



Samuel Studer

Veränderungsprozesse in Mediensystemen

Eine organisationsökologische Analyse des Wandels
schweizerischer Medienstrukturen zwischen 1968 und 2013



Nomos

Reihe Medienstrukturen

herausgegeben von
Otfried Jarren
Matthias Künzler
Manuel Puppis

Band 13

Samuel Studer

Veränderungsprozesse in Mediensystemen

Eine organisationsökologische Analyse des Wandels
schweizerischer Medienstrukturen zwischen 1968 und 2013



Nomos

© Titelbild: istockphoto.com

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im Herbstsemester 2016 auf Antrag der Promotionskommission Prof. Dr. Otfried Jarren (hauptverantwortliche Betreuungsperson) und Prof. Dr. Heinz Bonfadelli als Dissertation angenommen.

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

Zugl.: Zürich, Univ., Diss, 2016

ISBN 978-3-8487-3771-0 (Print)

ISBN 978-3-8452-8078-3 (ePDF)

1. Auflage 2018

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2018. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Für Nicole

und

*Für meine Eltern,
die mich stets darin bestärkt haben,
die mir gemässen Wege zu gehen.*

Danksagung

Ich habe vielen Personen zu danken. Insbesondere:

Otfried Jarren für viele anregende Gespräche und wertvolle Hinweise nicht nur zu dieser Arbeit.

Werner A. Meier für die unablässig kritische Begleitung meiner Arbeiten.

Matthias Künzler für viele Stunden inspirierender Diskussion über Wege zur Erforschung von Mediensystemwandel.

Edzard Schade und Manuel Puppis, die mir viele Türen geöffnet haben.

Den EntscheidungsträgerInnen der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) für ihren grosszügigen Druckkostenbeitrag.

Meiner Frau Nicole für ihre Liebe.

Meinen Geschwistern, meinen Freunden und Freundinnen für ihre Freundschaft.

Den MusikerInnen von «Absinthe Minded», «Bright Eyes», «I am Klot» und «The Devil Makes Three» für die Musik.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	23
1.1 Mediensystemwandel als Analysekategorie	23
1.2 Zielsetzung und Fragestellungen der Studie	24
1.3 Vorgehensweise, Aufbau der Arbeit und Methode	26
2. Mediensysteme, soziale Prozesse und organisationale Evolution	29
2.1 Mediensystem, Medienstruktur, Medienorganisation und Medienorganisations-typen: Begriffe	29
2.2 Bisherige publizistikwissenschaftliche Zugänge zur Analyse von Mediensystemen und Medienwandel	31
2.3 Mediensystemwandel als Wandel von Medienorganisationstypen	34
2.4 Mediensystemwandel als sozialer Prozess	35
2.4.1 Soziale Prozesse als «Strukturanten» gesellschaftlicher Teilbereiche	35
2.4.2 Ereignisse, Pfade und Mechanismen	37
2.5 Mediensystemwandel als Evolution von Organisationspopulationen	38
3. Die Organizational Ecology als Theorie-Ansatz zur Analyse von Mediensystemwandel	41
3.1 Organisationale Evolution: Organisationskonzept, Analyseebenen, Mechanismen und die Annahme organisationaler Strukturträgheit	42
3.1.1 Organisationen als «offene Systeme»: zum Organisationskonzept der Organizational Ecology	43
3.1.2 Ebenen organisationsökologischer Analysen: einzelne Organisationen, Populationen und Communities – die drei Ecologies	44
3.1.3 Die drei Mechanismen organisationaler Evolution und das temporale Element	46

3.1.4	Strukturträchtigkeit – Zur Begründung der Wirkungsmacht von Selektionsprozessen	49
3.2	Veränderungsprozesse in Populationen und Communities – Die Evolution beschreiben	52
3.3	Umweltabhängigkeit und Populationsdynamiken – Die Evolution erklären	53
3.4	Zur Konzeption der Organisationsumwelt	57
3.4.1	Zur Material-Ressourcenumwelt	59
3.4.2	Zur institutionellen Umwelt und der kritischen Ressource Legitimation	59
3.5	Zum Einfluss von Ressourcenumwelt und Wettbewerb auf Populationen	61
3.5.1	Verlauf und Beschränkung des Wachstums von Populationen – Density Dependence und Carrying-Capacity	61
3.5.2	Konzentration und Ausdifferenzierung von Populationen als Folge von Wettbewerb und Selektion – die Theorie der Ressourcenteilung	64
3.5.3	Interorganisationale Bindungen als Schutzschild gegen Wettbewerb und Umweltveränderungen	66
3.6	Wettbewerb um Ressourcen – Zum Einfluss der Ressourcenumwelt auf Communities	67
3.6.1	Wettbewerb in Communities: Nischenüberlappung und Überlegenheit	68
3.6.2	Beziehungsarten zwischen Populationen in Communities	69
3.7	Zum Einfluss der institutionellen Umwelt auf Populationen und Communities	71
3.7.1	Zur Entstehung neuer Populationen aufgrund von Diskontinuitäten in der institutionellen Umwelt	72
3.7.2	Zum Einfluss staatlicher Regulierung auf Populationen und Communities	74
3.8	Organisationsökologische Studien zum Wandel von Medienpopulationen und Mediencommunities	75
3.8.1	Studien zur Evolution von Medienorganisationen und Medienpopulationen	75

