

men wird, sollte der Begriff besser durch *regulierte Selbstregulierung* bzw. *Co-Regulierung* präzisiert werden" (S. 107). Formen der Co-Regulierung, wie sie auch im Bereich des Jugendschutzes mit der Kommission für Jugendmedienschutz und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) existieren, stellen nach Auffassung der Autoren neue Anforderungen an den Staat und an das Recht.

Den interessantesten Teil des Buchs stellt der Vergleich der Mediensysteme und der Regulierung in insgesamt elf Staaten dar: sieben europäische (Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Italien und die Schweiz), zwei nordamerikanische (Kanada und die USA) sowie zwei ozeanische (Australien und Neuseeland). Es würde hier zu weit führen, alle Ergebnisse im Einzelnen vorzustellen. Grundsätzlich zeigt sich jedoch, dass die Art der Regulierung des Rundfunks „in ihren Grundzügen vom grundsätzlichen Staatsverständnis“ in den jeweiligen Ländern abhängt (vgl. S. 212). Rechtliche Aspekte der Regulierung, die vor allem in den Bereichen Lizenzvergabe, Quotenregelungen und Konzentration bedeutsam sind, werden in den Ländern trotz einiger Gemeinsamkeiten sehr unterschiedlich gehandhabt. Es zeigt sich auch, dass Geld als Instrument der Regulierung vor allem in Deutschland in Form der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eine große Bedeutung erlangt, die es sonst nur noch in Dänemark, Großbritannien und der Schweiz hat. Prozedurale Formen der Regulierung (durch Beiräte und Kommissionen sowie durch Einbeziehung der Öffentlichkeit) spielen vor allem in den angelsächsischen Ländern eine große

Rolle. Dort sind dann auch die Formen der Selbstregulierung ausgeprägter.

In ihrer Empfehlung für die Schweiz, die auch auf Deutschland übertragen werden kann, sprechen sich die Autoren vor allem für diese prozeduralen oder prozessorientierten Formen der Regulierung in Verbindung mit Formen der regulierten Selbstregulierung aus. Das bietet den Vorteil, „dass von Seiten des Rundfunkunternehmens Veränderungen aus der sozialen Umwelt rascher verarbeitet werden können“ (S. 372). In die regulierte Selbstregulierung sollten „zivilgesellschaftliche Akteure“ eingebunden werden, z. B. in Form einer „Stiftung Media Watch“. Zugleich müssten neue Formen der Co-Regulierung eingeführt werden. Das hätte den Vorteil, „den beteiligten Akteuren ein gewisses Maß an Handlungssicherheit und damit an sozialer Stabilität“ zu garantieren „und zugleich Innovationen wie auch Interventionen“ zu ermöglichen, wenn die gesetzten Ziele nicht erreicht werden können (vgl. S. 376). Grundsätzlich sollte die Rundfunkregulierung jedoch dem Gebot der Transparenz folgen. Das Buch bietet einen gelungenen Überblick über die Regulierung des Rundfunks in verschiedenen Ländern. Die Empfehlungen sind diskussionswürdig. Daher ist dem Band eine breite Leserschaft im Fachpublikum zu wünschen.

Lothar Mikos

Die Fernsehproduzenten

Mit einem „unsichtbaren“ Berufszweig beschäftigen sich in diesem Band 17 Beiträge inklusive Vorwort. Es handelt sich dabei um sehr unterschiedliche literarische Formen: Aufsätze, Interviews und Essays, die sich in irgendeiner Form mit der Rolle der Fernsehproduzenten beschäftigen. Selbst formuliertes Ziel der Publikation ist es, ein umfassendes Bild über diesen Berufszweig zu zeichnen (Klappentext). Ausgangslage ist die schwierige ökonomische Situation der meisten TV-Produzenten, ausgelöst durch die Medienkrise sowie durch die Flaute in der Werbewirtschaft. Die Besprechung heterogener Beiträge gestaltet sich immer schwierig. Was wählt man aus, welcher Maßstab gilt, wo setzt man als Rezensentin den Schwerpunkt? Der erste Eindruck beim Lesen ist nicht leicht zu erklären, denn der grundsätzliche Tenor der Aufsätze ist „weinerlich“: Ach, wie ist das Leben schwer als Fernsehproduzent, die Fernsehsender sind unfair und gönnen ihnen den Gewinn nicht (Janke/Elschot, S. 113; Feil, S. 250); die Konkurrenz ist unfair, da Konzerne die Produzenten ihrer Konzernfamilie bevorzugen (Simon/Paul, S. 63); es ist sogar noch unfairer, da viele Konzerne dies leider nicht tun (Sauer, S. 34; Bauer, S. 44); es gibt eine übermächtige Konkurrenz, also zu viele Fernsehproduzenten (Sauer, S. 34); die Fernsehproduzenten werden nicht anerkannt, sie bekommen zu wenig Fernsehpreise und Honorierung, obwohl sie die eigentlich Kreativen sind (Hachmeister/Anschlag, S. 11); sie stehen nicht im Blitzlichtgewitter auf dem roten Teppich, und keiner kennt



