Zeitschrift: Arbido

Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz

Band: - (2011)

Heft: 4: Kommunizieren wir! = Communiquons! = Comunichiamo!

Buchbesprechung: Information markets : a strategic guideline for the i-commerce [Frank Linde, Wolfgang Stock]

Autor: Holländer, Stephan

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

II. Rezension / Recension

Linde/Stock reloaded

Von Stephan Holländer

Linde, Frank / Stock, Wolfgang, Information Markets – A Strategic Guideline for the I-Commerce. München 2011

Die Autoren Linde und Stock warten mit einem Buch in englischer Sprache auf, das eine wissenschaftliche Einführung zum Thema i-Commerce sein will. Vor einem Jahr ist bereits die deutsche Version des Buches im Oldenbourg Verlag erschienen, nun kam im Verlagshaus de Gruyter Saur die englische Übersetzung heraus. Ein Buch zum Informationsmarkt ist hochwillkommen. Das Thema ist vielfältig und komplex, da nicht nur informationswissenschaftliche Aspekte, sondern auch wirtschaftswissenschaftliche und rechtliche Belange angesprochen werden müssen. Das Thema erfordert gutes Detailwissen zu den einzelnen Teilthemen.

Grosser Respekt gilt der quantitativen Arbeit des Übersetzers Paul Becker. Ein Vergleich mit dem deutschen Original zeigt jedoch, dass der Schreibstil des deutschen Originals die englische Übersetzung nicht völlig unbeschadet überstanden hat. Als ein Beispiel sei ein Zitat dem Vorwort angeführt[1]: «If you want to buy a word processing or a spreadsheet application, you will think long and hard about whether to buy the product of a small provider, which is not widely used, or to whether to turn to market standard.»

Die Autoren warten im Vorwort mit einer Innovation auf, da sie dem Vorwort eine Bibliografie beifügen. Der Erfindungswille der Autoren macht keine Pause, denn sie lassen uns noch im Vorwort wissen, dass sie nicht alle Werke zitieren, die sie in den Bibliografien der Kapitel anführen. Der Leser staunt.

Im Kapitel 1 mit dem Titel «Zur Erforschung des Informationsmarkts» fällt auf, das ausser einem verschämten Hinweis in der Bibliografie jeglicher Hinweis auf das wichtige Buch von Rainer Kuhlen zum Informationsmarkt[2] fehlt. Dies ist mehr als nur ein Lapsus für einen Professor der Informationswissenschaft. Gerade bei englischsprachigen Lesern kann nicht vorausgesetzt werden, dass sie die einschlägige deutsche Fachliteratur kennen. So viel Zeit und Platz müssen schon sein, Rainer Kuhlen als Meilenstein der deutschsprachigen Informationswissenschaft namentlich zu erwähnen. Das schaffen dann die Autoren erst im folgenden Kapitel[3]. Schade.

Inhaltlich bietet der Vergleich der beiden Bücher weitere Überraschungen. Die Autoren kündigen uns die englischsprachige Ausgabe als eine Übersetzung des deutschsprachigen Originals an[4]. Dem ist nicht durchgängig so. So differieren die Texte der englischen Ausgabe etwa auf den Seiten 86 und 88 mit dem deutschsprachigen Original in ihrer Abfolge, und auch der entsprechende Literaturbeleg fehlt im Originaltext[5]. Diese Nachlässigkeiten gereichen einer wissenschaftlichen Publikation nicht zur Zierde.

Im 5. Kapitel begeben sich die beiden Autoren auf ein ihnen fremdes Fachgebiet. Kühn ist ihre Entscheidung, das deutsche Urheberrecht auch in der englischen Ausgabe zu behandeln. Dazu gibt es zwei Fragen:

- Was fängt ein englischsprachiger Leser mit deutschem Immaterialgüterrecht an?
- Wieso hat man nicht einen Juristen als Co-Autor an Bord geholt?

