

Im Kern geht es bei der Studie um eine Klärung der Frage, inwieweit Ansätze aus den Law-and-Economics-Diskussionen für eine rechtspolitische Fundierung des Immaterialgüterrechts genutzt werden können. Die vier Autoren haben dabei Exzellentes geleistet. Zunächst einmal stellen sie kurz, aber prägnant die wesentlichen Grundlagen der ökonomischen Analyse des Rechts in Bezug auf das Immaterialgüterrecht vor. Dabei wird nicht nur der lückenhafte eigentumsrechtliche Schutz publizistischer Wertschöpfungen herausgearbeitet, sondern auch die Ergänzung dieses Systems durch technische und/oder ökonomische Schutzmechanismen. Im nächsten Kapitel folgt dann eine Analyse der grundsätzlichen Bedeutung publizistischer Konzepte im ökonomischen Wettbewerb der Medien.

Das spannendste Kapitel ist sicherlich das Kapitel 4 mit den medienrechtlichen Überlegungen. Hier wird im Rahmen einer Analyse des Status quo erst einmal herausgearbeitet, dass einzelne Facetten publizistischer Konzepte durchaus urheberrechtlich geschützt sein können. Dies ändere aber nichts daran, dass die konzeptionellen Grundideen hinter den Konzepten nur allenfalls relativ im Rahmen vertragsrechtlicher Beziehungen geschützt seien. Dieser Befund wird dann medienökonomisch hinterfragt und auf die zentrale rechtspolitische Fragestellung bezogen, ob ein umfassender Rechtsschutz publizistischer Konzepte empfehlenswert erscheint. Hier sehen die Verfasser sehr schnell die Gefahr der Überprotektion, die ihrerseits kontraproduktive Effekte für den dynamischen Innovationswettbewerb mit sich bringen kann. Diese Bedenken werden dann noch auf einzelne Medienmärkte in exemplarischer Form bezogen, nämlich auf die Märkte für TV-Formate, Publikumszeitschriften und Tageszeitungen. Auch bei dieser Einzelanalyse zeigt sich, dass es kaum Gründe für eine Revision der grundsätzlichen medienpolitischen Einschätzung gibt. Eine denkbare Alternative sehen die Verfasser in Leistungsschutzrechten, also in einer besonderen Schutzform ab zweiten Rangs (Seite 131ff.). Im Übrigen verweisen die Verfasser auf die Notwendigkeit unternehmensinterner Geheimhaltungsregelungen sowie der besonderen Bedeutung außergerichtlicher Streitbeilegungsmechanismen in diesem sensiblen Bereich (Seite 131f.).

Die Arbeit schließt mit konkreten Hinweisen für Medienunternehmen, die zu lernen haben,

mit den spezifischen Chancen und Risiken von Innovation und Imitation umzugehen. All das ist spannend zu lesen und innovativ zugleich. Die Studie ist auch rechtspolitisch interessant und führt zu der zentralen Fragestellung, ob nicht eine grundlegendere Revision des Immaterialgüterrechts notwendig ist. Der Gesetzgeber beschränkt sich zurzeit nur auf einen Flickenteppich, den er dann als ersten, zweiten und dritten Korb verkauft. Es fehlt die Zeit und die Ruhe für einen geordneten Blick auf das immaterialgüterrechtliche Ganze. Hier zeigen sich dann auch die vielfältigen Verwerfungen im immaterialgüterrechtlichen System, gekennzeichnet durch einen überstarken Schutz der Rechteinhaber zu Lasten der Urheber und Werknutzer. Siegfried und Co. mahnen zu Recht eine solche umfassende Sichtung des Status quo an und verweisen mit ihren ökonomischen Überlegungen auch auf die Notwendigkeit, endlich einmal rechtspolitische Topoi zu hinterfragen. Wer nämlich einmal ökonomisch genau schaut, wird sehr schnell erkennen, dass die eigentumsrechtlich begründete Forderung nach immer mehr Rechtsschutz für Konzepte für die Industrie selbst gefährlich werden kann. Und insofern ist die Lektüre dieses Buches nicht nur für Wissenschaftler ein Muss, sondern gerade für diejenigen, die immer lauter nach mehr Schutz für Rechteinhaber schreien.

Thomas Hoeren

**Volker Gehrau / Benjamin Fretwurst /
Birgit Krause / Gregor Daschmann (Hrsg.)**

Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft

Köln: Von Halem, 2005. – 288 S.

ISBN 3-938258-10-1

Der vorliegende Band mit seinen 12 Beiträgen verdankt sich einer Konferenz der Arbeitsgruppe Methoden der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) zum Thema Auswahlverfahren, die sich auf vier besonders relevante Gebiete beschränkt: Inhaltsanalyse und Befragung als Dimensionen der Erhebung, das Problem der Dokumentation von Auswahlverfahren sowie die stets besonders interessanten „speziellen Probleme“, die bei der Definition und der Nutzung von Auswahlverfahren auftreten können.