3.8.2	Studien zur Evolution von Mediencommunities	78
	Wettbewerb um Werbegelder zwischen	
	Zeitung, Radio und Fernsehen in den USA	79
	Wettbewerb um Aufmerksamkeit	80
3.9	Kritik an der Ecology	81
3.10	Die Organizational Ecology als Theorie-Ansatz zur	
	Analyse von Mediensystemwandel	84
4.	Wandel des schweizerischen Mediensystems – Zum Stand der	
	Mediensystemforschung	87
4.1	Zur Ausgestaltung des schweizerischen Mediensystems	
	und seines Wandels – Mediensystemtypologien	87
4.1.1	Zum Einfluss der institutionellen Umwelt: Das	
	Politische System als Determinante in der Typologie	
	von Hallin/Mancini	88
4.1.2	Zum Einfluss der Ressourcenumwelt: Die Schweiz	
	als Kleinstaat	90
4.2	Zur Beschreibung des Wandels schweizerischer	
	Medienpopulationen in der Literatur	94
5.	Medienorganisationen und (schweizerische)	
	Medienpopulationen	96
5.1	Medien als Organisationen	96
5.1.1	Medienorganisationen als «offene Systeme»	97
5.1.2	Das ökonomische Geschäft der Medien	99
5.1.3	Das institutionelle Geschäft der Medien	100
5.2	Schweizerische Medienpopulationen	102
5.2.1	Zur Bildung von Populationen	102
5.2.2	Schweizerische Medien-Populationen	104
5.2.2.1	Schweizerische Presstypen	104
5.2.2.2	Schweizerische Radioprogrammtypen	108
5.2.2.3	Schweizerische Fernsehprogrammtypen	109
5.2.2.4	Online-Informationsmedien	110
5.2.2.5	Schweizerische Medienpopulationen	111

6. Analysedesign	113
6.1.1 Beschreibung und Deutung der Veränderungsprozesse schweizerischer Medienpopulationen	113
6.1.2 Ausgewählte Bedingungen zur Erklärung erhöhter Austrittsraten von Medienpopulationen	115
6.1.2.1 Kritische Ressource I: Gelder	116
6.1.2.2 Rezipienten-Aufmerksamkeit	117
6.1.2.3 Wettbewerb innerhalb von Populationen	118
6.1.2.4 Wettbewerb zwischen Populationen	119
7. Methode und Datenerhebung	121
7.1 Die Qualitative Comparative Analysis (QCA) als Methode zur Erklärung des Wandels	121
7.1.1 Analyselogik der Fuzzy-Set-QCA	121
7.1.2 Gütemasse: Konsistenz und Abdeckung	125
7.1.2.1 Konsistenz hinreichender und notwendiger Bedingungen	125
7.1.2.2 Abdeckungsmasse	129
7.1.3 Das Problem der begrenzten empirischen Vielfalt	130
7.1.4 Vergabe von Fuzzy-Werten und Kalibrierung	131
7.1.5 QCA als Methode zur Analyse von Mediensystemwandel	131
7.2 Datenerhebung: Populationen und Umwelt	133
7.2.1 Erhebung der Medienorganisationen und ihrer Angebote	133
7.2.1.1 Quellen zur Erhebung der Presseorganisationen und Presstitel	133
7.2.1.2 Quellen zur Erhebung der Radio- und Fernsehorganisationen und ihrer Programme	134
7.2.1.3 Quellen zur Erhebung der Anbieter von Online-Informationsmedien und ihrer Angebote	135
7.2.2 Zur Messung von Populationsgrösse und zur Berechnung der Eintrittsraten und Austrittsraten	136

7.2.3	Erhebung der Umweltbedingungen	138
7.2.3.1	Quellen zur Erhebung der Veränderung der rechtlichen Rahmenbedingungen	139
7.2.3.2	Quellen zur Erhebung der Entwicklung von Werbegeldern	139
7.2.3.3	Quellen zur Erhebung der Entwicklung von Aufmerksamkeit	141
7.2.3.4	Berechnung des Wettbewerbs zwischen und innerhalb der Populationen	142
8.	Zur Evolution der schweizerischen Mediencommunity und ihrer Medienpopulationen	143
8.1	Zur Evolution der schweizerischen Mediencommunity	143
8.1.1	Zur Entwicklung der Grösse der Community zwischen 1968 und 2013	143
8.1.2	Vergleich von Aus- und Eintrittsraten	145
8.1.3	Entwicklung des Angebots	147
8.1.4	Entwicklung der Werbeumsätze	148
8.1.5	Entwicklung der Aufmerksamkeit	151
8.2	Zur Evolution der schweizerischen Pressepopulation	155
8.2.1	Entstehung und Entwicklung der modernen Schweizer Presse	155
8.2.2	Zur Evolution der schweizerischen Pressepopulation ab 1968	162
8.2.2.1	Entwicklung der Populationsgrösse	162
8.2.2.2	Eintrittsraten und Austrittsraten	167
8.2.2.3	Exkurs: Ein- und Austrittsarten	168
8.2.2.4	Entwicklung der Angebote	171
8.2.2.5	Wettbewerb um Werbegelder	174
8.2.2.6	Wettbewerb um Aufmerksamkeit	176
8.2.3	Interpretation und Zwischenfazit	178
8.3	Zur Entstehung von Privatrado- und Privatfernsehen	182
8.4	Exkurs: Die Regulierung von Radio und Fernsehen im Wandel	184
8.4.1	Bestimmungen zu Anbietertypen: Zulassung verschiedener Subpopulationen und Regulierung des Wettbewerbsgrades	186

