

Verena Renneberg

# Auslandskorrespondenz im globalen Zeitalter

Herausforderungen der modernen  
TV-Auslandsberichterstattung

**VS** RESEARCH

Verena Renneberg

Auslandskorrespondenz im globalen Zeitalter

**VS** RESEARCH

Verena Renneberg

# Auslandskorrespondenz im globalen Zeitalter

Herausforderungen der modernen  
TV-Auslandsberichterstattung

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

Dissertation Universität Wien, 2009

Das Werk basiert auf der 2009 an der Universität Wien eingereichten Dissertation mit dem  
Titel "Quo vadis, Korrespondent? Die Globalisierung als Herausforderung für die Auslands-  
berichterstattung von ARD und ZDF. Untersuchung am Beispiel Lateinamerikas"

1. Auflage 2011

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2011

Lektorat: Dorothee Koch / Sabine Schöller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

[www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede  
Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist  
ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere  
für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspei-  
cherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem  
Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche  
Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten  
wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-17583-6

*"We are currently wealthy, fat, comfortable and complacent. We have currently a built-in allergy to unpleasant or disturbing information. Our mass media reflect this. But unless we get up off our fat surpluses and recognize that television in the main is being used to distract, delude, amuse and insulate us, then television and those who finance it, those who look at it and those who work at it, may see a totally different picture too late (...) But I would just like to see it reflect occasionally the hard, unyielding realities of the world in which we live. I would like to see it done inside the existing framework, and I would like to see the doing of it redound to the credit of those who finance and program it (...) The main thing is to try. The responsibility can be easily placed, in spite of all the mouthings about giving the public what it wants. It rests on big business, and on big television, and it rests at the top. Responsibility is not something that can be assigned or delegated. And it promises its own reward: good business and good television."*

Edward R. Murrow<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Murrow, Edward R.: *Speech at RINDA Convention*, vom 15. Oktober 1958, online unter URL: [http://www.rinda.org/pages/media\\_items/edward-r.-murrow-speech998.php](http://www.rinda.org/pages/media_items/edward-r.-murrow-speech998.php) [29. November 2008].

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Auslandsberichterstattung im Zeitalter der Globalisierung .....</b>	<b>13</b>
1.1 Einführung.....	13
1.2 Funktionen von Auslandsberichterstattung.....	15
1.3 Arbeitshypothesen.....	16
1.4 Schwerpunkte und Strukturierung der Arbeit.....	18
1.5 Spezifizierung des Globalisierungsbegriffs unter Berücksichtigung des erkenntnisleitenden Interesses.....	20
<b>2. Die Rolle der Medien im Globalisierungsprozess.....</b>	<b>25</b>
2.1 Die Bedeutung der Globalisierung für die Medien.....	25
2.2 Globalisierung und Ökonomisierung der Medienkommunikation.....	28
2.3 Einfluss der Globalisierung auf die Arbeitswelt .....	32
2.3.1 Auswirkungen auf Unternehmensstrukturen.....	32
2.3.2 Auswirkungen auf die Berufskultur.....	34
2.4 Folgen der Globalisierung der Medienkommunikation für das „postmoderne Subjekt“.....	37
2.5 Kommunikation und Weltgesellschaft .....	41
2.6 Auslandsberichterstattung: Domestizierungstheorie vs. Konversionstheorie.....	45
<b>3. Grundvoraussetzungen der Lateinamerika-Berichterstattung.....</b>	<b>49</b>
3.1. TV-Auslandskorrespondenten in Lateinamerika: Zwischen Traumberuf und medialer Realität 49	
3.1.1 „Völliger Wechsel der Lebensumstände“.....	50
3.1.2 Arbeitsbedingungen vor Ort.....	52
3.1.3 Die politische und wirtschaftliche Relevanz Lateinamerikas im Globalisierungszeitalter... 54	
3.2 Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen: das derzeitige Programmangebot im Überblick.....	55
<b>4. Synopse bisheriger Forschung.....</b>	<b>61</b>
4.1 Evaluierung aktueller Studien zur Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen.....	61
4.1.1 Einordnung in den aktuellen Forschungskontext.....	64
4.2 Syllabus relevanter Konzepte der Journalismustheorie.....	65
4.2.1 Prolegomenon.....	65
4.2.2 Historische Fundamentierung.....	66
4.2.3 Gatekeeper-Theorie.....	67
4.2.4 Nachrichtenwert-Theorie .....	68
4.3 Systemtheoretische Grundlagen als Legitimation einer integrativen Forschungsstrategie.....	70
4.3.1 Perspektiven des Neo-Institutionalismus.....	74
4.3.2 Perspektiven der Ökonomie.....	76

<b>5. Forschungsdesign und -strategie.....</b>	<b>77</b>
5.1 Ein synthetisiertes systemtheoretisch-orientiertes Forschungsdesign als Garant für ganzheitlichen Erkenntnisgewinn .....	77
5.1.1 Verknüpfung ökonomischer und institutioneller Dimensionen.....	79
5.1.2 Aspekte einer emergenten Agenturforschung.....	79
5.1.3 Methodische Vorgehensweise.....	80
<b>6. Strukturelle Rahmenbedingungen der TV- Auslandsberichterstattung in Deutschland.....</b>	<b>83</b>
6.1 Im Fokus: Das duale Rundfunksystem.....	83
6.1.1 Strukturen und Finanzierungskonzepte.....	83
6.1.2 Die interdependenten Strukturen der „Privaten“ .....	86
Exkurs: Global Player – regionale Einflussnahme?.....	87
6.1.3 Öffentlich-rechtliche Organisationsprinzipien: Garant für Binnenpluralität und Programmviefalt?.....	88
6.1.4 Konsequenzen für die Auslandsberichterstattung.....	93
6.2 Die „vierte Gewalt“: Zwischen Macht und Verantwortung.....	94
<b>7. Internationale Infrastrukturen .....</b>	<b>97</b>
7.1 Internationale Dependancen als infrastrukturelle Basis der Auslandsberichterstattung.....	97
7.1.1 Das Korrespondentennetz der <i>ARD</i> .....	97
7.1.2 Das Korrespondentennetz des <i>ZDF</i> .....	108
7.1.3 Vergleich der Infrastrukturen von <i>ARD</i> und <i>ZDF</i> .....	113
<b>8. Institutionelle Einflüsse auf die Auslandsberichterstattung.....</b>	<b>115</b>
8.1 Konsequenzen der institutionellen Dimensionen des Fernsehens für die Auslandsberichterstattung.....	115
8.2 Hybridität des öffentlich-rechtlichen Fernsehens.....	117
8.2.1 Empfehlung einer Reform des Finanzierungsmodells von <i>ARD</i> und <i>ZDF</i> .....	117
8.3 Konvergenz der Organisationen <i>ARD</i> und <i>ZDF</i> .....	118
8.3.1 Zwang.....	118
8.3.2 Normativer Druck.....	119
8.3.3 Imitation.....	122
8.4 Die Institutionen <i>ARD</i> und <i>ZDF</i> als Organisationen.....	124
8.5 Konsequenzen für die Auslandsberichterstattung.....	127
<b>9. Auslandskorrespondenten im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Programmauftrag</b>	<b>131</b>
9.1 Die Kommerzialisierung von <i>ARD</i> und <i>ZDF</i> .....	131
9.1.1 Ökonomisierung als Motor strukturellen Wandels.....	131
9.1.2 Programmspezifische Ökonomisierung.....	137

Exkurs: Rezipienten zwischen Angebot und Nachfrage.....	142
9.1.3 Einfluss der wirtschaftlichen Situation in Deutschland auf die Lateinamerika-Berichterstattung.....	143
<b>10. Die Situation des Auslandskorrespondenten im System des öffentlich-rechtlichen Fernsehens.....</b>	<b>155</b>
10.1 Die Vermarktung fernsjournalistischer Produkte.....	155
10.1.1 Der Auslandskorrespondent als „homo oeconomicus“.....	156
10.2 Fazit.....	162
10.2.1 Ent-Individualisierung des Korrespondentenwesens.....	163
<b>11. Lateinamerika in der aktuellen Berichterstattung des <i>Ersten</i> und des <i>ZDF</i>.....</b>	<b>165</b>
11.1 Bestandsaufnahme.....	165
11.1.1 Beispiel Bolivien.....	165
11.1.2 Finschätzungen der Lateinamerika-Korrespondenten.....	169
11.2 Die Bedeutung der Technik.....	172
11.2.1 Einfluss technischer Innovationen auf die Auslandsberichterstattung.....	175
11.3 Funktionen und Wirkungsweisen der Nachrichtenagenturen.....	177
11.3.1 Die Bedeutung von Nachrichtenagenturen im Globalisierungszeitalter.....	177
11.3.2 Die „Agenturhörigkeit“ der Heimatredaktionen.....	179
11.3.3 Die Auftragslage der Agenturen: Zwischen Angebot und Nachfrage.....	181
11.3.4 Strukturen und Motive der Agenturen.....	185
11.3.5 Nachrichtenagenturen: Gatekeeper des Informationszeitalters.....	189
11.3.6 Die Relevanz des Bewegtbildmaterials von Agenturen für Korrespondenten und Redaktionen.....	190
<b>12. Lateinamerika in der kontinuierlichen Berichterstattung.....</b>	<b>193</b>
12.1 Effizienzen der kontinuierlichen Auslandsberichterstattung.....	193
12.2 Positionierung des <i>Weltspiegels</i> im <i>Ersten</i> .....	196
12.2.1 Tradition vs. Transformation.....	197
12.2.2 Themenauswahl im Wandel: 1963 und 2008 im Vergleich.....	200
12.2.3 Konzeption und Funktion der Sendung.....	203
12.2.4 Exemplarische Analysen aktueller Beiträge des <i>Weltspiegels</i> .....	206
12.3 Gegenüberstellung von <i>Weltspiegel</i> und <i>auslandsjournal</i> .....	222
<b>13. Bewertung der kontinuierlichen Auslandsberichterstattung im <i>Ersten</i> und im <i>ZDF</i> anhand der Nachrichtenfaktoren.....</b>	<b>229</b>
13.1 Gegenüberstellung der Nachrichtenfaktoren aus Theorie und Praxis.....	229
13.1.1 Die kommunikationswissenschaftlichen Nachrichtenfaktoren nach Ruhrmann und Göbbel.....	231
13.1.2 Beitragsanalysen anhand der kommunikationswissenschaftlichen Nachrichtenfaktoren.....	234

