

Methodische Zugänge zur Erforschung von Medienstrukturen, Medienorganisationen und Medienstrategien

Bearbeitet von
M. Bjørn von Rimscha, Samuel Studer, Manuel Puppis

1. Auflage 2016. Taschenbuch. 297 S. Softcover
ISBN 978 3 8487 3362 0
Gewicht: 387 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften >
Medientheorie, Medienanalyse](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



M. Bjørn von Rimscha | Samuel Studer | Manuel Puppis [Hrsg.]

Methodische Zugänge zur Erforschung von Medienstrukturen, Medienorganisationen und Medienstrategien



Nomos

Medienökonomie hat zum Ziel, wirtschafts- und kommunikationswissenschaftliche Konzepte bzw. Theorien zur Analyse von Kommunikation und Medien anzuwenden. Sie ist Schnittstelle zwischen Disziplinen, wie Kommunikations-, Medien-, Volks- und Betriebswirtschaftslehre sowie partiell technischen, juristischen und politischen Disziplinen. Sie beschäftigt sich aus theoretischer und praktischer Perspektive mit aktuellen Fragen, die für die Medien relevant sind. Hierbei geht es sowohl um ökonomische Grundlagen, Managementstrategien und Organisationsformen von Medienunternehmen als auch die Analyse und Regulierung der Medien(teil)märkte.

In der Reihe „Medienökonomie“ werden Beiträge publiziert, die sich aus makro-, meso- und mikroökonomischer Perspektive mit Medien als ökonomischen Gütern bzw. Dienstleistungen beschäftigen, wobei die Rolle der Medien für Gesellschaft und Unternehmungen thematisiert wird. Die Reihe begleitet Medienwandel und -innovationen zeitnah sowie wissenschaftlich strukturiert. Mit dem breiten Ansatz wird eine Basis für medienökonomische Forschung geschaffen. Kontinuierlich erscheinen in der begutachteten Reihe u.a. die Tagungsbände der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) und einschlägige Dissertationen.

Reihe Medienökonomie

herausgegeben von
Herrn Prof. Dr. Sven Pagel
Frau Prof. Dr. Svenja Hagenhoff
Herrn Prof. Dr. Bjørn von Rimscha
Herrn Prof. Dr. Wolfgang Seufert

Band 9

M. Bjørn von Rimscha | Samuel Studer
Manuel Puppis [Hrsg.]

Methodische Zugänge zur Erforschung von Medienstrukturen, Medienorganisationen und Medienstrategien



Nomos

© Titelbild: fotolia.com

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-3362-0 (Print)

ISBN 978-3-8452-7688-5 (ePDF)

1. Auflage 2016

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2016. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsverzeichnis

M. Bjorn von Rimscha, Samuel Studer & Manuel Puppis
Methodische Zugänge zur Erforschung von Medienstrukturen,
Medienorganisationen und Medienstrategien – Einleitung 7

I. Literaturübersichten

Cornelia Wallner
Theorien und Methoden in der komparativen Mediensystem-
forschung: Forschungsstand und Herausforderungen 17

M. Bjorn von Rimscha & Juliane A. Lischka
Methoden der Medienökonomie und des Medienmanagements –
Eine Übersicht auf Basis einschlägiger Fachzeitschriften 34

II. Forschungsdesigns

Maria Karidi & Michael Meyen
Wie Mediensysteme in Krisenzeiten stabil bleiben. Ein Plädoyer
für theoriegeleitete Mediensystemforschung 61

Manfred Kops
Die Wahl von Merkmalen zur Beschreibung von Medien-
strukturen unter Beachtung der Qualität ihrer empirischen
Messung 79

Jens Woelke & Frank Marcinkowski
Kombination von kalender- und ereignissynchroner Betrachtung.
Ein Ansatz zur Abgrenzung von Alters-, Perioden- und Kohor-
teneffekten in der ländervergleichenden Mediensystemanalyse 118

Steffen Kolb & Mathias Oertel

Quasi-experimentelle Modellierung in (international) vergleichenden Sekundäranalysen zur Erforschung von Medienstrukturen am Beispiel Presseförderung in Europa 136

Leyla Dogruel

Empirische Zugänge zur Analyse von Medienkonsumenten als begrenzt rational handelnde Akteure: Die Anwendung von Beobachtungs- und Experimentaldesigns am Beispiel heuristischer Medienwahl und des Besitztumseffekts 154