8.4.2	Kritische Ressourcen	188
8.4.2.1	Werbebestimmungen	188
8.4.2.2	Direkte Subventionen: Gebührensplitting	190
8.4.2.3	Versorgungsgebiete	191
8.4.3	Fazit	192
8.5	Zur Evolution der schweizerischen Fernsehpopulation	193
8.5.1	Entwicklung der Populationsgrösse	193
8.5.2	Ein- und Austrittsraten	199
8.5.3	Entwicklung des Angebots	202
8.5.4	Wettbewerb um Werbegelder	204
8.5.5	Wettbewerb um Aufmerksamkeit	206
8.5.6	Interpretation und Zwischenfazit	207
8.6	Zur Evolution der schweizerischen Radiopopulation	209
8.6.1	Entwicklung der Grösse der Gesamtpopulation und der Subpopulationen	209
8.6.2	Vergleich von Ein- und Austrittsraten	213
8.6.3	Entwicklung des Angebots	217
8.6.4	Wettbewerb um Werbeumsätze	219
8.6.5	Wettbewerb um Aufmerksamkeit	220
8.6.6	Interpretation und Zwischenfazit	221
8.7	Online-Informationsmedien	223
8.7.1	Entwicklung des Angebots	224
8.7.2	Entwicklung der Werbeumsätze	227
8.7.3	Entwicklung der Aufmerksamkeit	227
8.7.4	Interpretation und Zwischenfazit	229
8.8	Zur Evolution der schweizerischen Mediencommunity: Fazit	230
8.8.1	Entstehung und Niedergang der schweizerischen Medienpopulationen	230
8.8.2	Veränderungsprozesse aufgrund von Selektion und Retention	232

9. Zum Einfluss ausgewählter Bedingungen der Material-Ressourcenumwelt auf die Austrittsraten schweizerischer Medienpopulationen	235
9.1 Zum Wandel in der Umwelt schweizerischer Medienpopulationen – Entwicklung und Kalibrierung ausgewählter Umweltbedingungen	235
9.1.1 Outcome: hohe Austrittsraten	236
9.1.2 Ressourcen: Werbeumsätze und Aufmerksamkeit	236
9.1.3 Wettbewerb innerhalb der Populationen und zwischen den Populationen	238
9.2 Zum Einfluss ausgewählter Umweltbedingungen auf die Austrittsraten von Medienpopulationen	239
9.2.1 Notwendige Bedingungen für hohe Austrittsraten	239
9.2.2 Hinreichende Bedingungen für das Outcome	239
9.2.3 Erklärung der Austrittsraten der Pressepopulation	243
9.2.4 Erklärung der Austrittsraten der privaten Rundfunkveranstalter	244
9.2.5 Die Bedingungen populationsübergreifend betrachtet	246
9.3 Fazit	248
10. Veränderungsprozesse in Mediensystemen. Eine kritische Würdigung des Organizational-Ecology-Ansatzes zur Analyse von Mediensystemwandel.	250
10.1 Die Organizational Ecology als Prozesstheorie	250
10.2 Beschreibung und Deutung des schweizerischen Mediensystemwandels	252
10.3 Grenzen der Ecology	257
10.4 Ausblick	258
11. Bibliografie	260
11.1 Literaturverzeichnis	260
11.2 Quellen und Dokumente	275
11.2.1 Lose Quellen und Dokumente	275
11.2.2 Rechtstexte	278

Inhaltsverzeichnis

11.2.3 Aktenarchiv BAKOM – Dossiers der Radioveranstalter	280
11.2.4 Aktenarchiv BAKOM – Dossiers der Fernsehveranstalter	283
12. Anhang	286

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Die drei Mechanismen organisationaler Evolution.	48
Abbildung 2. Grössen zur Beschreibung von Populations-Veränderungsprozessen.	52
Abbildung 3. Generelle Erklärungsstruktur organisationalen Wandels.	56
Abbildung 4. Wachstumskurve von Organisationspopulationen.	62
Abbildung 5. Ressourcenraum Zeitpunkt 1.	65
Abbildung 6. Ressourcenraum Zeitpunkt 2.	66
Abbildung 7. Acht mögliche Beziehungsarten zwischen organisationalen Populationen.	70
Abbildung 8. Ausgewählte Studien von Organizational Demography und Population-Ecology zu Medienorganisationen und Medienpopulationen.	76
Abbildung 9. Ausgewählte Studien der Organizational Ecology zu Mediencommunities.	79
Abbildung 10. Einwohner (in 1000) und Grösse des Werbemarktes (in Mio. EUR) in verschiedenen europäischen Gross- und Kleinststaaten (2012).	91
Abbildung 11. Medienmärkte der Sprachregionen und angrenzende, gleichsprachige, grosse Nachbarländer im Vergleich.	92
Abbildung 12. Marktanteile ausländischer Fernsehsender in westeuropäischen Ländern (in Prozent).	93
Abbildung 13. Typisierung von Presseangeboten. Eigene Darstellung.	107
Abbildung 14. Typisierung von Radioangeboten. Eigene Darstellung.	109
Abbildung 15. Typisierung von Fernsehangeboten.	110