Es gibt auch Lichtblicke. Vom Kapitel über die Formen der Preisdifferenzierung, insbesondere die Gegenüberstellung von Skimming- und Penetrationsstrategie, hätte man gern ein paar Seiten mehr gelesen. Schade nur, dass es die entsprechende Tabelle nicht in das richtige Kapitel geschafft hat[6]. Einem

1 Preface XVI.

2 Rainer Kuhlen: Informationsmarkt, Chancen und Risiken der Kommerzialisierung von Wissen, Konstanz 1996.

3 Linde/Stock, S. 25.

4 Preface XXI.

5 Bredemeier und Stock: Referenz 2000, Informationskompetenz europäischer Volkswirtschaften; in Knorz, Kuhlen: Informationskompetenz, Konstanz 2000, S. 227–243. Dieses Zitat fehlt in der deutschsprachigen Ausgabe, die Fundstelle ist jedoch in der Bibliografie des Originals aufgeführt.

6 Die Illustration erscheint erst auf S. 408 nach dem Kapitel 18.2.4 «Bundling» auf der Folgeseite im Kapitel 18.2.5 «Follow-the-Free».

guten Schlusslektorat der Autoren wäre diese Nachlässigkeit aufgefallen.

Das Kapitel über die Onlinewerbung mit seinem Hinweis zum viralen Marketing überzeugt. Gut zu lesen sind auch die Kapitel zum strategischen Bezugsrahmen und zum Timing des Markteintritts. Hier ist aus Schweizer Sicht anzumerken, dass ricardo zu den zehn meistbesuchten Websites der Schweiz gehört. Die entsprechenden Zahlen können monatlich bei NetMetrix eingesehen werden und wären zur Zeit der Abfassung des Kapitels zugänglich gewesen[7]. Der Hinweis, dass man sich dabei nur auf Angaben von ricardo stützt[8], widerspiegelt der Rechercheleistung der Assistenten des Autors, kann aber für ein Werk mit diesem Anspruch nicht genügen.

So stören weitere Nachlässigkeiten und kleine Ungereimtheiten, die sich in verschiedenen Kapiteln finden. Man liest mit Staunen in der deutschsprachigen Ausgabe auf Seite 63, dass das Betriebssystem von Apple angeblich Macintosh heisst. Es hiess beim Erscheinen der deutschsprachigen Ausgabe des Buches OS X Leopard. Liest man ein halbes Jahr später in der Übersetzung die gleichen Fehler nochmals, denn jetzt heisst das Betriebssystem OS X Lion, ist es ärgerlich. Des Weiteren mutiert in beiden Ausgaben das Betriebssystem für PDA bei den Autoren von PALM OS zu Pal OS, Das wird in jeder Bachelorarbeit dieser Welt dick rot angestrichen.

Unbegreiflich sind die in der englischen Ausgabe verwendeten deutschsprachigen Illustrationen, die unbesehen aus der deutschsprachigen Ausgabe übernommen wurden[9]. Unbeantwortet bleibt die Frage, was die Autoren den des Deutschen unkundigen Lesern damit sagen wollten. Die Liste der Beispiele liesse sich noch weiter fortsetzen. Der 576-seitige Inhalt ist am Anspruch des Titels gemessen schlichter ausgefallen. Man wünscht dem Buch eine zweite überarbeitete Auflage, wo diese Fehler beseitigt sind.

7 http://www.net-metrix.ch/sites/default/files/files/Medienmitteilungen/Medienmitteilung_NET-Metrix-Audit_2010-3.pdf, zuletzt aufgerufen am 2.8.2011.

8 Linde/Stock, S. 261.

9 Als Beispiel seien die Illustrationen 7.5 (S. 193), 8.4 (S. 211) und 8.5 (S. 212) angeführt.

[a[r[b|i]d]o] Werbeplanung 2012

JETZT Mediadaten 2012 anfordern:

Beratung und Verkauf: inserate@staempfli.com

✆ +41 (31) 300 63 89