III. „Neue“ Methoden

Marvel Verhoeven

A brief introduction to QCA 175

Jörg Tropp & Andreas Baetzgen

Total Interpretive Structural Modeling – Ein medienökonomischer Methoden-Check am Beispiel der Studie „Erfolgsfaktoren von Markenmedien“ 197

IV. Datenquellen

Pamela Przybylski, Klaus-Dieter Altmeyden, Funda Güngör, M. Björn von Rimscha, Denise Voci & Matthias Karmasin

Mediale Grenzüberschreitungen: Methodische Herausforderungen der Unterscheidung von international, multinational, transnational und global in der Medienökonomie 217

Wolfgang Seufert

Das Potenzial amtlicher Wirtschaftsdaten zur Analyse von Medienbranchen 247

Johann Gründl, Markus Grammel, Nicole Gonser & Gisela Reiter

Automatisierte TV-Programmanalyse mit Daten aus elektronischen Programmführern 272

Autorenverzeichnis 294

M. Björn von Rimscha, Samuel Studer & Manuel Puppis

Methodische Zugänge zur Erforschung von Medienstrukturen, Medienorganisationen und Medienstrategien – Einleitung

Der vorliegende Band dokumentiert die besten Beiträge einer gemeinsamen Tagung der Fachgruppe Medienökonomie in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) und des Netzwerks Medienstrukturen, die am 16./17. Oktober 2015 gemeinsam von IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich und Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung DCM der Universität Freiburg/Fribourg veranstaltet wurde. Ziel der Tagung war es, einen Schritt zurück zu treten, die Perspektive zu erweitern und – statt wie sonst üblich Befunde – die Ausgangsbasis von Forschung in den Fokus zu rücken. Wie und auf Basis welcher Quellen entstehen eigentlich die Erkenntnisse in der Forschung zu Medienstrukturen, Medienmanagement und Medienökonomie, lautete die Frage.

Die folgenden Beiträge geben eine vorläufige Antwort, indem die Autorinnen und Autoren Übersichten darüber bieten, welche Methoden verwendet werden, indem sie ihre eigenen Forschungsdesigns reflektieren, indem sie bislang weniger gebräuchliche Methoden vorstellen oder indem sie über die Zugänglichkeit und Nützlichkeit von Quellen reflektieren.

Doch bevor wir als Einstieg in den Band einen kurzen Überblick über die Beiträge geben, möchten wir darstellen, warum wir dieses Thema für die Tagung gewählt hatten und warum wir es als Kooperation der Fachgruppe Medienökonomie und des Netzwerks Medienstrukturen adressiert haben.

Forschungsarbeiten in der Medienökonomie, im Medienmanagement und zu Medienstrukturen stehen oft vor methodischen Herausforderungen. Es scheint gleichzeitig sowohl einen Überfluss wie auch einen Mangel an Daten zu geben. Nutzerzahlen, ob fürs Kino, den Rundfunk oder die Presse, werden detailliert erfasst, denn Medienorganisationen haben ein klares Interesse daran, ihre Nutzung für die Werbewirtschaft nach-

weisen 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. Für Medien, die sich primär aus Rezipientenerlösen finanzieren, ist die Datenlage meist weniger gut. Zudem begegnen Medienunternehmen der Erforschung anderer Themen – beispielsweise Unternehmensstrategien oder Medienkonzentration – meist mit sehr viel weniger Enthusiasmus. Deckungsbeiträge oder detaillierte Angaben zu Gewinnen aus einzelnen Geschäftsbereichen gelten als Geschäftsgeheimnisse. Im Kontext von Medienpolitik und -regulierung sind Rechtstexte und offizielle Dokumente einer Analyse in der Regel gut zugänglich; die dahinterliegenden Interessenkonstellationen im politischen Aushandlungsprozess sind dagegen oftmals schlecht dokumentiert. Langzeitanalysen stehen zudem oft vor dem Problem nicht vergleichbarer Daten: Sowohl Methodenbrüche (z. B. beim Wechsel von Befragungen zu elektronischer Messung) als auch neue Kategorisierungen (etwa von Presseerzeugnissen) erschweren oder verunmöglichen sogar einen Vergleich über die Zeit. Nationale Statistikämter, aber auch überstaatliche Institutionen wie die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) stellen zwar in großem Umfang volkswirtschaftliche Kennzahlen zur Verfügung, doch die Marktabgrenzungen der Statistiker entsprechen leider häufig weder denen der Kommunikationswissenschaft noch einem betriebswirtschaftlich geprägten Medienmanagement. 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 Forschende stellt sich beispielsweise das Problem, dass selbst eine Vollerhebung aller Anbieter oder Akteure bei vielen Fragestellungen eine mittlere Fallzahl ergibt, so dass sich viele statistische Verfahren eigentlich verbieten. Gleichzeitig ist die Fallzahl für systematische Vergleiche der Fälle zu hoch. Methoden, die sich für mittlere Fallzahlen eignen (z. B. QCA), sind allerdings bislang wenig verbreitet. Qualitative Methoden wie Experteninterviews und Dokumentenanalysen werden zwar häufig verwendet, jedoch nur selten gut 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.