13.1.3 Beitragsanalysen anhand der journalistischen Nachrichtenfaktoren.....	238
13.1.4 Fazit.....	240
<b>14. Die Zukunft der Lateinamerika-Berichterstattung bei ARD und ZDF.....</b>	<b>247</b>
14.1 Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten für potentielle und designierte Auslandskorrespondenten.....	247
14.2 Fokusgruppen-Diskussion: Desiderata der Rezipienten.....	251
14.3 Schlussbetrachtung.....	256
14.3.1 Empfehlung einer Reform der ARD.....	260
14.3.2 Prognosen.....	260
<b>Quellen- und Literaturverzeichnis.....</b>	<b>263</b>
Literatur .....	263
Artikel aus Zeitungen und Zeitschriften.....	269
Lexika / Nachschlagewerke.....	272
Internetquellen.....	272
Vorträge / Reden.....	273
Interviews.....	274
E-Mails.....	274
Persönliche Gespräche.....	275
TV-Beiträge.....	275
<b>Anhang.....</b>	<b>277</b>
Korrespondenten-Interviews.....	277
Aders, Thomas (10. April 2008).....	277
Buchwald, Frank (3. Juli 2007).....	283
Gargosch, Stephanie (26. Mai 2008).....	288
Pflücke, Rolf (12. Dezember 2007).....	292
Rocker, Stefan (30. November 2008).....	300
Ronneburger, Jan-Uwe (3. Juli 2007).....	305
Ruegner, Claus (26. Juni 2007).....	308
SchAAF, Stefan (12. Dezember 2007).....	310
Anonymus (7. November 2007).....	315
Sendetexte.....	322
Brasilien: „Industriepolitik fatal - Wasser nur für die Mächtigen?“.....	322
Brasilien: „Der Tanz der alten Kämpfer“.....	324
Haiti: „Wo die Menschen Erde essen“.....	325
Paraguay: „Stevia – Süßer als Zucker“.....	326
Dominikanische Republik: „U-Bahn zum Strand“.....	328
Kolumbien: „Der Leidensgenosse der Ingrid Bétancourt“.....	329
Argentinien: „One night dance – Der Tango-Escort-Service“.....	331
Brasilien: „Kurz und gut – Die Fußballzwerge von Belém“.....	332

<i>Wekspiegel</i> 2008: Sendungen und Beiträge im Zeitraum von Januar bis Juni 2008.....	334
<i>Wekspiegel</i> : Beitragsländer und -Anzahl früher und heute im Vergleich.....	342
Dank.....	347

# 1. Auslandsberichterstattung im Zeitalter der Globalisierung

## 1.1 Einführung

Im Globalisierungszeitalter muss der Auslandsberichterstattung ein völlig neuer Stellenwert zugeschrieben werden. Kein geringerer als Niklas Luhmann zeigt mit einem einzigen Satz implizit ihre Relevanz auf:

*„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“<sup>2</sup>*

Das Weltbild der Bürger<sup>3</sup> gründet im Wesentlichen auf Medieninformationen<sup>4</sup>. Darüber hinaus erlangen politische Entscheidungen nicht mehr nur auf lokaler, regionaler und nationaler, sondern auch auf EU- und internationaler Ebene persönliche Relevanz für den Bürger, den Rezipienten. Gleiches gilt für wirtschaftliche Ereignisse. Weltweite politische und ökonomische Entwicklungen sind – direkt oder indirekt – ausschlaggebend für die berufliche Karriere, die Wahl des Arbeitsplatzes und des Lebensmittelpunktes, wie Axel Schwanebeck bestätigt:

*„Das berufliche Fortkommen, die persönlichen finanziellen Ambitionen und nicht zuletzt das Privatleben sind in steigendem Maße davon abhängig, wie Arbeit zukünftig auf der Erde unter den Bedingungen des Internets und der globalen Dezentralisierung verteilt wird, wie Finanzströme den Planeten in Sekundenbruchteilen umrunden und damit das Börsenverhalten weltweit bestimmen“<sup>6</sup>.*

Die Interdependenzen der globalen Finanzströme sind nicht von der Hand zu weisen. Darüber hinaus können sie sich – und das zeigt die gegenwärtige weltweite Finanzkrise – auf die finanzielle Lage der Menschen aller Erdteile direkt auswirken. blieb die gegenwärtige Krise zunächst auf den Immobilienmarkt der USA beschränkt, so haben sich die globalen Abhängigkeitsverhältnisse nur allzu schnell gezeigt: Unversehens waren sowohl Unternehmen als auch Privatpersonen auf anderen Kontinenten betroffen.

In diesem Kontext ist bereits die Frage zu stellen, inwiefern die Auslandsberichterstattung den Anforderungen im Globalisierungszeitalter gerecht wird: möglicherweise hätte ein profunder investigativer Auslandsjournalismus die Lage auf den

---

<sup>2</sup> Luhmann, 2004, S. 9.

<sup>3</sup> Zwecks besserer Lesbarkeit der vorliegenden Arbeit wird der Begriff nicht geschlechtsspezifisch differenziert. Es sind stets beiderlei Geschlechter gemeint. Gleiches gilt für alle weiteren Begriffe, welche nicht nach Geschlecht spezifiziert werden.

<sup>4</sup> Vgl. u.a. Schulz, W., 2003, S. 38-40.

<sup>5</sup> Schwanebeck, 2003, S. 15.

Finanz- und Immobilienmärkten der USA früher recherchieren und analysieren können. Und eventuell hätten die Verantwortlichen und Betroffenen in Deutschland und im Rest der Welt früher reagieren bzw. oder intervenieren können.

Niemand kann bei jedem relevanten Ereignis persönlich anwesend sein. Deshalb sind die Menschen auf die Berichterstattung der Medien<sup>6</sup> angewiesen, ja sogar von ihr abhängig. Mit der Globalisierung sind somit unweigerlich neue Anforderungen an den Journalismus verbunden. Schwanebeck exponiert in diesem Zusammenhang die Bedeutung der TV-Auslandsberichterstattung im Zeitalter der Globalisierung:

*„In einer globalisierten Welt ist es für den Fernsehzuschauer besonders wichtig, über alle Ereignisse auf der Erde umfassend informiert zu werden.“<sup>7</sup>*

Das Fernsehen liefert über bloße Informationen hinaus bewegte Bilder und akustische Eindrücke. Dem Großteil der Bundesbürger dient es als mediale Hauptinformationsquelle<sup>8</sup>. Jedoch werden Qualität und Quantität der Auslandsberichterstattung nicht nur von externen Kritikern, sondern auch von prominenten Fernsehjournalisten selbst in Frage gestellt, so auch von Sonia Mikich<sup>9</sup>:

*„Es ist paradox. Noch nie waren die Deutschen so verflochten mit dem Ausland, wirtschaftlich und politisch. Noch nie so abhängig vom Verstehen des Weltgeschehens (...) Fruchtbare Zeiten für Korrespondenten und Reporter also? Nicht zwingend.“<sup>10</sup>*

Die Gründe für diesen Zweifel sollen innerhalb der Fragestellung, inwieweit nun die TV-Auslandsberichterstattung den Bedürfnissen der Rezipienten im Globalisierungszeitalter gerecht wird, in dieser Arbeit ganzheitlich analysiert werden.

Der Vollständigkeit halber soll an dieser Stelle noch eine anerkannte Definition von Auslandsberichterstattung angeführt, welche im Jahr 2002 von dem Erfurter Kommunikationswissenschaftler Kai Hafez aufgestellt wurde. Nach Hafez muss unter Auslandsberichterstattung

---

<sup>6</sup> Mit „Medien“ sind in diesem sowie im gesamten Kontext der vorliegenden Arbeit ausschließlich journalistische Medien gemeint. Aus diesem Grunde ist hier auch nur von „den Medien“, wie im deutschen Sprachgebrauch üblich, die Rede – ganz im Gegensatz zu Luhmanns Begriff der Massenmedien, die alle Ausprägungen der Massenkommunikation, so auch Werbung und PR, einschließen, vgl. Luhmann, 2004. Luhmann betrachtet den Journalismus innerhalb des Systems der Massenmedien als einen „Programmbereich“, der neben der „Werbung und der Unterhaltung“ angesiedelt ist, vgl. Kohring, 2004, S. 192. Klaus-Dieter Altmeyen nimmt darauf aufbauend eine Trennung zwischen Medien und Journalismus vor, vgl. Altmeyen, 2006.

