

Ingeborg Gabriele Weuthen: Die Messepolitik der Verlagsbuchhändler der Bundesrepublik Deutschland auf der internationalen Frankfurter Buchmesse. Eine betriebswirtschaftliche Untersuchung.- Wiesbaden: Harrassowitz 1984 (Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv München, Bd. 9), 126 S., DM 48,-

Die internationale 'Frankfurter Buchmesse' wird Jahr für Jahr von einer intensiven Berichterstattung in den Massenmedien begleitet, die oftmals suggeriert, dieses Ereignis sei von entscheidender Bedeutung für den Buchabsatz. Für den Verlags- und Sortimentsbuchhandel ist hingegen seit langem spürbar geworden, daß diese Buchmesse ihren einstigen Stellenwert als Ordermesse weitgehend verloren hat.

Die von Gabriele Weuthen vorgelegte Untersuchung ist die bisher einzige wissenschaftliche Arbeit, die sich mit diesem Thema beschäftigt. In Reduktion auf die betriebswirtschaftlichen Aspekte der Messepolitik bundesdeutscher Verlagsbuchhändler auf der 'Frankfurter Buchmesse' beschränkt sich die Autorin auf die "Darstellung und

Analyse der einzelnen Messeziele sowie Art und Ausmaß der von den Ausstellern eingesetzten Mittel zur Zielerreichung" (S. 5).

Für Branchenkenner dürfte diese Untersuchung kaum mit Gewinn zu lesen sein, da es sich hier lediglich um die Rekapitulation von Tatbeständen handelt, die dem 'Insider' weitgehend bekannt sind. Für die Buchmarktforschung ist diese Arbeit hingegen insofern von gewissem Interesse, da hier erstmals die Messepolitik deutscher Verlage systematisch aufgearbeitet und dargestellt wird. Ausgehend von einer mündlichen Befragung bei Verlagen unterschiedlicher Größenordnung und Programmstruktur analysiert Weuthen die von seinen Verlagen mit der Buchmesse verbundenen Intentionen und die Marketinginstrumente, mittels derer sie jeweils durchgesetzt werden sollen. Die Darstellung macht deutlich, daß die Verlage sich vermehrt um breite Streuung ihrer Informations- und Werbeaktivitäten (an Fachbesucher und allgemeines Publikum) bemühen - also "Absatzanbahnung" betreiben - und nicht so sehr um Verkaufsabschlüsse auf der Messe selbst.

Leider liefert die Autorin nur eine Deskription ihrer Ergebnisse, ohne diese zu problematisieren. So muß die Beurteilung der Untersuchung zwiespältig ausfallen. Einerseits finden sich einige recht interessante Detailergebnisse über die Aussteller- und Besucherstruktur auf der 'Frankfurter Buchmesse' und die Marketingstrategien der auf ihr vertretenen Buchverlage. Andererseits führt die Aussparung jedweder außerhalb des rein betriebswirtschaftlichen Bezugsrahmens liegenden Beurteilung lediglich zu einer Faktensammlung, die eine differenzierte Analyse der Funktion und Bedeutung der 'Frankfurter Buchmesse' für den deutschen und internationalen Buchmarkt vermissen läßt.

Helmut Volpers