installations- und Reparaturlösungen entstanden ist, bildeten sich in Schweden diesbezüglich eher informelle nutzerzentrierte Strukturen heraus, was sich auch auf unterschiedliche Interventionsstrategien der Politik zurückführen lässt.

Gerhard Fuchs (Universität Stuttgart) hingegen beleuchtete in seinem Beitrag die nach wie vor nicht zu vernachlässigende Bedeutung räumlicher und sozialer Nähe in der Medienindustrie: Obwohl die Relevanz geographischer Nähefaktoren vor dem Hintergrund der Online- und Mobiltechnologien nach gängiger Meinung abnehmen sollte, bleibt die Medienwirtschaft durch räumliche Konzentrationsprozesse gekennzeichnet, u.a. da die formale und informale Face-to-Face-Kommunikation sowohl in der Produktion von Medieninhalten als auch in der Bildung von Vertrauensnetzwerken nach wie vor eine zentrale Rolle spielt.

3 Internetökonomie

Die Forschungen, die im darauffolgenden Panel zur Internetökonomie präsentiert wurden, zeichnen sich durch vorwiegend empirische Herangehensweisen aus. Michaela Pfadenhauer und Tilo Grenz (KIT) untersuchten zunächst anhand zweier Fallbeispiele, wie die Nutzer kommerzieller Webportale in ökonomische Wertschöpfungsprozesse eingebunden werden: Durch ihre Aktivität hinterlassen die Anwender »Spuren im Netz« und geben so persönliche Daten preis, die von Dritten ausgewertet werden können. Im Vortrag wie in der Diskussion wurde der verbreitete Begriff der »kollaborativen Wertschöpfung« indes als euphemistisch kritisiert, da in den beobachteten Fällen die nicht-intendierten Folgen des individuellen Handelns von Nutzern in Ressourcen intendierten Handelns von Produzenten umwandelt werden.

Im zweiten Beitrag des Panels gingen Tobias Bergmann, Benjamin Gundermann und Daniel Kerpen (TU Kaiserslautern) auf der Grundlage relationaler und institutionalistischer Überlegungen der Frage nach, welche Formen der Konkurrenz, Kooperation und Netzwerkbildung sich gegenwärtig im Bereich der Social-Media-Beratung beobachten lassen. Als Fallbeispiel wurde der *Bundesverband Digitale Wirtschaft* gewählt, der seinen Mitgliedern als Kooperationsplattform dient, gegenüber Politik und Gesellschaft als Interessenvertretung der beteiligten Unternehmen auftritt und regulative Rahmenbedingungen setzt.

Gerd Möll (SFS Dortmund) beschäftigte sich anschließend mit der Konstruktion neuer Medienwelten am Beispiel des weltweiten Poker-Booms: Im Jahr 2010 erzielte die Branche einen Umsatz von 3,7 Milliarden Euro bei ca. 20 Millionen Teilnehmern. Neben der positiven medialen Rezeption hoher Gewinne einzelner Spieler bilden technische Neuerungen bei Fernsehübertragungen wie z.B. Mikro-Kameras an Spieltischen die wichtigsten Gründe für die neue Popularität des Kartenspiels. In der Akzeptanz des Glücksspiels spiegelt sich Möll zufolge darüber hinaus die Vorstellung einer »Erfolgsgesellschaft« wider, in der »nicht mehr der Input zählt, sondern nur noch das Resultat.«

Im letzten Vortrag des Panels setzten sich Thomas Döbler und Anna-Maria Wahl (MHMK Stuttgart) mit der mutmaßlich erhöhten Zahlungsbereitschaft von Smartphone-Nutzern für mobile Unterhaltungsangebote auseinander: Die Ergebnisse einer ersten Befragung unter 500 Mobiltelefonnutzern führten zu dem Eindruck, dass die steigende Nutzung mobiler Internetdienste allgemein »kein Ende der Kostenloskultur« einleitet, wobei sich *iPhone*-Besitzer durch eine höhere Zahlungsbereitschaft auszeichnen als andere Smartphone-Nutzer. Als mögliche Gründe für diese Heterogenität wurden in der Diskussion das höhere Einkommen von »iPhonern« sowie die intuitive Benutzerführung der *iOS*-Geräte genannt.