Abbildung 16. Schweizerische Medienpopulationen und Subpopulationen.	112
Abbildung 17. Auswahl der in der organisationsökologischen Theorie genannten Bedingungen, die die Veränderungsprozesse einer fokalen Medienpopulation beeinflussen.	114
Abbildung 18. Dreidimensionaler Eigenschaftsraum.	123
Abbildung 19. Ausschnitt aus einer hypothetischen Datenmatrix mit Fuzzy-Sets.	124
Abbildung 20. Hinreichende Bedingungen in der Fuzzy-Set-QCA.	126
Abbildung 21. «Expanded XY Plot».	128
Abbildung 22. Repräsentation der verschiedenen Abdeckungen in einem Venn-Diagramm.	129
Abbildung 23. Entwicklung der schweizerischen Mediencommunity-Grösse zwischen 1968 und 2013.	144
Abbildung 24. Austrittsraten schweizerischer Medienpopulationen zwischen 1968 und 2013.	145
Abbildung 25. Eintrittsraten schweizerischer Medienpopulationen zwischen 1968 und 2013.	146
Abbildung 26. Entwicklung der Zahl der Medienangebote und Medienorganisationen zwischen 1968 und 2013.	147
Abbildung 27. Entwicklung der (Netto-)Werbeumsätze schweizerischer Medienpopulationen zwischen 1968 und 2013.	149
Abbildung 28. Entwicklung der prozentualen Anteile der Medienpopulationen am Total der Nettowerbeumsätze zwischen 1968 und 2013.	150
Abbildung 29. Prozentuale Anteile der Medienpopulationen am Total der Rundfunk-Nettowerbeumsätze zwischen 1982 und 2013.	151
Abbildung 30. Nutzung der Angebote schweizerischer Medienpopulationen in Minuten pro Tag.	152

Abbildung 31. Entwicklung der prozentualen Anteile der Medienpopulationen am Total der Nutzung der schweizerischen Medienangebote	154
Abbildung 32. Entwicklung der Zeitungszahl in der Schweiz zwischen 1827 und 1857.	160
Abbildung 33. Entwicklung der Zahl schweizerischer Zeitungsverlage zwischen 1827 und 2013.	161
Abbildung 34. Entwicklung der Grösse der schweizerischen Pressepopulation und ihrer Subpopulationen 1968-2013.	162
Abbildung 35. Entwicklung der Grösse der schweizerischen Tages-, Wochen-Zeitungssubpopulationen 1968-2013.	164
Abbildung 36. Eintrittsraten der Presse-Subpopulationen.	167
Abbildung 37. Austrittsraten der Presse-Subpopulationen.	168
Abbildung 38. Zahl und Art der Eintritte in ausgewählte Pressesubpopulationen 1968-2013.	169
Abbildung 39. Zahl und Art der Austritte aus den Pressesubpopulationen 1968-2013.	170
Abbildung 40. Zahl der Anzeiger- und Zeitungstitel (inkl. Kopfblätter und regionale Splitausgaben).	172
Abbildung 41. Entwicklung der prozentualen Anteile der Pressesubpopulationen an den Nettowerbeumsätzen (NWU).	175
Abbildung 42. Wochenauflage von Zeitungen und Anzeigern. Ohne Grossauflagen.	176
Abbildung 43. Entwicklung der prozentualen Anteile der Subpopulationen am Anteil der gesamten Wochenauflage (ohne Grossauflagen).	177
Abbildung 44. Entwicklung der Populationsgrösse schweizerischer Fernsehveranstalter zwischen 1968-2015.	193
Abbildung 45. Entwicklung der Grösse der Subpopulationen zwischen 1968-1991.	194

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 46. Entwicklung der Grösse der Subpopulationen zwischen 1992-2006.	195
Abbildung 47. Entwicklung Zahl der Grösse der Subpopulationen zwischen 2007-2015.	198
Abbildung 48. Prozentualer Anteil der Programmausrichtung am Total der Programmangebote von Programmveranstalter von Special-Interest-Inhalten im Jahr 2015.	199
Abbildung 49. Eintrittsraten der Fernsehsubpopulationen zwischen 1985 und 2013.	200
Abbildung 50. Entwicklung des durchschnittlichen Gebührensplittungbetrags für begünstigte Veranstalter schweizerischer Fernsehprogramme in Mio. CHF.	201
Abbildung 51. Austrittsraten der Fernsehsubpopulationen zwischen 1985 und 2013.	202
Abbildung 52. Vergleich der Entwicklung der Populationsgrösse schweizerischer Fernsehveranstalter und der Zahl der von ihnen ausgestrahlten Programme.	203
Abbildung 53. Entwicklung der Nettowerbeumsätze schweizerischer Privatfernsehveranstalter zwischen 2000 und 2013 in Mio. CHF.	204
Abbildung 54. Entwicklung der prozentualen Anteile der Fernsehsubpopulationen an den Nettowerbeumsätzen (NWU).	205
Abbildung 55. Entwicklung der prozentualen Anteile der Fernsehsubpopulationen am Total der Aufmerksamkeit (Nutzung in Minuten, ganze Schweiz).	206
Abbildung 56. Entwicklung der (Sub-)Populationsgrösse schweizerischer Radioveranstalter 1968-2013.	210
Abbildung 57. Entwicklung der Subpopulationen «Veranstalter kommerzieller Programme mit General-Interest-Inhalten» und «Veranstalter komplementärer Programme» zwischen 1982 und 2013.	213