<sup>7</sup> Schwanebeck, 2003, S. 15.

<sup>8</sup> Vgl. Reitze, Helmut/ARD-Werbung, 2006, S.66 f.

<sup>9</sup> Mikich ist Fernsehjournalistin des WDR, ehemals Redakteurin und Reporterin der „Programmgruppe Ausland Fernsehen“ des WDR, Leiterin des ARD-Studios in Moskau und Korrespondentin in Paris, aktuell Redaktionsleiterin und Moderatorin des Polit-Magazins *Monitor*, das im ersten Programm der ARD wöchentlich ausgestrahlt wird, vgl. URL: <http://www.wdr.de/tv/monitor//mikich/biographic.php5> [10. November 2008].

<sup>10</sup> Mikich, 2003, S. 119.

*„jedes System der journalistischen Informationsvermittlung verstanden werden, in dessen Verlauf Informationen und Nachrichten staatliche Grenzen überschreiten“<sup>11</sup>.*

Im Fokus der Untersuchungen steht die Auslandsberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten ARD (*Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland*<sup>12</sup>) und des ZDF (*Zweites Deutsches Fernsehen*). Dies wird in Abschnitt 3.2 näher begründet.

## 1.2 Funktionen von Auslandsberichterstattung

Sinn und Zweck von Auslandsberichterstattung ist die umfassende Information der Bürger über das Weltgeschehen. Doch Auslandsberichterstattung muss über die bloße Informationsvermittlung hinaus gehend weitaus mehr leisten. Axel Schwanebeck differenziert in diesem Zusammenhang in drei Funktionen<sup>13</sup>, nämlich in eine Informationsfunktion, eine Interpretationsfunktion und eine politische Funktion. Diese Unterscheidung erscheint bei näherer Betrachtung der Materie sinnvoll. Somit dient sie diesem Kapitel als Grundlage. Im Folgenden wird nun näher auf diese Differenzierung eingegangen. Die Interpretationsfunktion von Auslandsberichterstattung liegt laut Schwanebeck in der Vielzahl und Vielfalt der Meldungen aus dem Ausland begründet:

*„In dieser Hinsicht kommt der Auslandsberichterstattung des Fernsehens eine prominente Bedeutung zu. Ihr obliegt es, Nachrichten, Meinungen und Fakten zu den unterschiedlichsten Begebenheiten auf der Erde zu selektieren, zu interpretieren und weiterzuleiten.“<sup>14</sup>*

Schwanebeck definiert die Interpretationsfunktion jedoch sehr allgemein: „Auslandsberichterstattung soll den Fernsehzuschauern bei der Orientierung über die aktuellen Ereignisse auf der Erde helfen“<sup>15</sup>. Diese Deutungsfunktion kann aber konkreter formuliert bzw. in zwei Ebenen differenziert werden. Auf der ersten Stufe dient sie den Rezipienten zur Einordnung des jeweiligen Ereignisses in einem Gesamtkontext. Erst anhand von Hintergrundinformationen und dem Aufzeigen von Zusammenhängen wird ein Großteil der Geschehnisse in der Ferne erst verständlich. Auf der Basis von Hintergründen und Zusammenhängen vollzieht sich die Interpretationsfunktion der zweiten Stufe:

---

<sup>11</sup> Hafez, 2002, S. 24.

<sup>12</sup> Dieser Name wurde vor der Gründung des ZDF gefunden und etabliert.

<sup>13</sup> Laut Schwanebeck resultiert die Einteilung diese Differenzierung aus den Diskussionen und Analysen der Fachtagung „Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen“ im Rahmen der „21. Tutzinger Medientage“ im Jahr 2003, vgl. Schwanebeck, 2003, S. 14.

<sup>14</sup> Ebd., S. 15.

<sup>15</sup> Ebd., S. 14.

Auslandsberichterstattung soll dem Publikum Orientierungshilfe bieten und lässt sich im Globalisierungszeitalter in fünf Sphären<sup>16</sup> unterscheiden:

- Orientierungshilfe bei der Berufswahl,
- Orientierungshilfe bei der Wahl des Arbeitsplatzes und des Wohnortes,
- Orientierungshilfe bei der Wahl von Urlaubs- und Reisezielen,
- Orientierungshilfe bei eventuellen Investitionen im Ausland,
- Orientierungshilfe als Basis der Prägung des Weltbildes.

Diese Differenzierung geht über das Modell Schwanebecks hinaus, erscheint aber durchaus sinnvoll aufgrund der persönlichen Relevanz für den Zuschauer. Wie bereits erwähnt, soll Auslandsberichterstattung, so Schwanebeck, der Völkerverständigung dienen. Darin bestehe ihre politische Funktion. Doch diese Aufgabe geht über die rein journalistischen Kompetenzen des Auslandskorrespondenten hinaus und muss vielmehr auf dem Feld der Diplomatie<sup>17</sup> angesiedelt werden. Aus diesem Grund wird dieser dritte Aspekt im Rahmen der nachfolgenden Analysen der Auslandsberichterstattung zur Gänze exkludiert, da seine Untersuchung den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Im Fokus der Arbeit steht primär die Frage, ob die Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen ihre Interpretationsfunktion erfüllt, denn dieser kommt die größte Relevanz für den Rezipienten zu.<sup>18</sup>

### 1.3 Arbeitshypothesen

Die Verfasserin hat sich mit der Thematik der Auslandsberichterstattung bereits über einen Zeitraum von rund zehn Jahren sowohl akademisch als auch professionell beschäftigt. Vor diesem Hintergrund schließt sie sich der subjektiven Einschätzung Schwanebecks (s.o.) an. Folgende Arbeitshypothesen werden im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit untersucht:

*These:*

*Die Auslandsberichterstattung von ARD und ZDF wird den Anforderungen des Globalisierungszeitalters nicht gerecht.*

---

<sup>16</sup> Auch bei Schwanebeck findet sich diese Differenzierung in fünf Bereiche, allerdings nur implizit, vgl. Schwanebeck, 2003, S. 15.

<sup>17</sup> Vgl. auch Schwanebeck, 2003, S. 26 ff.

<sup>18</sup> Schwanebeck kommt im Übrigen zu dem Ergebnis, dass die Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen alle drei Funktionen nur bedingt erfüllt. Leider basiert sein Fazit nicht auf Untersuchungen, sondern ist die „subjektive Einschätzung des Verfassers“, Schwanebeck, 2003, S. 29.

Bereits der Begriff „Auslandsberichterstattung“ impliziert, dass der Fokus auf der Vermittlung von Informationen – im Gegensatz zur Unterhaltung – liegt. Der Bericht an sich ist eine journalistische Darstellungsform, die über die bloße Nachricht hinausgehend Hintergründe und Zusammenhänge liefert.<sup>19</sup> Nachrichten und Berichte versorgen die Zuschauer mit Informationen. Im Zeitalter der Globalisierung haben Beiträge aus dem Ausland für das Publikum oftmals die gleiche Relevanz wie Informationen aus dem Inland. Denn Ereignisse und Entscheidungen im Ausland können heutzutage ebenso Konsequenzen in bzw. Auswirkungen auf das eigene Land haben, z.B. auf Arbeitsplätze, Wirtschaft und Politik. Auslandsberichterstattung hat die Aufgabe, den Rezipienten Orientierungshilfe zu bieten und trägt darüber hinaus zur Prägung ihres Weltbildes bei. Diese Aufgaben erfüllt die Auslandsberichterstattung gegenwärtig nicht und wird somit den Anforderungen im Globalisierungszeitalter keinesfalls gerecht. Um eine prägnante, zielorientierte und verständliche Strukturierung des vorliegenden Werkes zu gewährleisten und die Thematik ganzheitlich zu bearbeiten, werden der Ausgangsthese die beiden Unterthesen a) und b) beigeordnet:

*Unterthese a):*

*Die Auslandsberichterstattung unterliegt seit geraumer Zeit einem Wandel, der jedoch auf Konkurrenzkauf und ökonomischem Druck, nicht aber auf der Erfüllung der durch die Globalisierung entstandenen Anforderungen gründet.*

An die Stelle einer angemessenen profunden Berichterstattung, die Hintergründe und Zusammenhänge aufzeigt, um dem Zuschauer Orientierungshilfen zu bieten, tritt die Boulevardisierung der Auslandsberichterstattung. An die Stelle der Information tritt die Unterhaltung. Begründet ist dieser Wandel im Quotendruck, der den Wettstreit zwischen privatwirtschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Sendern dominiert und in der zunehmenden Ökonomisierung der Medien.

*Unterthese b):*

*Auslandsberichterstattung ist geprägt von weiteren externen Faktoren, jedoch nicht von Zensur und Bürokratie im Gastland, sondern von internen und auch externen Einflüssen.*

Die unter Journalisten und Medienrezipienten weit verbreitete These, Zensur und Bürokratie vor Ort würden die Arbeit eines Auslandskorrespondenten erheblich erschweren, ist schnell widerlegt.<sup>20</sup> Im Prinzip gibt es keine Faktoren im Gastland, welche die Arbeit des Korrespondenten so sehr beeinflussen, wie die in der Heimat verankerten. Zu diesen zählen politische und wirtschaftliche Einflüsse sowie die Nachrichtenagenturen. Ihr Einfluss auf die Inhalte sind – vor allem in der aktuellen Berichterstattung – immens. Wie diese Einflussnahme zustande kommt und welche Konsequenzen sie auf die aktuelle, aber auch die hintergründige Berichterstattung nimmt, das wird im weiteren Verlauf dieser Arbeit

---

<sup>19</sup> Vgl. u.a. Schönenbom, 2002a, S.144.