Sowohl in der Ausbildung der Studierenden, als auch in den Selektionsprozessen kommunikationswissenschaftlicher Journals hat sich ein methodischer Mainstream entwickelt, der Rezeptionsforscherinnen und -forschern gerecht wird, aber für die Erforschung von Medienstrukturen, Medienökonomie und Medienmanagement nur bedingt geeignet ist. Deshalb ist es wichtig, dass sich auch diese kleineren Forschungsfelder innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft ihre Bedürfnisse in Bezug auf das Methodenangebot bewusst machen und ihre Kompetenz in diesem Bereich reflektieren.

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 (beispielsweise Eigenschaften von Mediensystemen, Medienregulierung oder Medienmärkte), Medienorganisationen und Medienmanagementkulturen international vergleichend untersucht. Dabei können einerseits inhaltliche Probleme auftreten, etwa wenn es um die Frage nach zulässigen Analogien geht (Äquivalenzproblem), andererseits stellen sich aber auch forschungspraktische Probleme in der Zusammenarbeit in internationalen Forschungsteams. Hier gab es bislang wenig systematische Darstellungen der Probleme und Lösungsansätze.

Diese skizzierten Lücken wurden auf der Tagung adressiert und finden sich nun in den Beiträgen dieses Bandes wieder.

Zu den Beiträgen in diesem Band

Der vorliegende Band gliedert sich in vier Teile: Den ersten Teil bilden zwei Kapitel, die einen Überblick über die beim Vergleich von Mediensystemen und in der medienökonomischen Forschung verwendeten Methoden geben. Im zweiten Teil reflektieren die Autorinnen und Autoren in fünf Beiträgen jeweils über ein von ihnen verwendetes Forschungsdesign. Konkrete, bislang weniger verbreitete Forschungsmethoden werden in den zwei Kapiteln des dritten Teils vorgestellt und im vierten und letzten Teil beschäftigen sich die Verfasserinnen und Verfasser jeweils mit der Quellenlage für ihre Forschungsgebiete.

1. Teil: Literaturübersichten

Die zwei Beiträge, welche den Band eröffnen, bieten eine Metaperspektive auf Methoden der Medienstruktur- und Medienökonomieforschung und liefern einen Überblick darüber, welche Themen mit welchen Methoden erforscht werden. Beide Beiträge beziehen sich dabei jeweils auf Inhaltsanalysen von Zeitschriftenartikeln.

Cornelia Wallner fokussiert auf die komparative Mediensystemforschung. In ihrer Analyse englischsprachiger Journalartikel aus der Sammlung „Communication and Mass Media Complete“ geht sie der Frage nach, auf welcher theoretischen Basis und mit welchem methodischen Vorgehen der aktuelle Kenntnisstand in der komparativen Mediensystemforschung in den vergangenen Jahren entstanden ist. Ihre Ergebnisse zeigen, dass drei Viertel der Studien zum Thema empirischer Natur sind, wobei jeweils in rund der Hälfte der Studien eigene Daten erhoben oder Sekundäranalysen bestehender Datensätze durchgeführt werden. Im Kontext der komparativen Forschung stellt sich dabei immer auch das Problem der Vergleichbarkeit der Daten – ein Aspekt auf den im vierten Teil noch eingegangen wird. Als Schlussfolgerung aus ihrer Studie betont Wallner, dass sich Methoden nicht getrennt von der Theorie verstehen lassen. Die Tatsache, dass viele Studien der komparativen Mediensystemforschung lediglich beschreibende Methoden verwenden, führt sie auch darauf zurück, dass die theoretische Reflexion teilweise zu kurz kommt und dort, wo sie stattfindet, noch keine ausreichende Erklärungskraft besitzt.

