

## VIII NEUE MEDIEN

**Thomas Middelhoff: Integrierte Planung von Kommunikationssystemen. Dargestellt an der Einführung von Btx in einzelhandelsorientierte Filialsysteme und Verbundgruppen.- Frankfurt, Bern, New York, Paris: Peter Lang 1987, 497 S., sFr 78,-**

Der Hauptitel von Middelhoffs Werk - vermutlich eine betriebswirtschaftliche Dissertation - ist irreführend und sollte gegen seinen Untertitel ausgetauscht werden. Damit würde die Begrenzung deutlicher: Bildschirmtext ist zwar als publikumsorientiertes System bislang gescheitert, aber für bestimmte gewerbliche Zwecke recht sinnvoll einzusetzen (und aufgrund der Marketingstrategie der Deutschen Bundespost leider erst recht spät eingesetzt worden).

Middelhoff stellt nun nicht etwa - was modellhaft wirken könnte - einen konkreten Einführungsfall in den Mittelpunkt, sondern läßt sich theoretisch über einen möglichen Planungsprozeß aus. Dies auf fast 500 Seiten, die zu etwa einem Drittel mit Anmerkungen gefüllt sind und einen guten Teil der Bildschirmtext-Literatur zugunsten recht allgemeiner betriebswirtschaftlicher Literatur auslassen. Obwohl das Inhaltsverzeichnis geradezu von der Erwähnung von 'Kommunikation' überquillt, ist kaum die kommunikationswissenschaftliche Pflichtlektüre verarbeitet.

Ob ein derart einfaches Kommunikationsinstrument wie Bildschirmtext die betriebswirtschaftlich aufwendigen Verrenkungen notwendig macht, kann bezweifelt werden. Immerhin finden sich im hinteren Drittel des Buches wenigstens einige Fallstudien, die zwar konkrete Kostenrechnungen enthalten, jedoch kaum Akzeptanz- und Performanzhinweise. Immerhin erlauben die ersten drei Fallstudien die Formulierung einiger interessanter Hypothesen, dieser Teil hätte einen Aufsatz in einer renommierten Fachzeitschrift eher verdient, als in diesem Friedhof von allgemeinen und mühsam auf Btx übertragenen Planungstheorien vergraben zu werden.

Dem Verfasser ist wahrscheinlich kein Vorwurf zu machen, ein über weiteste Stellen langweiliges und dem Thema deutlich aufgepfropftes Werk verfaßt zu haben, dies scheint der Standard betriebswirtschaftlicher Arbeiten zu sein, wenn sie sich auf kommunikationswissenschaftliches Terrain begeben. Daß er seinen Ansatz "integriert" nennt, ist aber beinahe eine Frechheit: Neben Telex bleiben fast alle Alternativen ausgeklammert (vom Botendienst bis zu Standleitungen).

Gernot Wersig