Joachim Trebbe, Universität Freiburg-Fribourg (Schweiz)

Zum Wintersemester 2003/04 ist Joachim Trebbe von der Spree an die Saane-Sarine übersiedelt, um an der Universität Freiburg-Fribourg als assoziierter Professor das Fach Medien- und Kommunikationswissenschaft im Allgemeinen sowie die empirische Kommunikationsforschung im Speziellen zu vertreten.

Der neue Professor hat in Göttingen Sozialwissenschaften mit dem Schwerpunkt Publizistik, Sozialpsychologie und Statistik studiert. Nach Abschluss des Studiums war er Studienleiter am Göttinger Institut für angewandte Medienforschung und Lehrbeauftragter an den kommunikationswissenschaftlichen Instituten der Universitäten Göttingen und Leipzig.

Von 1994 bis 1999 war Joachim Trebbe wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin, an der er im Jahre 1996 mit einer Arbeit zur publizistischen Vielfalt in lokalen Räumen promovierte. Danach arbeitete er in Berlin als wissenschaftlicher Assistent und vertrat eine Hochschuldozentur an der Universität Göttingen.

Die Schwerpunkte der Arbeit von Joachim Trebbe liegen im Bereich der empirischen Medieninhalts- und Mediennutzungsforschung. Daneben führt er zusammen mit Hans-Jürgen Weiss die Fernsehprogrammanalyse der deutschen Landesmedienanstalten durch.

Die Umstände in Freiburg-Fribourg wollen es, dass das hiesige Personal der französischen Sprache mächtig ist. Daran arbeitet Joachim Trebbe mit Fleiß und Ausdauer. Mit anderen Worten: ein herzliches Grüezi oder »Soyez le bienvenu«.

LOUIS BOSSHART

Nachruf

Axel Zerdick (5.11.1941 – 3.11.2003)

Am 3. November 2003, kurz vor seinem 62. Geburtstag, verstarb Dr. rer. pol. Axel Zerdick, seit 1980 Professor für Ökonomie und Massenkommunikation am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin. Axel Zerdick hat wissenschaftlich-beruflich mehrere Leben gelebt, im *Zeitverlauf* und *zeitgleich*. Abwechslungsreichtum und Vielseitigkeit waren für ihn Lebenselixier – und Zeit und Aufmerksamkeit die »wirklich knappen Ressourcen«, wie er es auch in seinen Vorträgen immer wieder betonte. Er hielt die Aussage »Ein Tag hat nur 24 Stunden« für wissenschaftlich »falsch« und versuchte, seine Erkenntnis für das (Arbeits)Leben zu nutzen.

In den 1960er Jahren hat Zerdick zunächst Elektrotechnik in Berlin und Hamilton/Kanada studiert, dann Rechtswissenschaften und Betriebswirtschaftslehre an der FU Berlin (1968 Diplom-Kaufmann). Nach einem Forschungsaufenthalt in Japan promovierte er zum Thema »Fusionskontrolle in Japan«. Er war Wissenschaftlicher Assistent und ab 1971 Assistenzprofessor am Institut für Konzentrationsforschung der FU Berlin. 1975 wurde er Professor für Produktionstheorie an der Fachhochschule für Wirtschaft Berlin, 1980 erhielt er die damals am Berliner Publizistik-Institut neu geschaffene Professur, die – erstmals für den deutschsprachigen Raum – exklusiv dem später so benannten Bereich »Medienökonomie« gewidmet war.

Zeit seines Lebens war er nach eigenen Aussagen »mit Leib und Seele Betriebswirt«, dem »die Spezialisierung auf Medien einige Jahrzehnte Vergnügen und angenehme Arbeit« gebracht hat. Zeit seines Lebens war er auch von Technik in allen Spielarten fasziniert, so dass ihm die wissenschaftliche Beschäftigung mit Computer- und Medientechnik ebenfalls Lebensthema wurde. Die beschleunigte Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien seit den 1980er Jahren, insbesondere die Entwicklung des Internet, war geradezu ein Glücksfall für ihn und bescherte ihm ein ideales Untersuchungsfeld für kreative wissenschaftliche Arbeit. Zur Entwicklung seiner oftmals

verblüffenden Thesen und Theorien schöpfte er viel aus »Selbstversuchen«, aus seinem reflektierten Er-Leben von technisch vermittelter Individual- und Massenkommunikation.

Im *Zeitverlauf* hat Axel Zerdick wissenschaftlich und politisch verschiedene Phasen durchlebt. In den 1970er Jahren war er Medienökonom zwar nur im »Nebenberuf«, aber dennoch für die damalige Publizistikwissenschaft ein Pionier in der Entwicklung eines (medien)ökonomischen Paradigmas. Seine Beiträge zur Analyse der Pressekonzentration – grundsätzlich-theoretisch, empirisch und kritisch in einem medienpolitischen Kontext – sind bedeutsam. Grundlegend sind die Publikationen »Pressekonzentration in der BRD: Untersuchungsprobleme, Ursachen und Erscheinungsformen« (mit Jörg Aufermann und Bernd-Peter Lange, 1973), »Wirtschaftskonjunktur und Pressekonzentration in der Bundesrepublik Deutschland« (mit Klaus Peter Kisker und Manfred Knoche, 1979) und »Probleme der Pressekonzentrationsforschung« (Hrsg. mit Siegfried Klau und Manfred Knoche, 1980).