Volker Gehrau und Benjamin Fretwurst er-

öffnen den Band mit einer Untersuchung über das jeweils genutzte Auswahlverfahren von 111 empirischen Studien, über die in drei Fachmedien (Publizistik, Medien & Kommunikationswissenschaft sowie Jahresbände der DGPK) in den Jahren 2002 und 2003 berichtet wird. Im Ergebnis zeigt sich ein eher prekäres Ergebnis: Die Kommunikationswissenschaft, insbesondere die Inhaltsanalyse, „arbeitet zumeist mit Auswahlverfahren, die in der Methodenliteratur kaum beschrieben und diskutiert werden“ (28f.) – also offenbar Auswahlverfahren, deren Validität nicht immer sichergestellt ist.

Zwei weitere Beiträge fragen nach der (notwendigen) Dokumentation der Auswahlverfahren (die generell als ungenügend anzusehen ist) und nach den Problemen bei der Auswahl bei qualitativen Studien.

Den größten Umfang nehmen fünf weitere Beiträge ein, die Auswahlverfahren zur Inhaltsanalyse thematisieren. Dabei ist der Beitrag von Jandura/Jandura/Kuhlmann besonders hervorzuheben, der den in der Inhaltsanalyse gepflegten „Mythos“ der künstlichen Woche deutlich relativiert (111ff.). Beiträge von Trebbe zu Stichprobenproblemen der Fernsehprogrammforschung und von Wolling zum Einfluss besonderer Ereignisse auf die Stichprobenbildung folgen. Möhring/Tiele/Scherer/Schneider verfolgen die Weiterentwicklung der „Publizistischen Stichprobe“ (158–172) und Roessing diskutiert Probleme der Stichprobenziehung bei Internet-Seiten (173–182).

Malik eröffnet die Diskussion von Stichprobenproblemen bei Befragungen mit der nicht folgenlosen Frage, wie Grundgesamtheit und Stichprobe bei der Befragung von Journalisten definiert werden können (183–202). Drei weitere Beiträge von Maurer, Hagenah/Best und Daschmann/Hartmann diskutieren Stichprobenprobleme bei Telefonumfragen (203–222 und 223–250) und bei Online-Befragungen (251–289).

Insgesamt liegt damit ein sehr lesenswerter Band zu Bedingungen und Möglichkeiten der Verallgemeinerbarkeit empirischer Kommunikationsforschung auf anspruchsvollem Niveau vor. Die Annahme, dass Definitionen nicht wahrheitsfähig sein können (142) ist möglicherweise selbst nicht wahrheitsfähig und sollte bei einer Zweitaufgabe korrigiert werden – ebenso wie eine Reihe vermeidbarer Druck- und Darstellungsfehler. Diese Kritik soll jedoch die Leistung des hier vorliegenden Sammelbandes

nicht schmälern: Er kann das hohe Verdienst in Anspruch nehmen, eine aktuelle Forschungslücke in einem Bereich zu füllen, der sonst eher sprödem Zahlenmaterial vorbehalten ist.

Gleichwohl bleibt hier der wichtigste Fall ausgespart, der ja gerade den idealen oder häufigsten Fall der Definition von Auswahlverfahren markiert, nämlich die übliche Frage aller Magisterkandidaten, die eine empirische Untersuchung durchführen wollen, dafür weder Zeit noch Forschungsmittel aufbringen können und sich mit sehr geringen und oft verzerrten Stichproben begnügen müssen, die allenfalls auf Repräsentativität zielen, aber diese nicht erreichen können: Wie geht man vor? Was ist hier zu beachten? Wo liegen die Grenzen der durch Selbstbeschränkung gegebenen Zuträglichkeiten? Hätte der vorliegende Band hierzu Beiträge aufgenommen, so hätte das seine Auflage nicht nur vervielfacht, sondern auf diesem Rücken den Autoren den zeitlosen Dank und die umfassende Anerkennung aller unbekannten, aber dafür umso zahlreicher vertretenen empirischen Kommunikationsforscher/Innen beschert.

Klaus Merten

**Urs Dahinden / Sabina Sturzenegger /
Alessa C. Neuroni**

Wissenschaftliches Arbeiten in der Kommunikationswissenschaft

Bern: Haupt, 2006. – 201 S.

ISBN 3-8252-2787-1

Die Anzahl der Studiengänge in der Publizistik-, Medien- und Kommunikationswissenschaft ist in den letzten Jahren deutlich angestiegen, das Interesse der Studierenden an den verschiedenen Angeboten in diesem Bereich nach wie vor ungebrochen hoch. Es ist schon allein aus diesem Grund erfreulich und sinnvoll, dass eine Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten erscheint, die auf die besonderen Bedürfnisse und Anforderungen dieser Studierenden eingeht. Die grundlegenden Arbeitstechniken unterscheiden sich zwar nur graduell von anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen. Die durchgängig kommunikationswissenschaftlichen Beispiele und Aufgaben erhöhen jedoch deutlich die Nachvollziehbarkeit und damit den direkten Anwendungsbezug. Diese Idee ist nicht ganz neu. Neu und daher aus dem