Abbildung 58. Eintrittsraten verschiedener Radiosubpopulationen zwischen 1985 und 2013.	214
Abbildung 59. Austrittsraten verschiedener Radiosubpopulationen zwischen 1985 und 2013.	216
Abbildung 60. Entwicklung der durchschnittlich an einen begünstigten Veranstalter schweizerischer Radioprogramme ausbezahlte Gebührensplittungsgelder in Tausend Schweizer Franken.	217
Abbildung 61. Entwicklung der Radiopopulationsgrösse und der von ihr produzierten Radioprogramme.	218
Abbildung 62. Entwicklung der Nettowerbeumsätze privater schweizerischer Radioveranstalter. Seit 1995 inkl. Sponsoringumsätze.	219
Abbildung 63. Nutzung der Radioprogramme der SRG, der Programme privater schweizerischer Veranstalter und der Programme ausländischer Radiosender.	221
Abbildung 64. Entwicklung der bei NET-Matrix aufgeführten Online-Informationsangebote sowie der Online-Informationsangebote ausgewählter schweizerischer Zeitungsverlage und schweizerischer Fernsehsender.	224
Abbildung 65. Nutzungsstärkste (Unique-Clients) Online-Informationsmedien-Angebote.	226
Abbildung 66. Entwicklung der Bruttowerbeumsätze von Online-Medien (Display-Werbung) in der Schweiz in Mio. CHF.	227
Abbildung 67. Entwicklung von Unique Clients und Use Time von zehn journalistischen Online-Medien.	228
Abbildung 68. Mitgliedswerte in 18 Zeiträumen von drei schweizerischen Medienpopulationen zur Analyse «hohe Austrittsraten».	240
Abbildung 69. Lösungs-Plot für das Outcome «hohe Austrittsraten».	241
Abbildung 70. Lösungspfade für das Outcome «hohe Austrittsraten».	242

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 71. Verteilung der indexierten Austrittsraten von Presse-, Radio- und Fernsehpopulation in den Untersuchungszeiträumen.	286
Abbildung 72. Verteilung der indexierten Entwicklung der Werbeumsätze von Presse-, Radio- und Fernsehpopulation in den Untersuchungszeiträumen.	287
Abbildung 73. Verteilung der indexierten Entwicklung der Aufmerksamkeit von Presse-, Radio- und Fernsehpopulation in den Untersuchungszeiträumen.	287
Abbildung 74. Verteilung des indexierten Wettbewerbsdrucks von Presse-, Radio und Fernsehpopulation je zu Beginn der Untersuchungszeiträume.	288
Abbildung 75. Verteilung des indexierten Wettbewerbsdrucks gegenüber einer fokalen Population durch die anderen Populationen je zu Beginn der Untersuchungszeiträume.	288
Abbildung 76. XY-Plot für den Lösungsterm INTER+UWU+UA.	289
Abbildung 77. XY-Plot für den Lösungsterm INTER+INTRA.	289
Abbildung 78. XY-Plot für den Lösungsterm INTRA+UWU.	290

1. Einleitung

1.1 Mediensystemwandel als Analysekategorie

Medien erbringen zentrale gesellschaftliche Leistungen. Sie sind zum einen «massgeblich an der gesellschaftlichen Formation, also an der Verbreitung von Werten, Normen und Ideen, an Vorstellungen über Gesellschaft und damit auch an der faktischen gesellschaftlichen Integration und Teilhabe beteiligt. Zum anderen sind moderne Demokratien ohne Massenmedien, welche Öffentlichkeit für politische Themen herstellen und ein Forum für politische Debatten bieten, nicht denkbar» (Puppis et al. 2013: 11). Ihre gesellschaftliche Leistung erbringen Medien in Form von Medieninhalten. Und die Produktion dieser Medieninhalte geschieht in Organisationen: Durch Medien vermittelte Kommunikation «ist immer eine organisierte Form der Kommunikation» (Donges 2008: 17).

Die Art und Qualität der Leistung, die von einer Medienorganisation erbracht wird, hängt massgeblich von der konkreten Ausgestaltung ihrer strukturellen Merkmale (Ziele, Ablauforganisation, angewandte Techniken, Mitglieder), von der spezifischen Ausgestaltung der Organisation der Medienproduktion ab. Und diese wiederum ist geprägt vom historischen Kontext ihrer Entstehung, von ihrem spezifischen organisationalen Umfeld, sowie technischen, rechtlichen, ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, kurzum von der «Umwelt» einer Medienorganisation. Umgekehrt: «(...) Die Ausgestaltung eines Mediensystems beeinflusst die Entstehung wie das Handeln in und von Medienorganisationen, welche wiederum die Medienperformanz grundlegend prägen (...)» (Puppis et al. 2013: 12). Verändern sich Mediensysteme, so kann damit unterstellt werden, verändert sich auch deren Leistung. Es ist deshalb eine zentrale Frage der Medienstrukturforschung, wie sich der langfristige Wandel von Mediensystemen untersuchen, also beschreiben und deuten, lässt.