M. Björn von Rimscha und *Juliane Lischka* beschränken sich in ihrer Analyse der verwendeten Methoden der Forschung zu Medienökonomie und Medienmanagement auf die drei einschlägigen englischsprachigen Journals des Fachs, ergänzt um eine deutschsprachige Zeitschrift. Sie knüpfen damit an Vorgängerstudien an, die ebenfalls Bestandsaufnahmen der Forschung im Fach anhand der veröffentlichten Journalartikel vorgelegt haben. Von Rimscha und Lischka gehen jedoch über diese Vorarbeiten hinaus, indem sie einerseits die Datenerhebungs- und Datenanalysemethoden stärker ausdifferenzieren und andererseits untersuchen, ob es typische Kombinationen aus Themen und Methoden gibt. Im Ergebnis können sie zeigen, dass insgesamt durchaus eine große Bandbreite von Methoden verwendet wird. Genauso, wie sich typische Journalprofile identifizieren lassen, gibt es jedoch auch typische Kombinationen von Themen oder Fragestellungen mit bestimmten Methoden. Entsprechend

plädieren die Autoren für mehr Vielfalt in den Kombinationen aus Thema und Methode, um so in der Summe der Studien zu einem Thema die punktuellen Schwächen der einzelnen Methoden besser ausgleichen zu können.

2. Teil: Designs

Im zweiten Teil des Bandes stehen spezifische Forschungsdesigns im Fokus, die nur selten hinterfragt und diskutiert werden.

Maria Karidi und *Michael Meyen* stellen ihre Studie zur Resilienz von Mediensystemen vor. Dabei fokussieren sie nicht allein auf die Ergebnisse in Bezug auf gesetzliche und gesellschaftliche Rahmenbedingung, Konzentration Finanzierung, sondern auch auf die Art und Weise, wie sie zu diesen Ergebnissen gekommen sind. Ihr Design basiert auf einem theoriebasierten, kategoriengeleiteten Vorgehen, wobei sie dafür plädieren, die Typologisierung auch als Analyseinstrument zu verwenden.

Manfred Kops beschäftigt sich ebenfalls mit Problemen des Vergleichens, wobei er nicht (nur) Länder vergleicht, sondern zentral auch die Stärke marktlicher, staatlicher und zivilgesellschaftlicher Einflüsse auf das deutsche Mediensystem zu verschiedenen Zeitpunkten. Dabei gelingt es ihm nicht nur, sein Vorgehen plausibel zu machen, sondern auch, schlüssige Visualisierungen seiner Daten zu präsentieren.

Auch *Steffen Kolb* und *Mathias Oertel* stellen in ihrem Beitrag zum Einfluss der Presseförderung auf Medienkonzentration und Vielfalt die Frage, welche Typologien sich für vergleichende Forschung eignen. Sie stellen die in der Forschungspraxis verbreiteten Differenzstudien, die in möglichst unterschiedlichen Ländern Gemeinsamkeiten zu finden versuchen, als problematisch dar. Stattdessen plädieren sie dafür, Typologien zu nutzen, um so quasi-experimentelle Forschungsdesigns zwischen most similar systems möglich zu machen.

Leyla Dogruel geht am Beispiel von Medienwahlentscheidungen dem Problem nach, dass Mediennutzer nicht unbedingt rational handelnde Akteure sind und ihre Motive in Befragungen nur begrenzt erfasst werden können. Anhand von zwei Studien zeigt sie auf, dass Beobachtungen und – insbesondere bei der Prüfung von konkreten Hypothesen – Experimente sinnvolle Ergänzungen zu Forschungsdesigns sein können, die sich primär auf Nutzerbefragungen stützen.

Designeffekten in der ländervergleichenden Mediensystemanalyse nehmen sich *Jens Woelke* und *Frank Marvinkowski* an. Als Alternative zu traditionellen Querschnittvergleichen zum selben Zeitpunkt (kalendersynchrone Betrachtung) schlagen die beiden Autoren eine Kombination aus kalendersynchroner und ereignissynchroner Betrachtung vor. Differenzen zwischen Mediensystemen könnten damit in Effekte grenzüberschreitender Medienentwicklung, länderspezifischer Modernisierung sowie institutioneller Entwicklung einzelner Medienanbieter unterteilt werden.

