

Ulrike G. Wahl: Kommunizieren über Kommunikation. Die Bertelsmann Briefe von 1960-1985. Inhaltsanalyse und Positionierung einer Zeitschrift im Spannungsfeld zwischen Public Relations und Fachinformation.- Bochum: Studienverlag Dr. N. Brockmeyer 1989 (Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 56), 249 S., DM 39,80

Die Bochumer Magisterarbeit beschäftigt sich mit den Bertelsmann Briefen, die, so die Hypothese, als PR-Organ gegründet, zu einer Fachzeitschrift wurden. Diese von der Verfasserin zunächst suggerierte Einschätzung wird freilich suspekt bei Berücksichtigung der in der Arbeit erwähnten Tatsache, daß sich der Anteil der Bertelsmann-Autoren gegenüber unabhängigen Fachautoren von 15 % in den Jahren 1960-1965 auf 46 % in den Jahren 1981-1985 verdreifacht hat. Es handelt sich bei deren Beiträgen vielfach um "Reden von Mitarbeitern in gehobenen Positionen sowie Festansprachen des einstigen Firmeninhabers und heutigen Aufsichtsratsvorsitzenden des Unternehmens, Reinhard Mohn" (S. 147). So kommt auch die Verfasserin zu dem Schluß, dies spräche "für eine zunehmende Übernahme von PR-Funktionen durch die Bertelsmann Briefe" (S. 148). Angesichts dieses Befunds fragt es sich freilich, wem es dienen soll, wenn ein PR-Blatt - zumindest tendenziell - zur Fachzeitschrift aufgewertet wird. Vielleicht der Bertelsmann AG, die die Drucklegung dieser ebenso fleißigen wie langatmigen Untersuchung bezuschußt hat?

Fast die Hälfte des eigentlichen Textteils (37 Seiten nehmen die Anmerkungen und das Literaturverzeichnis ein) umfaßt, was die Autorin den "theoretischen Teil" nennt. Welcher Theoriebegriff da zugrundeliegt, bleibt obskur. Es handelt sich nämlich im wesentlichen um die Darstellung des Forschungsstandes zu den Gebieten "Zeitschrift", "Fachzeitschrift" und "PR-Zeitschrift", darin zum großen Teil um eine Auflistung von Definitionen und um eine Geschichte des Bertelsmann-Unternehmens und der Bertelsmann-Briefe. Im zweiten, empirischen Teil folgt dann zunächst eine Darstellung der inhaltsanalytischen Voraussetzungen, ehe auf 80 Seiten die eigentlichen Ergebnisse der Untersuchung referiert werden. Diese wiederum sind zum Teil lediglich formaler Natur und von geringer Aussagekraft. Wer die Unternehmenspolitik von Bertelsmann kennt, wird kaum erstaunt sein über die Tatsache, daß zunächst das Medium Buch im Zentrum der Bertelsmann Briefe steht und seit Mitte der siebziger

Jahre andere Medien dort an Bedeutung gewinnen. Dabei wird die Autorin ein Opfer der Begrenztheit ihrer Untersuchungsmethode, wenn sie resigniert feststellt: "Ein ursächlicher Zusammenhang zwischen der Erweiterung des redaktionellen Themenspektrums und der Ausweitung von Unternehmensaktivitäten auf andere Medien konnte nicht nachgewiesen werden." (S. 209) Dem liegt ein Wissenschaftsverständnis zugrunde, das gefährlich an Naivität grenzt.

Thomas Rothschild