**Lutz Hachmeister/
Dieter Anschlag (Hrsg.):**
*Die Fernsehproduzenten:
Rolle und Selbstverständnis.*
Konstanz 2003: UVK.
24,00 Euro, 267 Seiten.

sie (Hachmeister/Anschlag, S. 5; Ziegler, S. 54). Alles in allem entsteht der Eindruck, dass Fernsehproduzent zu sein (es ist wohl ein eher männlicher Beruf, da nur zwei Autorinnen sich zu den 16 männlichen Autoren gesellen) gar keinen Spaß macht und ein furchtbar undankbarer Job ist. Letztlich fragt man sich beim Lesen, warum dann alle dabei bleiben und nicht in eine andere Industrie wechseln. Und ist das Geschäft wirklich so undankbar? In einem der Beiträge wird sogar explizit auf die weinerliche Haltung der Fernsehproduzenten bei der Gründung der Lobbyinstitution „Film 20“ hingewiesen (Henke, S. 134).

Lediglich die Beiträge von Christiane Ruff über ihre eigenen Erfahrungen und Hartmut Keller über amerikanische Writer/Producer geben eine andere Haltung wieder. Hier offenbaren sich Freude am Beruf, Spaß am Machen und am Sammeln von Erfahrungen.

Natürlich lässt sich argumentieren, dass solch ein Buch nicht unbedingt einen positiven Tenor haben muss, wenn es der Branche doch derzeit „so“ schlecht geht. Manche Aufsätze stehen entsprechend auch etwas unter einem anderen Motto. Auch die Krise ist eine Chance, formuliert Bauer (S. 38). Trotzdem bleibt offen, welches Ziel dieses Buch wirklich hat – und vor allem, welche Zielgruppe es ansprechen will.

Einige Beiträge liefern fundiertes Wissen und Analysen, die neue interessante Perspektiven auf die Fernsehproduzentenlandschaft eröffnen. Dazu zählen die Beiträge von Lutz Hachmeister (sein Habilitationsvortrag an der Universität Dortmund), Wolf Bauer, in Teilen die Analysen von Simon/Paul sowie

der zusammenfassende Beitrag von Georg Feil. Hier werden konkrete Analysen durchgeführt und auch Forschungsperspektiven eröffnet.

Außerdem füllen Essays oder Lebensberichte bekannter und wichtiger Produzentinnen und Produzenten den Band, die zum Teil amüsant zu lesen sind (Ruff), aber eher einen exemplarischen Wert haben. Dazu zählen die Beiträge von Sauer, Ziegler, Ruff, Wiebel und Heise. Beispielhaft sind auch die Interviews mit Hans Janke, Reinhold Elschlot, Nico Hoffmann, Alfred Biolek, Reinhard Hauff, Hansjörg Kopp und Georg Feil. Wie so häufig sind die Interviews gut gemeint und gut geführt, jedoch ungeeignet für ein Buch. Sie sind zu wenig strukturiert und pointiert – das Wesentliche geht unter oder könnte viel knapper formuliert sein. Dieses „Plaudern aus dem Nähkästchen“ ist eine Marotte der Film- und Fernsehindustrie. Gerne berichten prominente Filmemacher über ihr Leben und ihre Erfahrungen, was zwar amüsant sein kann, verwertbar jedoch im Sinne eines strukturierten Stoffes ist dies in der Regel nicht. So bleiben auch diese Interviews an der Oberfläche.

Die fehlende Rahmung der Beiträge wird besonders deutlich an dem Text von Rohrbach. Er ist interessant, stringent und konsequent geschrieben, jedoch nicht in einen Kontext eingebunden. Aus dem Rahmen fällt auch das interessante Porträt der beiden Writer/Producer Kelley (*Ally McBeal*) und Bochco (*L. A. Law*). Es fehlt jedoch die Einordnung in die deutsche Perspektive.

Das selbst formulierte Ziel, ein „umfassendes Bild vom Fernsehproduzenten“ (Klappentext) zu zeichnen, konnte – wie auch

der Abschlussbeitrag von Feil aufweist – nicht erreicht werden. Deutlich wird jedoch eine Vielzahl an Forschungslücken, die geschlossen werden sollten. So kann die Lektüre wenigstens zu neuen Forschungsthemen inspirieren. Ansonsten bleibt nur die Erkenntnis, dass man das Wesen des Berufsstandes deutscher Produzenten in einem Satz zusammenfassen kann: „Jamern gehört zum Handwerk.“

Elizabeth Prommer