

### **Thomas Lehr: Tageszeitungen und Online-Medien. Elektronisches Publizieren als produktpolitisches Instrument der Verlage**

Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag 1999, 307 S.,  
ISBN 3-8244-6935-9, DM 108,-

In seiner wirtschaftswissenschaftlichen Dissertation (Frankfurt/M.) untersucht Thomas Lehr zunächst, welchen ökonomischen, technischen, organisatorischen und rechtlichen Rahmenbedingungen elektronisches Publizieren unterliegt. Darunter findet sich wenig Neues. Angesichts unzähliger wissenschaftlicher und journalistischer Beiträge zum Thema wirken die Ausführungen nicht so innovativ und aktuell, wie sie noch zum Zeitpunkt der Niederschrift gewesen sein mögen. Sozial- und Geisteswissenschaftler können sich mit diesem Band aber einen raschen Überblick über Besonderheiten der Kostenstruktur von Online-Medien verschaffen.

In einem zweiten Teil entwickelt Lehr eine theoretische Perspektive zur Akzeptanz elektronischer Publikationen. Medienrezeption fasst er als eine Kosten-Nutzen-Kalkulation auf, indem er den kommunikationswissenschaftlichen *Uses-and-Gratifications-Ansatz*, der die Bedürfnisse von Rezipienten fokussiert, um Erwägungen zu finanziellen und zeitlichen Aspekten erweitert. „Gerade der Aufwand an Zeit und Geld, den unterschiedliche Medien voraussetzen, dürfte vermutlich eine wichtige Rolle bei den Selektionsentscheidungen zwischen medialen Alternativen spielen. Die erwarteten Gratifikationen müssen den Aufwand an Zeit und Geld rechtfertigen.“ (S.139) Freilich bedeutet dies nicht viel mehr als die Anwendung bekannter ökonomischer Grundannahmen auf den Fall des Medienkonsums. Demnach wenden sich Konsumenten demjenigen Medium zu, das ihnen die höchsten Erwartungswerte bei gegebenen Kosten verspricht (bzw. bei vergleichbaren Erwartungswerten am kostengünstigsten erscheint). Vorteile elektronischen Publizierens sieht Lehr nun vor allem dann, wenn Informationen schnell veralten und sich ihr Nutzwert durch individualisierte Such- und Nutzungsprozesse oder durch eine Einbindung dynamischer Medien (Multimedia) steigern lässt.

Die ansonsten wenig praxisnahe Studie, die auch auf Fallbeispiele elektronischen Publizierens verzichtet, enthält schließlich einen empirischen Teil, der die Annahmen zu den Kosten-Nutzen-Kalkülen überprüfen soll. Lehr hat in Kooperation mit einem Marktforschungsinstitut sowie der Verlagsgruppe Rhein-Main vierhundert zufällig ausgewählte Zeitungsabonnenten zu Ansichten über elektronische Zeitungen telefonisch befragen lassen. Die neuen Möglichkeiten elektronischen

Publizierens und insbesondere damit verbundene Aktualitäts- und Zeitgewinne wurden weitgehend positiv bewertet. Dennoch beharren viele Leser auf einer traditionellen Lektüre. So stimmten 78 Prozent der Befragten folgendem Statement voll oder weitgehend zu: „Ich möchte mir meine Meldungen gar nicht selbst zusammensetzen, wie das in der elektronischen Zeitung möglich ist, sondern weiterhin ein Angebot mit Meldungen aus allen Rubriken haben.“ (S.267)

Möglicherweise sind manche Ergebnisse der empirischen Untersuchung aus dem Jahre 1996 heute nur noch bedingt brauchbar. Immerhin können viele Verlage inzwischen auf einige Jahre Erfahrung mit Online-Zeitungen zurückschauen. Gewiss bleibt die Zukunft der Zeitung online und offline unsicher und umstritten. Doch das Pionierstadium elektronischen Publizierens, das Lehrs Arbeit noch weitgehend reflektiert, ist allmählich überwunden.

Tanjex Schultz (Bremen)