Die jüngere Medienstrukturforschung hat sich unter Rückgriff auf Institutionentheorie, Systemtheorie, Strukturationstheorie und Organisationstheorien dem Vergleich von Mediensystemen einerseits und der Analyse von Medienorganisationen andererseits gewidmet (vgl. Puppis et al. 2013: 12) und dabei wesentlich zum Verständnis der Verhältnisse zwischen Medienleistungen, Medienorganisationen, Mediensystemen und Systemum-

1. Einleitung

welt beigetragen. Dabei ist allerdings die Analyse des langfristigen *Wandels von Mediensystemen* bislang nicht befriedigend gelungen (vgl. Künzler/Jarren 2009).

So sind Mediensystemtypologien zwar in der Lage, «die große Anzahl von Einflussfaktoren und mannigfaltigen Beziehungen ihrer Strukturelemente untereinander und zur Systemumwelt auf wenige Faktoren zu reduzieren» (Künzler/Jarren 2009: 579) und damit verschiedene Mediensysteme vergleichbar zu machen. Der Nachteil dieses Vorgehens ist allerdings, dass solche Typologien zumeist statisch und damit nicht in der Lage sind, Veränderungsprozesse in Mediensystemen detailliert nachzuzeichnen. Demgegenüber gelingt es der (medienhistorischen) Forschung, die Entstehung, Entwicklung und gegebenenfalls Agonie einzelner Medienorganisationen oder -Gattungen akribisch nachzuzeichnen. Der Preis dieser Detailtreue ist allerdings die mangelnde Generalisierbarkeit der Befunde: Aufgrund organisationaler Einzelschicksale kann nicht auf den Wandel ganzer Mediensysteme geschlossen werden.

1.2 Zielsetzung und Fragestellungen der Studie

Ausgestaltung und Wandel sozialer Strukturen in modernen Gesellschaften sind die Folge des Handelns von zwei Arten von Akteuren (vgl. Carroll/Hannan 2000: xix): (natürlichen) Personen und Organisationen (kollektiven Personen). Und es gehört «zu den soziologischen Selbstverständlichkeiten, formale Organisationen als Grundkonstituenten der gesellschaftlichen Moderne anzusehen» (Nassehi 2002: 443). Auch ist unbestritten, dass Organisationen grosse Teile der Leistungsproduktion in gesellschaftlichen Teilbereichen (Teilsystemen) erbringen (vgl. Schimank 2010: 33–34). Es scheint deshalb vielversprechend, die Analyse des Wandels solcher Teilbereiche einer Gesellschaft (hier: eines Mediensystems) über Veränderungen ihrer organisationalen Struktur zu versuchen. Dies wurde auch für die Analyse des Wandels von Mediensystemen gefolgert. So ist beispielsweise Theis-Berglmair (2002: 1) überzeugt, dass sich Organisationsansätze «gewinnbringend für die Analyse von Strukturveränderungen im Mediensektor» einsetzen lassen und jüngst haben Künzler/Jarren (2009) entsprechende Überlegungen formuliert: Über die Analyse der Veränderung von Medienorganisationstypen werde es möglich, den Wandel von Mediensystemen über die Zeit nachzuzeichnen. Mit der vorliegenden Studie wird dieser Vorschlag aufgenommen und umgesetzt. Die überge-

ordneten Zielsetzungen dieser Arbeit sind erstens die Erarbeitung eines Vorschlages zur Beschreibung und Deutung von Mediensystemwandel und zweitens die empirische Umsetzung dieses Vorschlages anhand eines Fallbeispiels. Als solches dient das schweizerische Mediensystem.

Dieses Vorhaben stellt theoretische wie empirische Herausforderungen. Zum einen sind Medienorganisationen, wenn vielleicht nicht mehr eine «vergessene Kategorie», so doch ein nach wie vor wenig erforschter Gegenstand, für den es «weder einen theoretischen Ansatz noch eine Forschungspraxis» (Altmeyden 2006: 11–12) gibt. Zweitens fehlt es auch im Medienbereich an – nur schon basalem – Wissen über organisationale Strukturen. Die Organisationsdemografie hat sich bislang weder als akademisches Feld noch als institutionalisierte Komponente im policy-making-Prozess etablieren können (vgl. Carroll/Hannan 2000: xix und Scott 2003: 4).

Das Problem mangelnder theoretischer Fundierung wird hier unter Rückgriff auf die Organizational Ecology (Organisationsökologie) angegangen. Es sind zunächst zwei Besonderheiten dieser Organisationstheorie, die diese als geeignet erscheinen lassen, Mediensystemwandel als Wandel von Medienorganisationstypen zu analysieren. Erstens ist der Untersuchungsgegenstand der Organizational Ecology in der Regel nicht eine einzelne Organisation (oder mehrere einzelne Organisationen), sondern eine Organisationspopulation (eine Menge von ähnlichen Organisationen) oder eine Organisations-Community (bestehend aus verschiedenen Populationen innerhalb eines bestimmten geografischen Gebiets). Zweitens nimmt die Theorie explizit eine historische Perspektive ein. Indem sie Organisationen als «Open Systems» (vgl. Scott 2003: 108) konzipiert, das heisst als in Umwelten eingebettet und untrennbar mit diesen verbunden, erfolgen organisationsökologische Deutungen organisationaler Veränderungsprozesse über die Analyse des historischen gesellschaftlichen Kontextes, in dem Organisationen oder Organisationspopulationen entstehen, sich verändern und verschwinden (vgl. Aldrich 2008: 55).