<sup>20</sup> Vgl. 1.5.2.

analysiert. Es ist hinzuzufügen, dass die Unterthese a) bevorzugt an der mittelfristigen Berichterstattung eines Magazins untersucht wird, während die Unterthese b) besser im Kontext der aktuellen Berichterstattung zu analysieren ist. Es gilt, im Verlauf der Arbeit beide Subthesen anhand von Beispielen aus der Praxis zu konkretisieren, zu analysieren und – idealiter – anhand der Untersuchungsergebnisse zu belegen. Im Gesamtkontext nehmen die Aussagen der für diese Arbeit interviewten Korrespondenten eine zentrale Rolle ein. Vor dem Hintergrund ihrer Statements werden bestimmte Aspekte erst verständlich.

#### 1.4 Schwerpunkte und Strukturierung der Arbeit

Der Forschungsfokus der vorliegenden Arbeit liegt auf der journalistischen TV-Auslandsberichterstattung im Zeitalter der Globalisierung. Dieses Werk konzentriert sich dabei ausschließlich auf die Arbeit bzw. die Produkte von Auslandskorrespondenten. Kriegs- und Krisenberichterstattung ist von den Untersuchungen ausgeschlossen, ebenso wie der Reisejournalismus. Wie bereits erwähnt spielt Reisejournalismus bzw. spielen Reiseberichte keine elementare Rolle für den Rezipienten, von etwaigen Urlaubsentscheidungen einmal abgesehen. Da es sich nicht um die Analyse punktueller, sondern der Möglichkeit nach kontinuierlicher Berichterstattung handelt, ist auch die Kriegs- und Krisenberichterstattung von der vorliegenden Arbeit ausgeschlossen: Weltweite politische und wirtschaftliche Entwicklungen sind ausschlaggebend für die Wahl des Berufs, des Arbeitsplatzes, eventueller Finanzinvestitionen und des Lebensmittelpunktes. Sie betreffen alle Zuschauer. Diesbezügliche Informationen können die Rezipienten fast ausschließlich aus den Medien beziehen. Neben der Informationsvermittlung ist es Aufgabe der Medien, den Rezipienten Orientierungshilfe zu bieten und internationale Ereignisse und Entwicklungen in einen Gesamtkontext einzuordnen.<sup>21</sup> Mit der Globalisierung sind somit unweigerlich neue Anforderungen an den Journalismus verbunden. Diese gilt es zu untersuchen unter besonderer Berücksichtigung der Ressorts „Wirtschaft“ und „Politik“.

Inwiefern und ob die Medien ihrer Rolle als Informationsvermittler gerecht werden, wird im Kontext der These diskutiert, die Medien würden in den westlichen Demokratien die Rolle der „vierten Gewalt“ einnehmen: Demnach treten die Medien neben die Exekutive, Legislative und Judikative als sogenannte Publikative. Diesem wissenschaftlichen Diskurs widmet sich Abschnitt 4.1.5. Auch eine Bestandsaufnahme des dualen Rundfunksystems der Bundesrepublik Deutschland in Abschnitt 4.1 soll als notwendige Basis der Analyse dienen. Darauf aufbauend wird – um eine umfassende Untersuchung des im Titel postulierten Themas der Arbeit zu gewährleisten – das Verhältnis des Journalismus, bzw. der Medien, zu Politik und Wirtschaft in Kapitel 5 analysiert. Im

---

<sup>21</sup> Vgl. 1.2.

Anschluss daran wird der Fokus auf den Schwerpunkt dieser gerichtet: Wird die deutsche TV-Auslandsberichterstattung den Anforderungen im Globalisierungszeitalter gerecht? Dieser Frage wird systematisch im Hauptteil der Arbeit nachgegangen. Als Basis dienen die theoretischen Überlegungen der Abschnitte 3.2 bis 3.4. Der Globalisierung ist – kontextualisiert mit den für diese Arbeit bedeutenden Themenspektren – ein eigenes Kapitel unter 1.4 gewidmet, das der Orientierung dient.

Ohne Globalisierung gäbe es keine Auslandsberichterstattung, zumindest nicht in dem gegenwärtigen quantitativen Umfang. Und ohne Auslandsberichterstattung gäbe es wiederum keine Auslandskorrespondenten, bzw. vice versa ohne Auslandskorrespondenten keine Auslandsberichterstattung. Der TV-Auslandskorrespondent nimmt eine zentrale Stellung im Verlauf der vorliegenden Analyse ein. Aus diesem Grunde ist ihm en détail das dritte Kapitel gewidmet, in dem u.a. Arbeitsfeld und Berufsbild beschrieben werden.

Neben dem Korrespondenten bedarf es einer zweiten Ressource, welche die TV-Auslandsberichterstattung erst ermöglicht: die Technik<sup>22</sup>. Ohne moderne Aufzeichnungs- und Übertragungstechniken wäre die Auslandsberichterstattung, wie wir sie kennen, nicht möglich. Aber nicht nur für die TV-Berichterstattung aus dem Ausland ist die Technik von Bedeutung, sondern vorrangig für die Nachrichtenagenturen. Deren Bedeutung für die Auslandsberichterstattung wird unter 11.3 untersucht. Für die Untersuchungen wird bewusst die deutsche Fernsehlandschaft gewählt, da es in der Bundesrepublik zwei öffentlich-rechtliche Hauptprogramme gibt: das Gemeinschaftsprogramm der ARD, genannt *Das Erste*, und das des ZDF. Ein Vergleich der Auslandsberichterstattung beider Programme bietet sich nicht nur an, sondern ist der Analyse im Wesentlichen dienlich. Eine Begründung dieser Entscheidung findet sich in Kapitel 6. Es wird auch gezeigt, dass die Untersuchung der Auslandsberichterstattung der privatwirtschaftlichen Sender für die vorliegende Arbeit größtenteils nicht geeignet ist.

Zur Eingrenzung des breiten Untersuchungsfelds der Auslandsberichterstattung, wird der Fokus auf die Berichterstattung aus Lateinamerika gerichtet. Eine Analyse der Berichterstattung von allen Kontinenten würde den Rahmen dieser sprengen. In Abschnitt 3.1.3 wird die Auswahl Lateinamerikas begründet. Um eine ganzheitliche Bearbeitung der Thematik zu gewährleisten, werden die Aus- und Fortbildung von Auslandskorrespondenten, sowie die Ansichten von Zuschauern zum Gegenstand des abschließenden 14. Kapitels erhoben. Der Abschnitt 14.1 zum Thema Aus- und Fortbildung von Auslandskorrespondenten wird schließlich über die Darlegung der gegenwärtigen Situation hinausgehend eine Prognose für die Zukunft der Auslandsberichterstattung ermöglichen. Die Meinungen und Wünsche von Zuschauern wurden im Rahmen einer Fokusgruppen-Diskussion eingeholt und runden die vorliegende Arbeit gemeinsam mit

---

<sup>22</sup> Vgl. 11.2.

einem Blick in die Zukunft der Auslandsberichterstattung und einer Schlussbetrachtung diese Arbeit ab.

## 1.5 Spezifizierung des Globalisierungsbegriffs unter Berücksichtigung des erkenntnisleitenden Interesses

„Globalisierung“ ist ein Kernbegriff der vorliegenden Arbeit. Zwar steht die Auslandsberichterstattung im Globalisierungszeitalter im Zentrum der Arbeit, womit der Globalisierung selbst eine auf den ersten Blick lediglich eine passive Rolle zuzukommen scheint. Dennoch ist die genaue Definition des Begriffs „Globalisierung“ grundlegend für die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Untersuchungen und Analysen im Allgemeinen sowie für das folgende zweite Kapitel, das der Interdependenz Globalisierung und Medien gewidmet ist, im Besonderen.<sup>23</sup> Einer bekannten klassischen Definition zufolge ist unter Globalisierung per definitionem ausschließlich das weltweite Zusammenwachsen der Wirtschaft zu verstehen. So verzeichnet der *Brockhaus* unter „Globalisierung“:

*„Globalisierung: Bezeichnung für die zunehmende Internationalisierung des Handels, der Kapital- sowie der Produkt- und Dienstleistungsmärkte und die internationale Verflechtung der Volkswirtschaften.“<sup>24</sup>*

Die globale Bedeutung der Wirtschaft hebt auch Martin Wagner hervor, in dem er folgenden Anspruch an Auslandskorrespondenten erhebt:

*„Wer die Welt verstehen will, muss die wirtschaftlichen Zusammenhänge kennen.“<sup>25</sup>*

Doch über die bloßen internationalen wirtschaftlichen Verknüpfungen haben Innovationen aus den Bereichen Technik und Kommunikation dazu beigetragen, dass die Globalisierung im 21. Jahrhundert immer mehr Lebensbereiche erfasst. Carsten Winter und Günter Lang stellen in diesem Kontext heraus, dass das Phänomen der Globalisierung noch nie allein auf den wirtschaftlichen Sektor beschränkt war, sondern seit jeher mit anderen Sektoren verknüpft ist:

*„Tatsächlich meint Globalisierung viel mehr als ökonomische Entwicklungen, die ja ihrerseits nie ausschließlich ökonomische, sondern immer auch politische sowie kulturelle und soziale Facetten aufweisen.“<sup>26</sup>*

---

<sup>23</sup> Historische Definitionen des Begriffs „Globalisierung“ werden an dieser Stelle bewusst nicht aufgeführt, da sie – wenngleich zweifellos interessant – im Kontext der vorliegenden Arbeit irrelevant sind.

