

Gerd G. Kopper

Wolfgang J. Koschnick: Standard-Lexikon für Mediaplanung und Mediaforschung in Deutschland 1996

<https://doi.org/10.17192/ep1996.2.4243>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kopper, Gerd G.: Wolfgang J. Koschnick: Standard-Lexikon für Mediaplanung und Mediaforschung in Deutschland. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 13 (1996), Nr. 2, S. 167–170. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1996.2.4243>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Wolfgang J. Koschnick: Standard-Lexikon für Mediaplanung und Mediaforschung in Deutschland

München u.a.: K.G. Saur 1995 (2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 2 Bd.), IX, 1978 S., ISBN 3-598-11170-3, DM 396,-

Der Verfasser weist mit nicht unberechtigtem Stolz darauf hin, daß sein Werk „das bei weitem ausführlichste und erschöpfendste Nachschlagewerk, das jemals über diffizile und differenzierte Wissensgebiete wie Mediaplanung und Mediaforschung verfaßt wurde“, darstelle. Neben den hier zu besprechenden zwei Bänden des Lexikons für Deutschland gibt es noch zwei weitere Bände, die sich auf die Bedingungen und die Terminologie in der Schweiz sowie in Österreich beziehen. Das vierbändige Gesamtwerk umfaßt rund 3.500 Druckseiten mit ca. 5.000 Stichwortverweisen.

Ein derartiges Unternehmen läßt sich nur hinreichend würdigen, wenn man das Ausgangskonzept zu rekonstruieren versucht. Dem Autor ging es darum, ein „wahrhaft erschöpfendes Nachschlagewerk“ vorzulegen und bei der Auswahl der Begriffe sowie der inhaltlichen Darstellung einen „umfassenden Ansatz“ zu wählen (S.V). Es wird auf eine Reihe von Nachbardisziplinen eingegangen, entsprechend der Zielsetzung, bewußt Zusammenhänge über die operative Mediaplanung und Medienforschung hinaus zu verdeutlichen. So reicht das Repertoire der Sachbegriffe bis in den Bereich der Medizin- und Hirnforschung, es werden Positionen des Wertewandels und der philosophisch sozialwissenschaftlichen Grundlagen einbezogen. Und auch theoretische Positionen sollen dem Konzept entsprechend abgehandelt werden. Richtmaß für den Verfasser war es, wirklich keine Frage, die sich auf dem Gebiet der Mediaplanung und -forschung stellen könnte, unbeantwortet zu lassen. Teil dieses Vorhabens ist es, „buchstäblich jede einzelne nennenswerte wissenschaftliche Untersuchung aus den zurückliegenden 50 Jahren“ mit „ihren wesentlichen Befunden“ aufzuführen.

Wenn es überhaupt in jüngster Zeit ein Mammutvorhaben der fachlichen Lexikographie gegeben hat, dann wohl dieses Unternehmen. Grundlage ist das 1988 erschienene *Standard-Lexikon für Mediaplanung und Mediaforschung*, das eine Grundreferenz für die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AGMA) bildete. Während diesem erstveröffentlichten Lexikon die Grenze des Auftrages durchaus noch anzumerken war, liefert die jetzt unabhängige Neufassung und Erweiterung eine umfassende Datenbank, die – aufgrund ihrer Produktionsform – allerdings auf Papier gedruckt erhältlich ist. Das grenzensprengende Unternehmen erhält eine zusätzliche Dimension dadurch, daß es nach Aussagen des Verfassers als nur *ein Teil* eines enzyklopädisch angelegten Vorhabens zu gelten habe, bei dem es um ein Gesamtnachschlagewerk zu Fragen des Marketings und der Marketingkommunikation gehen soll. Zusätzlich spezialisierende Nachschlagewerke liegen für den Bereich der Markt- und Konsumforschung für das Marketing und die Marktkommunikation (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und

Verkaufsförderung) vom gleichen Verfasser vor.

Vorhaben dieser Art kennen ein zentrales und ausschlaggebendes Kriterium für die Bewertung, das ist ihr Nutzen in der Praxis. Anhand von drei laufenden Projekten zur Mediaplanung und Mediaforschung konnte der Rezensent den Gebrauchswert des Mammutlexikons erproben.

