

## Deutschland

### Internet

#### ADRESSBÜCHER

- 04-1-065** **Stamm Internetmedien** : Verlage, Redaktionen, Tarife. - Essen : Stamm. - 24 cm  
[7258]  
2. 2002/03 [2002]. - 345 S. - ISBN 3-87773-036-1 : EUR 39.90

In Ergänzung zum allen Bibliotheken wohlbekannten **Stamm : Leitfaden durch Presse und Werbung**<sup>1</sup> hat der Verlag nach längerer Wartezeit im Dezember 2001 mit der Publikation von **Stamm Internetmedien** begonnen. Bis 1998 fand sich im *Leitfaden* zwar eine Liste *Zeitungen, die online erreichbar sind* und selbstverständlich werden auch im neuesten Verzeichnis wie bisher die Web-Adressen im *Titelalphabetischen Verzeichnis* der verschiedenen Medien mit angegeben, aber eine Zusammenstellung von Werbemöglichkeiten im Internet suchte man im *Leitfaden* vergeblich. Dieses offensichtliche Manko, das zu beheben für ein führendes Verzeichnis von Werbeträgern doch weitaus wichtiger war und ist als der Versuch, in Nachbarstaaten zu expandieren und dort mit seit langem etablierten Medienverzeichnissen zu konkurrieren, ist durch die erste Ausgabe mit Daten für 2001/2002 und die zweite für 2002/2003 nun behoben worden.

**Stamm Internetmedien** ist übersichtlich in drei Teile gegliedert: Teil 1, der Hauptteil, besteht aus dem alphabetischen Titelverzeichnis der Internetauftritte und nennt jeweils Namen, URL, Verlagsanschrift, Redaktion, Periodizität der redaktionellen und werblichen Aktualisierung, Anzeigenannahme (und falls positiv Anzeigenleitung, Format und Tarife), Visits und Pageimpressions (beide Nutzungsdaten, d.i. Aufsuchen der Seite mit der Werbung resp. Anklicken der Werbung und Aufsuchen der Website der werbetreibenden Firma, incl. Angabe ob IVW-geprüft) und Sachgruppe. Teil 2 und 3 haben nur Registerfunktion: Teil 2 *Sachgruppen* sortiert die Titel nach der im *Leitfaden* altbekannten Sachgruppensystematik, die im Anschluß auch als kurze Übersicht präsentiert wird; Teil 3 *Internetauftritt* umfaßt das alpha-

---

<sup>1</sup> **Stamm** : Leitfaden durch Presse und Werbung ; Verzeichnis und Beschreibung periodischer Publikationen, Rundfunkanstalten und Werbemöglichkeiten in Deutschland. - Essen : Stamm. - 56 (2003). - Vgl. hierzu die Rezensionen von weiteren Veröffentlichungen des Stamm-Verlags:

**Stamm Österreich**. - 1 (1994/95) - 5 (1998/99). – Forts.: **Stamm Österreich** [Elektronische Ressource] : die Medien-CD. - 2001 - . – Rez. der Ausg. 1 (1994/95) in **IFB 96-1-23**.

**Stamm Schweiz**. - 1 (1995) - 4. 1998/99 (1998). – Forts.: **Stamm Schweiz, Liechtenstein** [Elektronische Ressource] : die Medien-CD. - 2001 - . – Rez. der Ausg. 1 (1995) in **IFB 96-1-24**.

**Stamm Niederlande**. - 1 (1998). - Damit Ersch. eingest. – Rez.: **IFB 99-1/4-21**.

betische Verzeichnis von Druckmedien, Rundfunkanstalten, Nachrichtenagenturen etc. mit nachfolgender Nennung der Titel ihrer Internetauftritte. Den Abschluß setzt ein kurzes Verzeichnis der Vermarkter von Internet-Werbung.

Die Angaben im Hauptteil beruhen auf den Angaben der Betreiber und werden nicht weiter überprüft; insofern sind vor allem die Angaben über Aktualisierungen und Nutzung (sofern nicht durch die unabhängige Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern IVW festgestellt) mit Vorbehalt zur Kenntnis zu nehmen. Die Angabe, daß „immerhin 25 % der Online-Medien ihre Inhalte jeden Tag aktualisieren“ (so auf der Website des Verlags) ist von daher fragwürdig (resp. wäre um den Zusatz zu ergänzen „sofern entsprechende Angaben vorliegen“). Für ein Werbeträgerverzeichnis noch problematischer sind die sehr lückenhaften Angaben zu Anzeigenformaten und -tarifen, die nur in etwa einem Viertel der verzeichneten Internetauftritte notiert sind und ansonsten die Vermerke „nicht möglich“ oder „a.A.“, d.i. „auf Anfrage“ tragen. Diese geringe Auslastung hat den Verlag wohl auch bewogen, auf ein ausführliches Vorstellen der Tarife bei Gelegenheit der Sortierung der Auftritte in Sachgruppen – wie im *Leitfaden* gewohnt – zu verzichten. Für einen kommerziell arbeitenden Verlag wie Stamm ist die Frage der Vollständigkeit seines Werbeträgerverzeichnisses essentiell. Der Ausgangspunkt von **Stamm Internetmedien** ist vorgegeben der *Leitfaden*, in dem – wie schon erwähnt – die Internetadressen mit notiert werden. Insofern ist die Angabe auf der Website des Verlages, „hinter der überwiegenden Mehrzahl der Internet-Medien steht eine Printausgabe,“ zweifellos korrekt, zu fragen ist nur, woher kommen die Daten für die übrigen Einträge und in welcher Weise sind sie für das Verzeichnis berücksichtigt und verifiziert worden? Noch einmal die Website des Verlags: „So sind nach den STAMM-Recherchen 42 % der Online-Medien teilweise oder vollständig mit den Inhalten einer Printausgabe identisch – Angaben, die insbesondere für die Pressearbeit wichtig sind.“ Die erste Ausgabe von **Stamm Internetmedien** enthält im „Internetauftritt“-Register ca. 2700 Eintragungen bei etwa gleich viel Eintragungen im Hauptteil, die zweite Ausgabe enthält dagegen nur 1600 Eintragungen gegenüber 2500 im Hauptteil und setzt dadurch deutlich andere Proportionen. Was wir daraus lernen? Zumindest die Bestätigung, daß das Feld, auf das sich der Stamm-Verlag begeben hat, sehr dynamisch in Bewegung ist und daß ein prominenter Verlag schnell eine hohe Quote an Selbstmeldern und auch Auftritten ohne Printmedien-Hintergrund erreicht. Um zur Weiterentwicklung und inhaltlichen Relevanz des Verzeichnisses jetzt schon, nach zwei Ausgaben, Prognosen oder inhaltliche Einschätzungen abgeben zu wollen, ist es aber bei weitem zu früh. Darüber hinaus wird es zumindest interessant sein, zu beobachten, wie der Verlag mit den neuen Medien in einem konventionellen Verzeichnis weiter umgeht, ob die Meldequote von Anzeigenannahmen ausreichend groß wird, um Werbeagenturen und Produzenten an sein Verzeichnis zu binden und dadurch die Finanzierung zu sichern. Die Nutzer außerhalb der Werbebranche werden das Verzeichnis als willkommene Detail-Information über das Universum „Internet“ begrüßen.

Wilbert Ubbens

QUELLE

**Informationsmittel (IFB)** : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft

<http://www.bsz-bw.de/ifb>