In den 1980er Jahren investierte Axel Zerdick einen Großteil seiner Arbeitskraft in die wissenschaftliche Begleitung zweier langjähriger Kabelpilotprojekte, ehe er in den 1990er Jahren die »Internet-Ökonomie« und die Zukunft digitaler Kommunikation in den Mittelpunkt stellte. Charakteristisch für seine Arbeitsweise war es, dass er sein Talent für die Organisation einer Vielzahl von Kooperationsprojekten mit verschiedenen Partnern erfolgreich nutzte. Im Verlauf der Zeit wurden die Projekte immer »monumentaler«. Dazu gehörte quasi als »Lebenswerk« der von ihm 1996 ins Leben gerufene »European Communication Council« (Gruppe von Wissenschaftlern verschiedener Disziplinen aus Europa und den USA), initiiert und finanziert von der SevenOne Media GmbH, TV-Vermarkter der ProSiebenSat.1 Media AG. Ziel dieses ECC ist »die Formulierung von Beiträgen aus der Wissenschaft für Praktiker und Visionäre der Kommunikationsindustrie sowie für Gestalter der Medienpolitik«. Den dritten ECC-Report – »E-Merging Media. Kommunikation und Medienwirtschaft der Zukunft« (2004, mit Arnold Picot, Klaus Schrape, Jean-Claude Burgelman, Roger Silverstone und vielen anderen Autoren) – konnte er noch bis kurz vor dem Druck mitgestalten. Vorausgegangen war 1997 der erste ECC-Bericht »Exploring the Limits – Europe's Changing Communication Environment« und 1999 der zweite (in vier Sprachen vorliegende) Bericht »Die Internet-Ökonomie. Strategien für die digitale Wirtschaft« (3. Aufl. 2001).

Nicht wirklich »kleinere« Projekte wurden »nebenbei« durchgeführt, z. B. zur Werbung (mit Wolfgang Seufert), zur Telefonkommunikation (mit Ulrich Lange), zu Rundfunk Online (mit Klaus Goldhammer). Auch zu seinem alten Lieblingsthema Presse engagierte er sich noch von Zeit zu Zeit, z. B. zum »Postzeitungsdienst in Europa« (1990-1995) und beim Gutachten im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums zur »Pressefusionskontrolle in Europa und den USA« (2001/02) (beides mit Manfred Knoche). Kurz vor seinem Tod schloss er noch ein Gutachten im Auftrag der Verlagsgruppe Holtzbrink zum geplanten Zusammenschluss von »Tagesspiegel« und »Berliner Zeitung« ab (mit Thomas Simeon).

Zeitgleich hat Axel Zerdick sich sein Berufsleben lang »zeitraubend« in der Hochschulpolitik- und -verwaltung engagiert. Dies war ihm ein Lebensbedürfnis. Bis zu seinem Tod war er Leiter der Journalisten-Weiterbildung und des Europäischen Journalisten-Fellowship an der FU Berlin. Lebensbedürfnis war es ihm auch, eine Vielzahl von Funktionen außerhalb der Universität zu übernehmen, zum Beispiel als Mitglied des Rundfunkrates des Senders Freies Berlin, des Wissenschaftlichen Arbeitskreises für Regulierungsfragen für Telekom und Post, des Stiftungs-Verbund-Kollegs der Alcatel SEL Stiftung für Kommunikationsforschung.

Ein großes Verdienst Axels Zerdicks ist es, dass er durch seine leidenschaftliche, umfangreiche Vortrags- und Beratertätigkeit, seine Kooperationen und seine bereitwilligen Interviews mit Journalisten wie kaum ein anderer in mehrfacher Weise über die Grenzen der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft hinaus gewirkt hat: international in Europa, den USA und Japan, interdisziplinär in der Wirtschaftswissenschaft, praxisorientiert für Medienwirtschaft, Medienpolitik und Journalismus. Für die Medienökonomie (er mochte diesen Begriff nicht und hat sich auch nicht an der Entwicklung der gleichnamigen Fachgruppe in der DGPK beteiligt) hat er damit eine Vorbildfunktion. Und er hat nicht wenige qualifizierte Wissenschaftler hinterlassen, die ihn vermissen werden, weil sie durch seine kreative »Berliner Schule« gegangen sind. Sie werden als Professoren oder Wissenschaftliche Mitarbeiter dafür sorgen, dass das ökonomische Paradigma in der Kommunikationswissenschaft weiter lebt.

In den vergangenen Jahren habe ich mir manchmal den »alten Axel« als Kooperationspartner zurück gewünscht, der in jungen Jahren mit anderen und mir den rororo-Band »Wie links können Journalisten sein? Pressefreiheit und Profit« (1972) geschrieben hat, der als Kenner der Marx'schen Kritik der politischen Ökonomie sich kritisch mit den Funktionen der Massenmedien im Kapitalismus auseinander setzte, der mit Hans Jochen Brauns, Urs Jaeggi, Klaus Peter Kisker und Burkhard Zimmermann 1976 ein kritisches Buch »SPD in der Krise« veröffentlicht hat und der der »Arbeitsgruppe Alternative Wirtschaftspolitik« angehörte, die bis heute jährlich kritische Memoranden zur Wirtschaftspolitik der Bundesregierung veröffentlicht. Aber diese Zeit ließ sich nicht zurückholen – und es bleibt nun nach seinem allzu frühen Tod leider auch keine Zeit mehr dazu.

MANFRED KNOCHE