<sup>24</sup> URL: [http://www.brockhaus-suche.de/suche/abstract.php?shortname=b15&artikel\\_id=1000001301&verweis=1](http://www.brockhaus-suche.de/suche/abstract.php?shortname=b15&artikel_id=1000001301&verweis=1) [15. Mai 2008].

<sup>25</sup> Wagner, 2001, S. 30.

<sup>26</sup> Winter/Lang, 2005, S. 118.

Dieses erweiterte Verständnis von Globalisierung spiegelt sich auch in einigen Definitionen neuerer Nachschlagewerke wie dem *Fischer Weltalmanach 2007* wieder:

*„Die Globalisierung hat ökonomische, kulturelle, soziale und ökologische Aspekte.“<sup>27</sup>*

Aus dieser Umschreibung der Globalisierung wird bereits ihre Komplexität ersichtlich. Eggo Müller deutet diese Vielschichtigkeit hingegen vielmehr als separate Einzelprozesse, die erst unter dem Dach des Globalisierungsbegriffes verknüpft werden, ergänzt die betroffenen Bereiche jedoch noch um den der Medien:

*„Unter dem Stichwort der 'Globalisierung' werden bekanntlich einschneidende ökonomische, politische, soziale, kulturelle und (medien-)technologische Entwicklungen der vergangenen Jahrzehnte zusammengefasst.“<sup>28</sup>*

Winter und Lang gelangen deshalb zu dem Schluss, dass Globalisierung „somit der Begriff für die komplexe Verwobenheit einer Vielzahl von globalen Teilprozessen“<sup>29</sup> (s.u.) ist. Die Bedeutung der Kommunikation in diesem Kontext wird jedoch – jenseits der Kommunikationswissenschaften, deren Verständnis von Globalisierung im folgenden Kapitel thematisiert wird – erst von Klaus von Dohnanyi exponiert:

*„Globalisierung ist eben der gesamte Prozess weltweiter Kommunikationsverflechtungen.“<sup>30</sup>*

Von Dohnanyi erhebt den Kommunikationsprozess selbst zum Wesen der Globalisierung. Nach Ansicht der Verfasserin wird jedoch erst eine differenziertere Definition dem komplexen Phänomen der Globalisierung gerecht. Denn der Aspekt der Kommunikation ist neben dem Aspekt des Transports vielmehr als Voraussetzung der Globalisierung anzusehen. Oftmals werden beide Faktoren als sogenannte „Säulen der Globalisierung“ definiert:

*„Erst die relativ sinkenden Kosten für Transport- und Kommunikation und die parallele Verbreitung globaler Transport- und Kommunikationsnetze haben neue Produktions-, Vermarktungs- und Absatzstrategien sowie einen allgemeinen globalen Austausch ermöglicht.“<sup>31</sup>*

Somit wird deutlich, dass erst Transport und Kommunikation die Globalisierung ermöglicht haben und ermöglichen. Die nach Meinung der Verfasserin genaueste und aktuellste und für diese Forschungsarbeit grundlegende Beschreibung und Ausdifferenzierung wurde von Helga Reimann aufgestellt. Reimann spezifiziert Globalisierung als einen „Prozess“, der „alle Lebensbereiche erfasst“ und nicht mehr allein die „Expansion multinationaler Konzerne“<sup>32</sup>

---

<sup>27</sup> Fischer Weltalmanach 2007, S. 631.

<sup>28</sup> Müller, F., 2001, S. 9.

<sup>29</sup> Winter/Lang, 2005, S. 118.

<sup>30</sup> Dohnanyi, 1999, S. 12.

<sup>31</sup> Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): *Globalisierung: Transport- und Kommunikationskosten*, online unter URL: [http://www.bpb.de/wissen/5TRK99,0,0,Transport\\_und\\_Kommunikationskosten.html](http://www.bpb.de/wissen/5TRK99,0,0,Transport_und_Kommunikationskosten.html) [10. Mai 2008].

<sup>32</sup> Reimann, 2002, S. 7.

betrifft. Nach Reimann geht die Globalisierung mit der Entwicklung eines neuen Weltbildes einher, nämlich mit der Vorstellung von einer Interdependenz aller Bewohner aller Kontinente:

*„das Bewusstsein, dass das Geschehen in Teilen der Welt Menschen in anderen Erdteilen auch massiv betreffen kann, ob das Kriege, ökologische Katastrophen, Finanzkrisen, Bevölkerungswachstum oder Perioden wirtschaftlichen Wachstums und des Friedens sind.“<sup>63</sup>*

Im Bewusstsein der Menschen verschiedener Länger um die o.a. Interdependenzen gründet der Stellenwert der Auslandsberichterstattung im Globalisierungszeitalter. Auch bei Reimann findet sich implizit der Hinweis auf die Bedeutung der Auslandsberichterstattung. Die Nutzung von Satelliten für die weltweite Fernsehübertragung und die Beschleunigung der Luftfahrt machen für Reimann „die Einheit der Menschheit auf diesem Globus deutlich.“<sup>64</sup> Hans-Hagen Härtel und Rolf Jungnickel exponieren ebenfalls die

*„wichtige Rolle [die] Transport- und vor allem Informations- und Kommunikationssysteme“<sup>65</sup> spielen.*

Reimann stützt sich bei ihrer innovativen Definition und ihren Ausführungen zur Globalisierung u.a. auf Niklas Luhmann und dessen Begriff der „Weltgesellschaft“<sup>66</sup>. Auch Luhmann unterstreicht die Bedeutung von Transport und Kommunikation, welche die Weltgesellschaft – als Produkt der Globalisierung – erst ermöglichen:

*„Die Weltgesellschaft ist dadurch entstanden, dass die Welt durch die Prämissen weltweiten Verkehrs vereinheitlicht worden ist. Alle Menschen können miteinander interagieren.“<sup>67</sup>*

Dass nicht alle Menschen gleichermaßen und direkt miteinander kommunizieren können, ist evident. In diesem Kontext hebt Luhmann – wie bereits zitiert – die Bedeutung der Massenmedien hervor. Auch Bernd Blöbaum betont:

*„Die moderne Gesellschaft ist gekennzeichnet durch einen Zuwachs und eine Verdichtung von Kommunikation.“<sup>68</sup>*

Verdichtung und Expansion von Kommunikation überwältigen schließlich, so Micha Brumlik, die alte Weltordnung. Neben die Weltgesellschaft tritt die Weltöffentlichkeit:

*„Die Ordnungs- und die Störgrößen der alten, noch nicht globalisierten Welt, nämlich politisch geordneter Raum und personal strukturierte menschliche Körper, scheinen angesichts elektronischer Telekommunikation stetig an Bedeutung zu verlieren, eine Weltöffentlichkeit scheint im Entstehen begriffen zu sein.“<sup>69</sup>*

---

<sup>63</sup> Ebd., S. 8.

<sup>64</sup> Ebd.

<sup>65</sup> Härtel/Jungnickel, 2001, S. 67.

<sup>66</sup> Luhmann, 1986, S. 66.

<sup>67</sup> Luhmann, 1998.

<sup>68</sup> Blöbaum, 2004, S. 203.

<sup>69</sup> Brumlik, 2003, S. 133.

Die Kommunikation nimmt somit eine zentrale Stellung in der globalisierten Welt ein. Um die Rezeption von Nachrichten und Informationen aus allen Erdteilen zu gewährleisten, ist Journalismus erforderlich. Und hierin wiederum liegt die zentrale Stellung der Auslandsberichterstattung im Zeitalter der Globalisierung begründet. Darüber hinaus sehen Jens Müller und Roland Schröder in diesem Zusammenhang in der Globalisierung einen „multidimensionalen Prozess“ mit sozialen und kulturellen Tendenzen (s.o.), der somit per se *„den Journalismus und dessen Aufgaben im Spannungsfeld der Globalisierung betrifft.“*<sup>40</sup>

Die spezifischen neuen Herausforderungen an die Auslandsberichterstattung, die Müller und Schröder bestätigen somit implizit, dass die Globalisierung neue Anforderungen an den Journalismus stellt. Die Herausforderungen an die Auslandsberichterstattung soll in diesem Zusammenhang im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit analysiert werden. Vorab muss jedoch die Position der Medien im Globalisierungsprozess facettenreich beleuchtet werden, was im folgenden Kapitel geschehen wird, da ihnen, wie Eggo Müller konstatiert, „eine entscheidene Rolle“ zukommt, und zwar:

*„als Objekt wie als Moment eines Modernisierungsprozesses, in dem die Grenzen von Zeit, Raum und 'Nation' für die Ströme von Kapital, Konsumgütern und Kultur mehr und mehr an Bedeutung verlieren.“*<sup>41</sup>

Die Medien sind folglich nicht nur selbst von der Globalisierung betroffen, sie sind auch selbst Akteure dieses weltweiten Entwicklungsprozesses. Nur Kraft der Medien können raum-zeitliche Grenzen überwunden werden: Der Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler Klaus Müller spitzt die Bedeutung der Medien im Globalisierungsprozess noch drastischer zu:

*„Jenseits politischer Stellungnahmen lässt sich Globalisierung als die raum-zeitliche Ausdehnung sozialer Praktiken über staatliche Grenzen, die Entstehung transnationaler Institutionen und Diffusion kultureller Muster beschreiben – ein Prozess, der sich durch seinen Tiefgang, seine Geschwindigkeit und seine Reichweite von konventionellen Formen der Modernisierung unterscheidet.“*<sup>42</sup>

Geschwindigkeit und Reichweite gründen dabei auf den (neuen) Medien und ihren Technologien. Dieser neuartige Modernisierungsprozess birgt dabei zugleich Chancen als auch Risiken für die Medien, den Journalismus und die Auslandsberichterstattung in sich, wie nun im Folgenden ausgeführt wird.

