05-2-309 ***Horizont, Medien-Lexikon*** / Jürgen Frühschütz. - Frankfurt am Main : Deutscher Fachverlag, 2004. - 401 S. ; 25 cm. - (Horizont books). - ISBN 3-87150-809-8 : EUR 52.00
[8472]

„Horizont, die Zeitung für Marketing, Werbung und Medien“ ist jetzt der Herausgeber einer neu bearbeiteten Teilausgabe des ***Lexikons der Medienökonomie*** von Jürgen Frühschütz aus dem Jahr 2000.[1] Überarbeitet und erweitert wurde der Teil 1 *Medienökonomie* des umfänglichen Nachschlagewerks, während der Teil zum Medienrecht, die Materialien, Adressen und das Literaturverzeichnis fortgefallen sind. Auch findet sich kein Verzeichnis der Mitarbeiter mehr, was wohl bedeutet, daß Frühschütz das Lexikon ohne externe Hilfe allein überarbeitet hat. Fortgefallen ist ebenfalls der inhaltliche Anspruch an das Lexikon, „Diskussionsgrundlage für eine systemisch gefasste Nomenklatur einer Ökonomie der Medien [zu] sein, die inhaltlich das aufkommende Berufsbild des Medienökonomen bestimmt“.[2] Das Lexikon kommt jetzt ohne spezifisches Vorwort aus, aber Klappentext und allgemeines Vorwort des Chefredakteurs von ***Horizont*** deuten die Zielrichtung an: „Richtig mitreden (und entsprechend handeln) kann nur der, der auch die Begriffe kennt, mit der Medien- und Werbestrategien entwickelt, realisiert und beurteilt werden“ (S. 5).
Gerichtet an den Praktiker der Medien- und Werbebranche bietet Frühschütz ungefähr 4000 Begriffsdefinitionen und Kurzbeschreibungen an, gemischt mit etwas ausführlicheren Texten, die gelegentlich auch mit Beispielen oder besonders gekennzeichneten Exkursen angereichert sind, auch einige biographische Kurzeinträge finden sich. Durch zahlreiche Verweisungen werden die Informationen miteinander verknüpft, auch findet man kleine Begriffs-Cluster zusammengestellt, die alle Einträge eines Themenbereichs nennen. Die Richtung der Bearbeitung wird schnell deutlich: Die Artikel zum Themenbereich Buch wurden nahezu durchweg eliminiert, Theoriebegriffe wurden ausgedünnt, zahlreiche andere gekürzt, nicht alle Informationen wurden auf einen neueren Stand gebracht oder korrigiert,[3] sämtliche – schon vorher wenige – Literaturhinweise wurden gestrichen. Dafür wurden einige Artikel zum Management und vor allem Artikel zum gesamten Umfang der elektronischen Kommunikation eingefügt, die dem Buch insgesamt

---

[1] ***Lexikon der Medienökonomie*** : Beschaffung ; Produktion ; Absatz / Jürgen Frühschütz. - Frankfurt am Main : Deutscher Fachverlag, 2000. - 600 S. : Ill. ; 25 cm. - (Edition Medienökonomie). - ISBN 3-87150-597-8 : DM 98.00 [5895]. - Rez.: ***IFB*** **00-1/4-088**.
[2] A. a. O., Vorwort, S. 7.
[3] Im historischen Exkurs zum ansonsten bearbeiteten, d.h. gekürzten Artikel *Zeitung* wird weiter von 1609 (statt 1605) als Jahr des ersten Nachweises einer Zeitung ausgegangen und unverändert der Name Kaspar Stieler fälschlich als „Kaspar Zieler“ wiedergegeben.

eine erkennbar geänderte Zielrichtung geben. Der Schwerpunkt des Lexikons hat sich deutlich von Medienökonomie zu elektronischer Kommunikationstechnik verlagert, es ist „moderner“ geworden. Die Modernisierung wird den veränderten Ansprüchen aus der Branche möglicherweise entgegenkommen, begründet aber noch nicht die Kürzungen und Ausdünnungen der bisherigen Informationen. Da der Service-Teil der früheren Ausgabe ganz gestrichen wurde, sollten die Bibliotheken, die bereits die Ausgabe 2000 besitzen, diese nicht etwa durch die neue Ausgabe ersetzen, sondern ergänzen. Schon eher wäre zu erwägen, auf den Erwerb der Neuausgabe zu verzichten, da die kommunikationstechnischen Informationen auch in genuinen Nachschlagewerken zur Verfügung stehen. Den Bibliotheken, die die alte Ausgabe nicht besitzen, ist der Erwerb wegen der Reichhaltigkeit der erläuterten Begriffe im Bereich Medienmanagement und Werbung zu empfehlen.

Wilbert Ubbens

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

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