Drei wesentlich positive Elemente können den einzelnen Prüfschritten vorangestellt werden:

1. der Zielsetzung, über engere operative Grenzen der Mediaplanung und Mediaforschung hinaus, Zusammenhänge zu verdeutlichen, wird das Lexikon in fast allen abgehandelten Fällen gerecht

2. Verständlichkeit, Prägnanz und Nachvollziehbarkeit sind durchgehend so vorherrschend, daß mit Sicherheit auch fachlich nicht geschulte Nutzer in Einzelbereichen einen Ertrag aus der Verwendung des Buches ziehen können

3. Die vielfältige Verwendung von Grafiken, Schemata, Tabellen erleichtert den Zugang zu Fragestellungen und Problembeschreibungen

Die Ergebnisse der angesprochenen Prüfschritte lassen als wesentlichen Mangel erkennen, daß auf Literaturhinweise in der gängigen Form durchgehend verzichtet wird. Selbst Zitate enthalten keine Hinweise auf die Fundstelle. Dies ist eine grundlegende redaktionelle Entscheidung im Rahmen der gängigen Lexikographie, der Nutzwert einer umfassenden Darstellung eines gesamten Fachgebietes wäre dennoch in erheblichem Maße gesteigert, wenn den einzelnen Artikeln zumindest Grundverweise folgen würden.

Bei fortlaufender Nutzung des Lexikons zeigt sich außerdem, daß Querverweise innerhalb des Gesamtwerkes nicht so durchgehend differenziert und weitgreifend realisiert worden sind, daß sich die tatsächlich vorhandene Fülle des Materials durch einen Einstieg in einen beliebigen Artikel erschließen ließe. Dadurch verengt sich in der Praxis der Nutzerkreis auf fachlich in hohem Maße versierte Informationssuchende, die aufgrund ihres Vorwissens hinreichend über differenzierte Suchstrategien verfügen. Dies hat allerdings zur Folge, daß man sich als fachlich versierter Nutzer häufig eine bessere informationslogische Gliederung vieler Beiträge wünschen möchte. Es würden dann wesentliche und grundlegende Tatsachen ganz nach vorne gestellt; es würden sich Ergänzungen und kennzeichnende Teilelemente in eigenen Rubriken anschließen, und es würden sich an dritter Stelle Details und Einzelheiten der fachlichen und wissenschaftlichen Diskussion finden. Die letztere Vorgehensweise würde im übrigen den üblichen hierarchischen Mustern von Datenbanken entsprechen. Der fachliche Nutzer ist heutzutage auch gegenüber fachlichen, traditionell produzierten Lexika in hohem Maße durch die Informationslogik der laufenden Datenbanknutzung geprägt. Es findet sich dieses Lexikon mithin in einer bemerkenswerten Zwischenstufe, die geprägt ist sowohl vom Typ des altehrwürdigen Handbuches als auch den allgemeinen Nutzungserwartungen an neue, elektronische Medien.

Auffallend ist ferner, daß in vielen Fällen (als Beispiel die Abhandlung zum Begriff „Zeitung“, S.1949) die Darlegungen einer umfassenden oder auch tiefergehenden wissenschaftlichen Betrachtungsweise kaum standzuhalten vermögen. Dies muß bei einem Fachlexikon keineswegs unbedingt der Fall sein, wenn es wie hier in erster Linie auf praktische Anwendung zugeschnitten ist. Der Duktus, die Weitläufigkeit und Detailliertheit, mit der zentrale Begriffe abgehandelt werden, führt andererseits zu hohen Erwartungen, die jedoch nicht befriedigt werden. Praktisch führt dies dazu, daß die besondere Problematik bestimmter Medien und bestimmter Werbeträgereigenschaften sich nicht erschließen lassen. Der fortlaufende strukturelle Wandel der Medienlandschaft findet einen zu geringen Niederschlag.