---

<sup>40</sup> Müller/Schröder, 2008, S. 99.

<sup>41</sup> Müller, E., 2001, S. 9.

<sup>42</sup> Müller, K., 2002, S. 8.

## 2. Die Rolle der Medien im Globalisierungsprozess

### 2.1 Die Bedeutung der Globalisierung für die Medien

Globalisierung ist weder beschränkt auf den Finanz- und Wirtschaftssektor, wie soeben gezeigt wurde, noch ist sie etwa eine „Erfindung“ des 21. Jahrhunderts, sondern ein seit Jahrhunderten voranschreitender Prozess. Peter E. Fäßler teilt diesen Prozess in vier Phasen ein, nämlich in die der „Protoglobalisierung“ (1500 – 1840)<sup>43</sup>, sowie die erste „Globalisierungsphase“ (1840 – 1914)<sup>44</sup>, die „zweite Globalisierungsphase“ (1945 – 1989/90)<sup>45</sup> und schließlich die „dritte Globalisierungsphase“ (seit 1990)<sup>46</sup>. Während die Protoglobalisierung nach vorherrschender Meinung durch die von Europa ausgehende Kolonialisierung geprägt war<sup>47</sup>, wurde die erste Globalisierungsphase durch den Imperialismus geprägt. Dieser ist wiederum als ein Ergebnis der industriellen Revolution zu sehen, die eine Verknappung nationaler Rohstoffe und Agrarprodukte aufgrund des steigenden Konsums mit sich brachte. Die zweite Globalisierungsphase<sup>48</sup> war geprägt von einer bipolaren Weltordnung und vom Kalten Krieg. Die gegenwärtige dritte Phase ging nicht von Nationalstaaten aus, sondern basiert auf einer weltweiten Deregulierung der Märkte in den 1970er Jahren und wird auch als „neoliberal“<sup>49</sup> tituliert.

Der Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler Klaus Müller sieht in der Ende der 1970er Jahre einsetzenden Deregulierung der Weltwirtschaft Indikatoren der ökonomischen Globalisierung, „die ein Denken in nationalökonomischen und nationalstaatlichen Kategorien anachronistisch erscheinen lässt.“<sup>50</sup> Dazu zählt die Expansion der Handelsbeziehungen zwischen Staaten, zunehmende Auslandsinvestitionen und die Liberalisierung der Devisen- und Kapitalmärkte. Hinzu kam das Ende des Kalten Krieges

---

<sup>43</sup> Fäßler, 2007, S. 60 f.

<sup>44</sup> Ebd., S. 74 f.

<sup>45</sup> Ebd., S. 120 f.

<sup>46</sup> Ebd., S. 153 f.

<sup>47</sup> Vgl. u.a. Bayly, Christoph A.: ‚Archaische‘ und ‚moderne‘ Globalisierung in *Eurasien und Afrika, ca. 1750 – 1850*, in: Conrad, Sebastian/Eckert, Andreas/Freitag, Ulrike [2007] (Hrsg.): *Globalgeschichte – Theorien, Ansätze, Themen*, Frankfurt am Main: Campus Verlag, S. 81 – 108, S. 92.

<sup>48</sup> Auch postkoloniale Globalisierung, vgl. u.a. Conrad, Sebastian/Eckert, Andreas: ‚Globalgeschichte, Globalisierung, multiple Modernen: Zur Geschichtsschreibung der modernen Welt‘, in: Conrad, Sebastian/Eckert, Andreas/Freitag, Ulrike [2007] (Hrsg.): *Globalgeschichte – Theorien, Ansätze, Themen*, Frankfurt am Main: Campus Verlag, S. 7 – 50, S. 21.

<sup>49</sup> Vgl. u.a. Afhecht, 2001, o. S.

<sup>50</sup> Müller, K., 2002, S. 8.

und der Zerfall der Sowjetunion 1991: „das Schwinden unversöhnlicher Konflikte in einer immer enger zusammenrückenden Welt“<sup>51</sup> in der „nationale Entwicklungsmodelle und Sonderwege jenseits des Kapitalismus ... ihre Überzeugungskraft“<sup>52</sup> verloren.<sup>53</sup> Die Nachrichtentechnik entwickelte sich parallel zum Globalisierungsprozess und begleitete die Epochen der Globalisierung von Anfang an bis auf den heutigen Tag, wie an späterer Stelle ausgeführt wird. Genau genommen reichen ihre Anfänge bis ins hohe Altertum zurück, wie der Wiener Medienphilosoph Frank Hartmann hervorhebt:

*„Die Nachrichtentechnik, deren Geschichte bis in die Antike zurückweist, hat im 19. Jahrhundert mit der Telegraphie als erster Anwendung der Elektrizität eine neue Übertragungsform ausgebildet. Kommunikationen wurden zu Telekommunikation, Botschaften konnten plötzlich schneller reisen als Boten, die Weltwahrnehmung änderte sich zusehends, inmitten der Industriekultur kündigte sich das Zeitalter der Information an.“<sup>64</sup>*

Auch Andreas Hepp, Friedrich Krotz und Carsten Winter konstatieren übereinstimmend, dass seit Anbeginn der Geschichtsschreibung „Kommunikationsprozesse über verschiedene Gemeinschafts-, Kultur- und Staatsgrenzen“ hinweg bekannt sind. Sie hätten „seit Etablierung der elektronischen und dann digitalen Medien (Telegrafie, Telefon, Radio, Satellitenfernsehen, Internet, Mobiltelefon usw.) diese kommunikativen Konnektivitäten“<sup>55</sup> intensiviert und veralltäglich. Das gegenwärtige Informationszeitalter ist also durch die interaktive Medienkommunikation geprägt; der aktive Gebrauch sowie der passive Konsum von Medienprodukten hat sich etabliert und ist ein Bestandteil des Alltags geworden.<sup>56</sup> Nachdem anfangs Nachrichten, Meldungen und Mitteilungen nur für einen Sender und nur einen oder wenige Empfänger bestimmt waren, begann die Globalisierung der Medien im Sinne multipler Kommunikation mit dem Aufkommen der Nachrichtenagenturen, wie Carsten Winter und Günter Lang herausstellen:

---

<sup>51</sup> Ebd., S. 9.

<sup>52</sup> Ebd., S. 8.

<sup>53</sup> Heute, im Jahr 2009, stellt sich jedoch die Frage, ob sich der fundamentale Islamismus zu einem Gegenpol zur US-amerikanischen Vormachtstellung in der Welt entwickeln wird.

<sup>54</sup> Hartmann, 2006, S. 9.

<sup>55</sup> Hepp/Krotz/Winter, 2005, S. 8.

<sup>56</sup> Da in diesem Abschnitt von der Globalisierung weltweit, nicht nur bezogen auf Deutschland oder Europa die Rede ist, muss an dieser Stelle die Einschränkung vorgenommen werden, dass global betrachtet die Mediennutzung keineswegs allen Menschen in gleichem Maße oder überhaupt zugänglich ist und sich der Alltagsgebrauch nicht auf alle Staaten und Regionen der Welt bezieht. Zwar wird im Zuge der Globalisierung gem der Begriff des „global village“, des globalen Dorfes aufgenommen (s.u.), welcher von Marshall McLuhan geprägt wurde (vgl. McLuhan, Marshall [2004]: *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, Dresden: Verlag der Kunst), doch, wie Eggo Müller hervorhebt, verhält es sich mit dem sogenannten „global village“ wie mit jedem anderen Dorf auch: „der 'geschrumpfte' Globus bleibt – wie jedes Dorf – ein durch Ungleichheit gekennzeichneter gesellschaftlicher Raum: Zum ersten ist schon der Zugang zu den Medien auf der Welt äußerst ungleich verteilt, und insbesondere vom Internet sind manche Entwicklungsländer noch immer gleichsam abgeschnitten“, Müller, 2001, S. 10.

*„Globale Aktivitäten der Medienbranche starten in der Mitte des 19. Jhd. mit den Nachrichtenagenturen Reuters (Großbritannien), Havas (Frankreich) und Wolff (Deutschland), die jedoch trotz ihrer internationalen Aktivitäten noch lange von der Politik ihrer Länder abhängig blieben.“<sup>57</sup>*

An dieser Stelle soll nicht weiter auf die Geschichte und die gegenwärtige Rolle der Nachrichtenagenturen im Mediensystem eingegangen werden, da dieser Themenkomplex ausführlich im Abschnitt 11.3 beleuchtet wird. Vorab sei jedoch erwähnt, dass am Anfang der Nachrichtenagenturen keine technischen sondern allenfalls logistischen Innovationen standen: die Nachrichten wurden tatsächlich mit Brieftauben von z.B. England aus auf das europäische Festland transportiert.<sup>58</sup> Somit muss nach Ansicht der Verfasserin diese prä-technisierte Ära der internationalen Informationsübertragung als Beginn der systematisierten Auslandsberichterstattung gewertet werden – neben den Reise- bzw. Erfahrungsberichten von Abenteurern und Forschungsreisenden, die ihre Erlebnisse nicht nur in Büchern, sondern auch in Monats-, Wochen- oder Tageszeitungen publizierten.