4 Online-Öffentlichkeit

Ein vieldiskutiertes Feld, das sich eng mit dem Wandel von Mediensektoren verknüpfen lässt, befasst sich mit den Rückwirkungen der neuen Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten im Web (2.0) auf die Öffentlichkeitsstrukturen. Den Auftakt zu



diesem Panel bildete ein Beitrag zu den Relationen von Social Media und Massenmedien in der gesellschaftlichen Wirklichkeitskonstruktion: Darin kontrastierte Jan-Felix Schrape (Universität Stuttgart) die Visionen zu den partizipationsfördernden und demokratisierenden Effekten des Internet mit empirischen Daten zu den Nutzungspräferenzen der deutschen Onliner. Aus systemtheoretischer Perspektive leitete Schrape die These ab, dass Social Media und Massenmedien auf unterschiedlichen Ebenen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion wirken und insofern weniger in einem konkurrierenden, sondern eher in einem komplementären Verhältnis stehen.

Ausgehend von einer Online-Befragung im *Gutten-Plag-Wiki* zur Hochzeit des Projektes im Februar 2011 beobachteten danach Julius Reimer und Max Ruppert (TU Dortmund) die Interaktionen zwischen Medienakteuren im Social Web und etabliertem Journalismus: Einerseits lassen sich die »Guttenplagger« im journalistischen Kontext angesichts ihres Rückgriffs auf eingespielte Selektions- und Darstellungsprogramme zwar als sekundäre Leistungsträger charakterisieren, andererseits aber erfüllen Projekte wie *Gutten-Plag* kaum zentrale journalistische Identitätsindikatoren wie Universalität oder Periodizität. Die Referenten vermuteten dementsprechend, dass die beobachteten Akteure nicht in einer Konkurrenz-, sondern in einer Kooperationsbeziehung zueinander stehen.

Der nachfolgende Beitrag von René König (KIT) erörterte die Frage, inwieweit Suchmaschinen im Web dazu beitragen können, dass vormalig durch Wissenschaft und Massenmedien geprägtes Wissen neu verhandelt wird: Zwar haben die Massenmedien ihre Monopolstellung als Filter zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit verloren, als Stellen der Wissensvermittlung nehmen Suchmaschinen jedoch eine ebenso ambivalente Position ein, da sie einerseits zu einer Neuordnung wissenschaftlichen Wissens beitragen, aber andererseits auch die Reproduktion etablierter Sichtweisen fördern (z.B. durch Ranking-Algorithmen).

Sascha Dickel (Universität Bielefeld) nahm anschließend die kommunikativen Strukturmerkmale von *Facebook* in den Blick und beschrieb die Plattform als eine »neue Form der Agora«, in der zwar die Selbstinszenierung in relativ geschlossenen Freundesnetzwerken im Vordergrund steht, die in ihren technischen Gestaltungsmerkmalen aber gleichzeitig inno-

vative Formen der politischen Mobilisierung befördert: Die Kommunikationsbeiträge auf *Facebook* oszillieren zwischen den Logiken des Privaten und Öffentlichen bzw. zwischen expressivem und einem strategisch-inszenatorischem Handeln.

Das Panel fand seinen Abschluss in drei Fallstudien zu den Qualitäten von Online-Kommunikation: Andreas Wenninger (Universität Bielefeld) thematisierte anhand des Onlineportals *Science Blogs* die Grenzziehungsprozesse in Wissenschaftsblogs und stellte erste Projektergebnisse vor. Diese deuteten darauf hin, dass die jeweiligen Blogger aufgrund des unklaren Status des Formats die »Wissenschaftlichkeit« ihrer Beiträge kommunikativ konstruieren müssen. Im nachfolgenden Vortrag setzte sich Linda Groß (HCU Hamburg) mit widerstreitenden Deutungsmustern in der Nutzerkommunikation der *Wikipedia* auseinander und zeigte, wie sich die Eigenbeschreibung als Flaggschiff der Open-Content-Bewegung und ein neues Selbstverständnis als marktwirtschaftlich operierender Akteur entgegenstehen. Schließlich berichteten Robin Fink und Dennis Busse (TU Dortmund) über ihre Teilnahme an einem Wettbewerb der *Wikimedia Foundation* zur Erstellung eines Prognosemodells zum Editierverhalten von *Wikipedia*-Autoren.

5 Fazit und Ausblick

Die Tagung brachte aufgrund ihrer gegenstandsbezogenen Anlage Forscher aus unterschiedlichen Fachbereichen zusammen und ermöglichte produktive interdisziplinäre Diskussionen, wodurch sich viele offene Fragen herauskristallisierten, die in einem an die Tagung anknüpfenden Sammelband beleuchtet werden sollen. Mit Blick auf die diskutierten Forschungsergebnisse lässt sich zwischenzeitlich bilanzieren, dass die Onlinetechnologien zwar einen substantiellen Wandel in den Akteurkonstellationen, institutionellen Bedingungen und Marktstrukturen der betrachteten Mediensektoren und Öffentlichkeitsfelder angestoßen haben, sich die entsprechenden Veränderungen aber eher als graduelle Transformationsverläufe denn als radikale Umbrüche charakterisieren lassen.