Nun sind evolutionstheoretische Ansätze zur Deutung von Medienwandel in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft zwar in der Vergangenheit bereits angewandt worden. Sie sind allerdings – wie generell in den deutschsprachigen Sozial- und Geisteswissenschaften – umstritten geblieben (vgl. Stöber 2008: 139). Entsprechend stellt sich erstens die Frage: *Inwiefern kann Mediensystemwandel als Evolution von Organisationstypen verstanden werden?* Und zweitens: welche Implikationen liefert die Organizational-Ecology zur Beschreibung und Erklärung von Medien-

1. Einleitung

systemwandel? Mit anderen Worten: *Wie kann der Wandel eines Mediensystems – verstanden als organisationale Evolution – beschrieben und gedeutet werden?*

Während die erste Frage anhand von theoretischen Überlegungen geklärt werden kann, beinhaltet die zweite auch eine empirische Dimension. Die Heuristiken zur Beschreibung von (Medien-)Populationswandel, resp. (Medien-)Communitywandel und die Theoriemodelle zur Erklärung dieses Wandels, werden auf das schweizerische Mediensystem angewandt und es wird geprüft, inwiefern sich diese zur Beschreibung und Deutung von Mediensystemwandel eignen.

1.3 Vorgehensweise, Aufbau der Arbeit und Methode

Die Umsetzung von Fragestellung und Zielsetzung erfolgt in drei Schritten. In einem ersten Schritt (Kapitel zwei und drei) erfolgt die theoretische Grundlegung der Studie. Danach (Kapitel vier bis sieben) wird der Stand der Literatur zum schweizerischen Mediensystemwandel besprochen, erfolgt eine Typisierung von (schweizerischen) Medienorganisationen und werden Analysedesign sowie die angewandte Methode besprochen. Im dritten Teil schliesslich erfolgt die empirische Umsetzung, indem zuerst Veränderungsprozesse innerhalb des schweizerischen Mediensystems beschrieben werden (Kapitel acht). Anschliessend folgt eine Analyse des Einflusses ausgewählter Umweltbedingungen auf die Austrittsraten¹ schweizerischer Medienpopulationen (Kapitel neun).

Kapitel zwei grenzt den Forschungsgegenstand «Mediensystem» ein. Es zeigt, inwiefern Medienorganisationen als Kernelemente von Mediensystemen bezeichnet werden können und diskutiert, inwiefern Mediensystemwandel als Wandel von Medienorganisationstypen analysiert werden kann. Danach folgen Überlegungen zur «Prozesshaftigkeit» von Veränderungen in sozialen Systemen. Dazu werden drei Topoi der Prozess-Literatur – Ereignisse, Pfade und Mechanismen – besprochen und Anforderungen an eine Theorie sozialer Prozesse formuliert.

Kapitel drei beschreibt die Organizational Ecology als Metatheorie zur Analyse von Mediensystemwandel. Diskutiert werden zuerst das Organia-

1 Die Austrittsrates einer Population ist die Zahl der in einer bestimmten Zeitperiode ausgetretenen Organisationen einer Population im Verhältnis zur Populationsgrösse zu Beginn der Periode (vgl. Kap. 3.2).

tionskonzept der Organisationsökologie und damit zusammenhängende Abgrenzungsmerkmale zu anderen Theorien. Anschliessend wird die organisationsökologische Heuristik zur *Beschreibung* organisationaler Veränderungsprozesse vorgestellt, worauf zunächst generelle Überlegungen zur *Deutung* dieser Veränderungsprozesse folgen. Die Organizational Ecology betont in diesem Zusammenhang, dass konkrete organisationale Strukturen zu einem wesentlichen Teil auf die Ausgestaltung der und Veränderungen in der Organisationsumwelt zurückgeführt werden können. Entsprechend wird zunächst diese Umwelt konzeptualisiert, um vor diesem Hintergrund verschiedene organisationsökologische Deutungsmodelle vorstellen zu können. Weil die Organizational Ecology in der deutschsprachigen Literatur eine bislang wenig rezipierte Theorie ist, fällt dieser Teil vergleichsweise umfangreich aus. Es wird damit eine weite Übersicht über Erklärungsmodelle zur Erklärung von organisationalem Wandel erarbeitet, die in der empirischen Untersuchung nicht alle überprüft werden. Es geht hier (auch) darum, später das Potential dieser Theorie abschätzen zu können. Anschliessend werden ausgewählte Organizational-Ecology-Studien zu Medienorganisationen, Medienpopulationen und Mediencommunities besprochen, sowie in der Literatur angeführte Kritik an der Organizational Ecology diskutiert. Das Kapitel endet mit Überlegungen zur Eignung dieser Theorie als Ansatz zur Analyse von Mediensystemwandel.