Die Globalisierung von Medienprodukten wurde rund 50 Jahre später durch die Anfänge der Spielfilmindustrie initiiert.<sup>59</sup> Heute gehören neben den US-amerikanischen Hollywood-Blockbustern auch die Produkte der indischen Filmindustrie („Bollywood“) zu den erfolgreichsten Produkten der Medienindustrie.<sup>60</sup> Im Sektor der TV-Serien-Produktion dominieren weltweit lateinamerikanische Telenovelas und in den Bereichen Quizshow und Reality-TV kommen mit *Big Brother* und *Who wants to be a Millionaire* die international erfolgreichsten Formate aus Europa.<sup>61</sup>

Die für die vorliegende Arbeit bedeutendste ökonomische Innovation im Medienbereich war die Etablierung des privaten Rundfunks,<sup>62</sup> welche als eine direkte Konsequenz der Globalisierung zu deuten ist: Vor rund einem Vierteljahrhundert drängte die werbetreibende Wirtschaft gemeinsam mit den Produzenten von Marken-Konsumgütern auf die Zulassung privater Fernseh- und Hörfunkprogramme, um in ihrem Rahmen ihre Produkte zu bewerben:

*„Seit Mitte der 1980er Jahre, als der Videomarkt entstand, die Satellitentechnik immer weiter Verbreitung fand und das Fernsehen weltweit zum Leitmedium geworden war, nahm der Druck der großen global agierenden Markenartikler und Werbetreibenden zu, zusätzlich zu den gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen auch privatwirtschaftlich organisierte Rundfunkprogramme zuzulassen.“<sup>63</sup>*

---

<sup>57</sup> Winter/Lang, 2005, S. 119.

<sup>58</sup> Vgl. 11.3.

<sup>59</sup> Vgl. Hepp, 2008, o.S.

<sup>60</sup> Vgl. ebd.

<sup>61</sup> Vgl. ebd.

<sup>62</sup> Vgl. Kapitel 6.

<sup>63</sup> Winter/Lang, 2005, S. 119.

Welche Konsequenzen sich daraus für das neu entstandene „Duale Rundfunksystem“ in Deutschland und für die TV-Auslandsberichterstattung ergaben und wie sich die Konsequenzen auch heute noch auswirken, wird in Kapitel 6 detailliert analysiert. Vorwegzunehmen ist jedoch, dass die Kommerzialisierung der Auslandsberichterstattung – von der auch die öffentlich-rechtlichen Sender betroffen sind – somit ebenfalls als direkte Folge der Globalisierung interpretiert werden muss. Eine weitere Kommerzialisierungswelle brach fast zeitgleich, Anfang der 1980er Jahre über die Medien herein: In der US-amerikanischen Medienbranche kam es zu den ersten Übernahmen und Zusammenschlüssen großer Medienkonzerne. Das führte dazu – so Winter und Lang – dass sich

*„die Zahl der knapp fünfzig Unternehmen, die zu Beginn der 1980er Jahre die US-Märkte sektoral dominierten, durch Übernahmen oder Zusammenschlüsse etwa halbierte“<sup>64</sup>*

Somit wurde der Grundstein für das Entstehen von Medienimperien und Global Playern gelegt.

## 2.2 Globalisierung und Ökonomisierung der Medienkommunikation

Zwar betont Fäßler, dass Global Player „in der Vergangenheit maßgeblichen Einfluss auf den Globalisierungsverlauf genommen“ haben und „auch in der Zukunft eine gewichtige Rolle spielen“<sup>65</sup> dürften, jedoch darf, wie im folgenden gezeigt wird, weder ihre Relevanz im Bezug auf die Globalisierung überbewertet werden (s.u.), noch soll ihnen im Rahmen der vorliegenden Arbeit eine allzu große Bedeutung zugemessen werden.<sup>66</sup>

Einer bekannten und nachvollziehbaren Argumentation zufolge sind Global Player im Mediensektor treffender als „transnationale Unternehmen“ (TNU)<sup>67</sup> zu definieren. Gegenwärtig steht es es aus kulturellen<sup>68</sup> politischen Gründen<sup>69</sup> außer Frage, dass ein Medienunternehmen im journalistischen Bereich tatsächlich weltweit agieren, d.h. ein Produkt auf allen Märkten in gleicher Weise implementieren kann. Diese Auffassung teilen auch Otfried Jarren und Werner Meier:

---

<sup>64</sup> Ebd.

<sup>65</sup> Fäßler, 2007, S. 191.

<sup>66</sup> Allerdings ist – im Umfang der Arbeit der Relevanz im Gesamtkontext angemessen – der Exkurs: Global Player – regional Einflussnahme? in Kapitel 6 der Betrachtung international agierender Medienkonzerne gewidmet.

<sup>67</sup> Altvater/Mahnkopf, 2007, S. 271.

<sup>68</sup> Es ist evident, dass televisionäre Sehgewohnheiten regional bzw. national oder kulturell verschieden sind, allein Kleidung und Musik-Geschmack variieren von Land zu Land.

<sup>69</sup> Ein US-amerikanischer TV-Sender wird z.B. mit einem Programm, das für den US-amerikanischen Markt bzw. Zuschauer konzipiert ist, in letzter Konsequenz niemals auf einem kulturell konträr geprägten Markt vollkommene Akzeptanz finden und umgekehrt.

*„Selbst Medienkonzerne haben beim Verkauf von Produkten und Dienstleistungen spezifische Marktbedingungen und kulturspezifische Charakteristika zu berücksichtigen: think global act local“ oder 'all business is local' heisst [sic] das Motto. Folglich dominieren selbst bei den weltweit grössten [sic] Medienunternehmen lediglich und vorrangig multinationale Strategien.“<sup>70</sup>*

Folglich sind nationale und kulturelle Unterschiede in der globalisierten Welt seitens der Rezipienten doch keineswegs von sekundärer Relevanz und es bleibt unklar, ob sich in dieser Hinsicht ein Wandel, eine vollkommene Globalisierung aller Menschen und aller Lebensbereiche hin zu einer real existenten Weltgesellschaft (s.u.) jemals vollziehen wird.<sup>71</sup> Eggo Müller belegt, dass es ein

*„statistisches Faktum ist, dass Fernsehprogramme der nationalen Produktion deutlich vergleichbaren internationalen Programmen vorgezogen werden, wenn die Zuschauer die Wahlmöglichkeit haben.“<sup>72</sup>*

An dieser Stelle sei einmal erwähnt, dass selbst wenn bestimmte TV-Serien, Spielfilme und Shows ausnahmslos weltweit auf Akzeptanz treffen würden, so gäbe es noch immer ein fernsehjournalistisches Genre, das zu keinem Zeitpunkt alle Menschen gleichermaßen ansprechen würde: die Auslandsberichterstattung. Für die einen ist das Land, über das berichtet wird, ihr Heimatland, für andere ein Nachbarland oder ein Land in der gleichen Region oder auf dem gleichen Kontinent. Für andere ist es ein exotisches Land, fernab der Heimat. Hafez bringt dieses Dilemma wie folgt treffend auf den Punkt:

*„Während nämlich Bilder der gesellschaftlichen Natwelt durch eine Synthese aus Primär-, Sekundärsozialisation und direkter Erfahrung entstehen, fehlt dem Verbraucher bei der Verarbeitung von Informationen über andere Nationen oder Kulturen in der Regel die direkte Erfahrung.“<sup>73</sup>*

In diesem Kontext erhebt Hafez den konkreten Vorwurf an die Auslandsberichterstattung, sie würde das Geschehen in der Welt von einem nationalen anstelle eines globalen Standpunkts aus kolportieren:

*„Die inhaltliche Gestaltung der Auslandsberichterstattung ist jedoch vielfach durch nationale Perspektiven, Stereotype, kurz durch partikulare statt durch globale Perspektiven geprägt.“<sup>74</sup>*

Hafez hat unstreitbar Recht, wenn er behauptet, dass die Medien Berichte aus der nationalen Perspektive aufbereiten. Dass dabei oftmals Klischees bedient werden steht außer Frage und wird auch im späteren Verlauf der Arbeit thematisiert. Doch geht nach Ansicht der Verfasserin die Forderung zu weit, aus einer nicht näher definierten globalen Perspektive zu berichten, da dieser Anspruch den Funktionen von Auslandsberichterstattung<sup>75</sup> schlichtweg nicht entspricht. Rezipienten, die in unterschiedlichen Ländern leben, hätten niemals den

---

<sup>70</sup> Jarren/Meier, 1999, S. 234.

<sup>71</sup> Vgl. hierzu 2.5.

<sup>72</sup> Müller, E., 2001, S. 15.

<sup>73</sup> Hafez, 2005, S. 39.

<sup>74</sup> Hafez, 2005, S. 41.