Festzustellen ist durchgängig, daß die besondere Stärke des Lexikons in der für die Werbepaxis wichtigen Form der Aufklärung von Erfolgsstrategien sowie der Wirkung bestimmter instrumenteller Vorgehensweisen auf allen Ebenen und im Zusammenhang aller Werbemittel liegt. Der von der Konzeption geprägte Versuch übergreifender Vermittlung auch von Zusammenhängen bis in den Bereich der Psychologie und anderer Teildisziplinen wird zuallererst unter dem genannten Gesichtspunkt instrumenteller Verwertbarkeit genutzt. Dies bedeutet, auf der Ebene operativer Verwendbarkeit weist das Lexikon in der Tat eine Fülle von Material und instrumentellen Einsichten auf. Seine Schwächen liegen auf der Ebene einer auf Zusammenhänge bezogenen Problematisierung sowie einer umfassenden und präzisen Wiedergabe der fachwissenschaftlichen Diskussion.

Ein besonderes Feature des Lexikons stellt die Komprimierung wichtiger Mediauntersuchungen dar. So werden die Ergebnisse der Langzeitstudien zur Nutzungsforschung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in einem eigenen mehrseitigen Beitrag abgehandelt. Auszugsweise werden sogar wichtige Tabellen vorgestellt. Ebenso werden die bekannten Untersuchungen der ökonomisch orientierten Marketingsforschung im Auftrag von *Hörzu* und *Funk-Uhr* der Jahre 1974 bis 1981 vorgestellt. An manchen Stellen gewinnt man im Rahmen des geschilderten Prüfschrittverfahrens die Einsicht, hier sei möglicherweise ein Fachbuch zu einem hochinteressanten und hochkomplexen Bereich umgegossen worden in ein Lexikon, daß als Gattung eine Reihe von Erleichterungen gegenüber dem klassischen Lehrbuch bietet – z.B. daß man sich entscheiden kann, auf Verweise und Literatur sowie auf eine systematische Durcharbeitung gänzlich zu verzichten.

Gelegentlich, und aus nicht erkennbaren Gründen tauchen (so z.B. beim Begriff „Lokalradio“, S.1128) doch wiederum dezidierte Literaturhinweise zu Ausgangsuntersuchungen auf. Solche Hinweise bleiben aber sporadisch und scheinen Zufallsergebnis.

Etwas verwirrend ist die Praxis, Querverweise zu liefern, die, folgt man dem gegebenen Begriff, so nicht auffindbar sind (z.B. findet sich unter „Lokalfunk“ der Hinweis „lokaler Hörfunk“, im Umfeld des Begriffes „Hörfunk“ fehlt es

hingegen an einem Abschnitt „lokaler Hörfunk“ oder „Hörfunk, lokal“ – und auch unter „lokaler“ findet sich kein Hörfunk).

Der technischen Schwierigkeit, die ein so umfangreiches Lexikon und seine präzise Durcharbeitung für einen Einzelautoren darstellt, sind sicher eine Reihe von Schwierigkeiten zu verdanken, die in der präzisen und fugenlosen Wechselkennzeichnung von Verweisen, Artikeln und Querverweisen liegen. Beispielsweise wird bei dem Begriff „Grünbuch“ (S.740) mit Querverweis auf die „EG-Fernsehrichtlinie“ verwiesen. Dort findet sich im Eingangskapitel auch der Verweis auf das 1984 von der EG veranstaltete *Grünbuch*, allerdings fehlt dort der Hinweis auf den Titel des *Grünbuches*, der später der EG-Fernsehrichtlinie ihren kennzeichnenden Oberbegriff verschaffte.

Wie bei jedem umfangreichen Werk lassen sich auf der Ebene der Details natürlich Dutzende von Mängeln und Verbesserungsmöglichkeiten nachweisen, darauf zugeschnitten werden soll die Kritik hier nicht. Die gesamte informationslogische Durcharbeitung läßt viele Wünsche offen. Eine durchgängige lexikographische Präzisierung fehlt über weite Strecken.

Dennoch muß man Koschnick für seine Anstrengung dankbar sein, es gibt derzeit nichts Besseres und für den ersten Nachschlageimpuls geballt Verwertbares in diesem fachlichen Sektor. Die kritischen Anmerkungen verstehen sich relativ zur Pionierrolle des Autors. Insofern würde man sich eine weitere Auflage in einiger Zeit wünschen, die den Umfang vielfach vor allem technisch-inhaltlicher Mängel minderte.

Gerd G. Kopper