3. Teil: „Neue“ Methoden

Neue oder wenig verwendete Methoden sind Gegenstand der beiden Kapitel im dritten Teil des Buches. Neben einem qualitativen Zugang zu Strukturmodellen wird die Qualitative Comparative Analysis (QCA) behandelt.

Jörg Tropp und *Andreas Baetzgen* stellen am Beispiel ihrer Studie zu Erfolgsfaktoren von Markenmedien detailliert die einzelnen Schritte des Total Interpretive Structural Modeling (TISM) vor. Dabei sollen die Beziehungen zwischen mehreren sich bedingenden Faktoren und der sich daraus ergebende Gesamtwirkungszusammenhang erfasst werden. Erreicht wird dies, indem vorab identifizierte Elemente in einer Befragung paarweise verglichen werden. In der Analyse lassen sich dann auch transitive Beziehungen identifizieren und die Elemente hierarchisch ordnen. Die Autoren sehen das Potential der Methode insbesondere im Strukturierungspotential für neue oder unbekannte Zusammenhänge.

Der Mehrwert einer Kooperation zwischen der Fachgruppe Medienökonomie und dem Netzwerk Medienstrukturen tritt insbesondere dann deutlich hervor, wenn eine der beiden Communities Ansätze nutzt, die in der anderen noch nicht etabliert sind. *Marcel Verhoevens* Beitrag über die „Qualitative Comparative Analysis“ (QCA) ist ein Beispiel hierfür. In der Medienökonomie kaum gebräuchlich hat die von Ragin entwickelte Methode, die sich für den Vergleich mittlerer Fallzahlen eignet, in der Mediensystemforschung unterdessen langsam Einzug gehalten. Dank QCA wird es möglich, die bekannten Methoden der Konkordanz und Differenz zur Erklärung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen Mediensystemen zu systematisieren. Die zugrundeliegende Idee, bei mittleren Fallzahlen, die keine statistischen Methoden erlauben, nach hinrei-

chenden und notwendigen Bedingungen zu suchen, ist aber in der Medienökonomie ebenso vielversprechend.

4. Teil: Quellen

Gelingende Forschung setzt nicht nur ein genaues Verständnis von Forschungsdesigns und spezifische Methodenkompetenzen voraus, sondern auch Daten – seien diese selbst erhoben oder Sekundärdaten. Nicht nur die eigene Datenerhebung, sondern auch die Verwendung vorhandener Daten ist jedoch mit Herausforderungen behaftet.

Die Autorengemeinschaft *Pamela Pryzbylski, Denise Voci, Funda Güngör, Klaus-Dieter Altmeyen, Matthias Karmasin* und *M. Björn von Rimscha* befasst sich mit methodischen Herausforderungen bei der Analyse grenzüberschreitender Medienkommunikation. Der Beitrag stellt ein Mehrmethodendesign vor, widmet sich dabei insbesondere Schwierigkeiten im Hinblick auf die zur Verfügung stehenden Quellen und stellt Strategien zu deren Überwindung vor.

Wolfgang Seufert stellt 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 jedoch die Nützlichkeit für Unternehmens- und Managementanalysen bezweifelt.

Einen anderen Ansatz, bereits anderweitig erhobene Daten zu nutzen, zeigen *Markus Grammel, Johann Gründl, Gisela Reiter* und *Nicole Gonser*. 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. Im Vergleich zu etablierten Verfahren der kontinuierlichen Programmanalyse ergeben sich so neue Möglichkeiten, aber es stellen sich auch neue Probleme. Dieser Beitrag ist parallel auch in der Zeitschrift *MedienWirtschaft*, Ausgabe 2/2016, erschienen.

Die Vielfalt der Methoden und Zugänge, die im vorliegenden Band diskutiert werden, macht diesen hoffentlich für zahlreiche Kolleginnen und Kollegen in unseren Forschungsfeldern zu einem nützlichen Begleiter in Forschung und Lehre.

Unser Dank als Herausgeber geht an alle Teilnehmerinnen und Autoren, die sich auf die Kooperation der beiden Gruppen eingelassen haben und so auch jeweils über den Tellerrand der eigenen Community hinausgeblickt haben. Beide Gruppen haben eine Buchreihe im Nomos Verlag und so hätte dieser Band ebenso gut auch in der Reihe Medienstrukturen erscheinen können. Unser herzlicher Dank geht auch an Frau Frey vom Nomos Verlag und an Pascal Schneiders, der sich um die Aufbereitung und Vereinheitlichung der Beiträge verdient gemacht hat.