<sup>75</sup> Vgl. 1.2.

gleichen Wissensstand und das gleiche Hintergrundwissen über die Ereignisse, über die berichtet wird. Die Blicke richten sich aus den verschiedensten Perspektiven auf das Beitragsland: für den einen wäre ein Beitrag zu oberflächlich, für den anderen wiederum zu unverständlich, weil er aus der Ferne Zusammenhänge und kulturelle Hintergründe niemals so durchdringen könnte wie jemand, der im Nachbarland oder in der Region lebt. Auch die Etablierung medialer Unterhaltungsformate bzw. -sendungen im Ausland erweist sich als nichtunproblematisch. Neben die kulturellen und politischen Barrieren, die vom „Gastland“ ausgehen, treten aber auch Faktoren der Situation im Heimatland, die Einfluss auf die Beschaffenheit der Medienkonzerne und ihre Produkte nehmen. Die Unternehmensstrukturen<sup>76</sup> und folglich ihre Existenz und Beschaffenheit sind zumeist mit den „Bereichen Wirtschaft, Politik und Kultur gekoppelt“, so Jarren und Meier. Aus diesem Grund seien Produkte und Unternehmen nicht problemlos aus ihrer angestammten Umgebung herauszulösen:

*„Aufgrund der Internationalisierung von Massenmedien sind alle Medienunternehmen mit ihren Aufgaben, Leistungen, publizistischen Produkten und deren Auswirkungen auf Staat und Gesellschaft vielfältig mit den Bereichen Wirtschaft, Politik und Kultur gekoppelt. Medienunternehmen sind dabei sowohl auf (sprach-)kulturelle Akzeptanz zur Konstituierung wie auch zur Entwicklung von Märkten und Produkten anhaltend angewiesen. Die dadurch entstehenden und nachhaltig wirkenden sozio-ökonomischen, sozio-politischen und sozio-kulturellen Bindungen und die daraus resultierenden 'Traditionen' erschweren die Abkoppelung von Medienunternehmen und Produkten aus ihren angestammten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld.“<sup>77</sup>*

Der ökonomische Faktor im Kontext des Exports von Medienprodukten ist nicht zu unterschätzen. Dies gilt nicht nur im Falle fiktionaler Produktionen, sondern vor allem für das Informationssegment. Längst schon wurde – wie später am Beispiel der Nachrichtenagenturen in Kapitel 11 verdeutlicht werden wird – das ökonomische Potential dieses medialen Bereiches entdeckt. Das liegt allein schon in der Tatsache begründet, dass, so Altvater und Mahnkopf, der „Output des Informationssektors ... erheblich stärker als der Produktionssektor wächst“<sup>78</sup>. Die Ursache hier ist nicht allein in der Globalisierung zu sehen, die aufgrund von internationaler politischer und ökonomischer Interdependenzen die Informationen aus der Ferne für den Rezipienten in der Heimat relevant macht. Vielmehr hat das Wachstum des Informationssektors ökonomische Gründe, wie Hartmann konstatiert:

---

<sup>76</sup> Vgl. 2.3.1.

<sup>77</sup> Jarren/Meier, 1999, S. 234.

<sup>78</sup> Altvater/Mahnkopf, 2007, S. 326.

*„Die Innovationen der Medienmoderne drehen sich alle um eine technische Kommunikationsrevolution, die nicht nur Warenströme beschleunigt und rationalisiert, sondern in neuartigen Datenräumen die Information selbst zur Ware gemacht hat.“<sup>79</sup>*

Diese Thematik soll an dieser Stelle jedoch nicht weiter ausgeführt werden, da sie an späterer Stelle im weiteren Verlauf der Arbeit zum Tragen kommt.<sup>80</sup> Weitaus globaler als die Expansion von Medienunternehmen und der Export von Medienprodukten erweist sich die Globalisierung der Medienkommunikation. Hierbei handelt es sich um die kommunikative Vernetzung des einzelnen, im weiteren Sinne einzelner Gruppen, Konzerne, Organisationen usw. Hepp spricht hierbei von der „Konnektivität durch Medienkommunikation“<sup>81</sup>. Somit ist unter Globalisierung der Medienkommunikation die weltweite Intensivierung von medialen Kommunikationsbeziehungen zu verstehen. Hepp definiert diese als vielschichtigen Prozess insofern,

*„als wir ihn nicht auf ein Medium oder eine Gruppe von Medien – beispielsweise der digitalen Medien – reduzieren können. Die Globalisierung der Medienkommunikation im oben skizzierten Sinne wird von Internet und Mobilkommunikation ebenso 'getragen' wie von (Satelliten)Fernsehen und Film. Vielschichtig ist der Prozess aber auch, weil wir beispielsweise aus der Dominanz einzelner Konzerne auf der Ebene der Produktion keine Schlussfolgerungen in Bezug auf die Medienproduktion oder deren alltägliche Aneignung ziehen können.“<sup>82</sup>*

Winter und Lang gehen über die Definition Hepps sogar noch hinaus und definieren die Globalisierung der Medienkommunikation allumfassend als „komplexen historischen Metaprozess vieler Teilprozesse, von denen die ökonomischen sicherlich nicht die unwichtigsten sind.“<sup>83</sup> Hier werden neben der Komplexität auch die geschichtliche Entwicklung und Bedeutung der Interaktion verschiedener Einzelprozesse exponiert. Darüber hinaus stellen Winter und Lang aber auch die Bedeutung der Ökonomie heraus, die auch nach Ansicht der Verfasserin keinesfalls außer Betracht gelassen werden darf. Die Begründung für die Relevanz der Ökonomie finden Winter und Lang nicht nur auf dem Feld der Global Player, sondern vor allem in der Synthetisierung ursprünglich autonomer Medienbereiche. Sie sind der Auffassung,

*„dass Globalisierungsprozesse für die Medien- und Kommunikationsbranche eine immer größere Rolle spielen. Die Zeiten haben sich geändert. Die Medienökonomie und ihre Dynamik kann nur noch als globale Dynamik angemessen beschrieben und verstanden werden, wobei diese globale Dynamik zuletzt eine globale konvergente Dynamik geworden ist, da zusätzlich zu nationalen*

---

<sup>79</sup> Hartmann, 2006, S. 11.

<sup>80</sup> Die Betrachtung der Medien-Globalisierung aus ökonomischer Sicht ist vielmehr ein facettenreicher Abriss als eine allumfassende Analyse der gegenwärtigen Entwicklungen im Kontext der vorliegenden Arbeit und kann keinen Anspruch auch Vollständigkeit erheben, da dies den Rahmen dieses Werkes sprengen würde.

<sup>81</sup> Hepp, 2008, o.S.

<sup>82</sup> Ebd.

<sup>83</sup> Winter/Lang, 2005, S. 119.

*Grenzen auch die zwischen den ursprünglich getrennten Branchen Telekommunikation, Information, Medien und Entertainment (TIME) aufhören zu bestehen.<sup>64</sup>*

Dass infolge der „globalen Dynamik“ nicht nur nationale oder kulturelle Grenzen vermeintlich negiert werden, sondern auch die verschiedenen Bereiche der Medien auf neuartige Weise in einander greifen und dadurch sogar auf ungeahnte Art und Weise zur Aufhebung kultureller Grenzen beitragen können, wird in den nun folgenden Abschnitten 2.3 und 2.4 aufgezeigt.

## 2.3 Einfluss der Globalisierung auf die Arbeitswelt

### 2.3.1 Auswirkungen auf Unternehmensstrukturen

Die Globalisierung der Medienkommunikation bringt direkte Konsequenzen für die Arbeit und die Strukturen in Unternehmen mit sich. Davon sind nicht nur die Global Player und transnationale Unternehmen betroffen, sondern im Grunde alle Unternehmen mit mehr als einer Niederlassung im In- oder Ausland. Die auf den medialen Innovationen der jüngeren Vergangenheit – wie dem Internet oder dem Intranet, welche die Kommunikation auf direktem und schnellem Wege gestatten – basierenden Unternehmensstrukturen ermöglichen die intensive Vernetzung und Kooperation verschiedener Firmensitze, die über den Globus verteilt sind. Diese innovativen „leistungsfähigen Infrastrukturen“ ermöglichen, so Altvater und Mahnkopf

*„eine informationstechnische Integration von allen (auch räumlich weit zerstreuten) Unternehmensseinheiten, die an der Produktion und Distribution von Gütern und Dienstleistungen beteiligt sind.“<sup>65</sup>*

Diese Infrastrukturen sind in Unternehmen mit mehreren Standorten aber auch für eine neue Form des Zentralismus verantwortlich,<sup>66</sup> unabhängig davon wie dezentralisiert die Strukturen an sich angelegt sind, da, so Altvater und Mahnkopf,

*„die Knotenpunkte, die Handels-, Verteilungs-, Verkehrsnetze, die Informations- und Beziehungsnetze zusammenführen und verbinden, weiter an Bedeutung gewinnen.“<sup>67</sup>*

---

<sup>64</sup> Ebd., S. 117.

<sup>65</sup> Altvater/Mahnkopf, 2007, S. 285.

<sup>66</sup> Inwiefern sich das föderalistische Organisationsprinzip der ARD im Globalisierungszeitalter als obsolet erweist, wird im weiteren Verlauf der diesem Werk an verschiedenen Stellen analysiert und abschließend in Abschnitt 14.3.1 diskutiert. Zwar verfügt die ARD über zentrale Schnittstellen, wie die ARD-Programmdirektion in München, doch sind die wenigen Schnittstellen wiederum auf mehrere Standorte verteilt.

<sup>67</sup> Altvater/Mahnkopf, 2007, S. 287.