In Kapitel vier wird der Stand der Literatur zum *schweizerischen* Mediensystemwandel aufgearbeitet. In Kapitel fünf folgt die Typenbildung. Dabei wird erstens diskutiert, durch welche Charakteristika Medienorganisationen von anderen Organisationen abgegrenzt werden können, welche Spezifika sie aufweisen und wie diese spezifischen Eigenheiten von Medienorganisationen aus Sicht der Ecology einzuordnen sind. Zweitens wird aufgrund der in der Literatur gefundenen Typisierungen von Medienangeboten eine eigene Unterteilung von Medienorganisationen in Typen (z.B. Presseverlage) und Untertypen (z.B. Zeitungsverlage und Anzeiger-Herausgeber) vorgenommen.

In Kapitel sechs wird das Analysedesign beschrieben. Dabei werden unter Rückgriff auf Kapitel zwei und fünf verschiedene (Umwelt-)Bedingungen ausgewählt, die im dritten, empirischen Teil zur Analyse des Wandels schweizerischer Medienorganisationstypen herangezogen werden. In Kapitel sieben wird die Qualitative Comparative Analysis (QCA) als Methode zur Analyse von Mediensystemwandel vorgestellt und die Datenerhebung diskutiert. Diese stellt verschiedene, dem langen Untersuchungszeitraum geschuldete Herausforderungen. So sind zum Beispiel bestimmte

1. Einleitung

Daten (etwa Nettowerbeumsätze) erst für die jüngere Zeit vorhanden, oder wurden bestimmte Daten (z.B. Mediennutzung) über die Zeit mit unterschiedlichen Methoden erhoben und sind deshalb nur beschränkt vergleichbar.

Der empirische Teil beginnt mit Kapitel acht. Dieses ist primär deskriptiv angelegt und beschreibt den Strukturwandel des schweizerischen Mediensystems seit 1968 (für die Presse unter Rückgriff auf Literatur seit 1848). In Unterkapiteln werden die Veränderungen der schweizerischen Medientypen und ihrer Untertypen über die Veränderung ihrer Zahl, der (quantitativen) Angebotsleistung und der prozentualen Verschiebungen ihrer Relevanz (auf dem Werbe- und Nutzungsmarkt) beschrieben. Am Schluss der jeweiligen Unterkapitel werden diese Entwicklungen aus organisationsökologischer Sicht diskutiert.

Kapitel neun analysiert, welche Umweltfaktoren sich ungünstig auf die «Überlebenschancen» von Medienorganisationen auswirken, indem mittels Qualitative Comparative Analysis der Einfluss ausgewählter Umweltbedingungen auf die Austrittsraten (Outcome) schweizerischer Medienpopulationen untersucht wird. In Kapitel zehn schliesslich werden die empirischen Ergebnisse im Sinn eines Fazits gebündelt, sowie die Nutzen und Grenzen der Organizational Ecology für die Analyse von Mediensystemwandel diskutiert.

2. Mediensysteme, soziale Prozesse und organisationale Evolution

Wie die konkrete Ausgestaltung einer Medienorganisation deren Leistung beeinflusst, bestimmt auch die konkrete Art der Ausgestaltung eines Mediensystems wesentlich dessen Gesamtleistung. Verändern sich Mediensysteme, verändern sich auch deren Medienangebot und die Qualität der journalistisch aufbereiteten Informationen. Mediensystemwandel ist deshalb eine zentrale Analysekategorie der Medienstrukturforschung (vgl. Künzler/Jarren 2009: 575).

In der bisherigen Forschung zu Medienwandel lassen sich zwei Hauptzugänge erkennen: Der Vergleich mehrerer Mediensysteme auf der einen und (medienhistorische) Organisationsforschung auf der anderen Seite (vgl. Kap. 2.2). Künzler/Jarren (2009) haben vorgeschlagen, diese beiden Zugänge zu integrieren und um die Kategorie von Medienorganisationstypen zu ergänzen (vgl. Kap. 2.3). Über die Beschreibung des Wandels verschiedener Medienorganisations-Typen anstelle einzelner Medienorganisationen wird es möglich, Medienstrukturwandel zu erfassen.

Die Organisationsökologie geht davon aus, dass die Veränderung organisationaler Strukturen nicht zufällig geschieht, sondern prozesshaft abläuft (vgl. Kap. 2.5). Diese Annahme ist kompatibel mit jüngeren Vorstellungen über den Wandel von sozialen Systemen als Outcome (sozialer) Prozesse; das heisst als von Ereignissen initiiertes Wandel, der «gerichtet» und also nicht zufällig abläuft (vgl. Kap. 2.4).

2.1 Mediensystem, Medienstruktur, Medienorganisation und Medienorganisations-typen: Begriffe

Der Begriff *Mediensystem* bezeichnet «die Gesamtheit von Medienstrukturen innerhalb bestimmter politisch-geografischer Grenzen» (Künzler 2013b: 223). Medienstrukturen sind länderspezifisch, historisch und wandelbar (vgl. Kleinsteuber 2002). Es gibt deshalb trotz Globalisierungstendenzen nach wie vor gute Gründe, das Begrenzungsgebiet eines Mediensystems mit demjenigen «seines» Nationalstaates gleichzusetzen. Viele Bedingungen, die Mediensysteme prägen, sind noch immer nationenspezi-