

# rezensionen:kommunikation:medie n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

## Wolfgang Seufert, Hardy Gundlach: Medienregulierung in Deutschland

Redaktion · Donnerstag den 12. Oktober 2017

*Rezensioniert von Klaus Beck*



Die beiden MedienökonomInnen Wolfgang Seufert (Jena) und Hardy Gundlach (Hamburg) haben nach fünf Jahren mitunter als rasant empfundenen Medienwandels die zweite Auflage ihres „Handbuchs für Wissenschaft und Studium“ vorgelegt. Auf rund 460 Seiten, die gegenüber der ersten Auflage an Umfang, aber leider nicht an Lesefreundlichkeit gewonnen haben, bieten die beiden Verfasser einen systematisch gegliederten und umfassenden Überblick der Medienregulierung. Der medienökonomischen Herkunft und Expertise von Seufert und Gundlach ist es zu danken, dass die Darstellung, die logischerweise nicht ohne reichlich juristisches Material auskommt, auch für Nicht-Juristen verständlich geschrieben ist. Die Studierenden, aber nicht nur diese, wissen dies zu schätzen, wie die Tatsache der Neuauflage zeigt.

Im Mittelpunkt des Bandes steht weniger die Darstellung der Strukturen des Mediensystems, sondern – wie der Titel verspricht – die Regulierung, also die politisch intendierte Steuerung (bzw. Steuerungsversuche) von Medienorganisationen und -märkten. Die Verfasser konzentrieren sich auf Presse, Rundfunk und die meinungsrelevanten publizistischen Onlinemedien, während Buch, Film und Online-Spiele nur am Rande behandelt werden.

Der Leser wird nicht lange mit politikwissenschaftlichen Steuerungstheorien aufgehalten. Seufert und Gundlach versuchen, die konkreten Regulierungsziele und -maßnahmen klar und differenziert zu vermitteln: Neben den kommunikationspolitischen Zielen spielen wettbewerbs- und industriepolitische Zielsysteme eine wichtige Rolle, d. h. die publizistikwissenschaftliche Sichtweise wird wie zu erwarten durch eine stark (medien-)ökonomische sinnvoll ergänzt. Deutlich

werden dabei auch Spannungsfelder benannt sowie die unschönen Alternativen Staatsversagen und Marktversagen behandelt.

Der zweite, rund 230-seitige Teil B des Bandes beschreibt dann (mit Stand Mitte 2016) die medienspezifischen Regulierungen für Presse und Trägermedien, Rundfunk, Telemedien, Onlinemedien und Plattformen. Hier werden die einschlägigen Gesetze und Staatsverträge, wo notwendig differenziert nach Bundesländern und in tabellarischen Zusammenstellungen, auch vergleichend präsentiert. Die wirtschaftsrechtlichen Regulierungen von Wettbewerb, Werbekommunikation, geistigem Eigentum (Urheberrecht) und Datenschutz sowie die Medienförderung werden im zweiten Kapitel dieses Teils behandelt. Hier trägt die 2. Auflage auch der gestiegenen Bedeutung von Daten als Ware und dementsprechend dem regulatorischen Datenschutz in der medienvermittelten Kommunikation durch ein neu eingefügtes kurzes Kapitel Rechnung.

*Medienregulierung in Deutschland* bietet mehr als ein handbuchartiges Nachschlagewerk auf neuem Stand: Zu den einzelnen Kapiteln werden den Studierenden Übungsaufgaben gegeben, und zu deren Lösung folgen am Ende des Bandes dann hilfreiche Hinweise.

Fazit: Die zweifellos mühsame Aktualisierung des Handbuchs hat sich gelohnt bei einem Standardwerk, das in keiner Fachbibliothek aber auch in keiner persönlichen Handbibliothek (und sei sie digital) fehlen sollte.

*Links:*

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Wolfgang Seufert an der Universität Jena](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Hardy Gundlach an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Klaus Beck an der FU Berlin](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Donnerstag den 12. Oktober 2017 um 08:00  
in der Kategorie: [Einzelrezension](#), [Rezensionen](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\) Feed](#) verfolgt werden.  
Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.