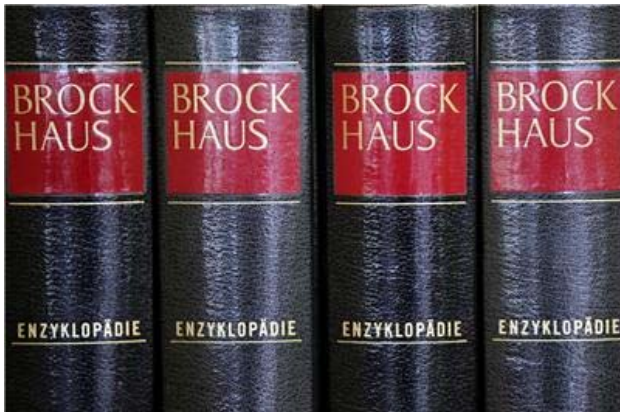


Wissen steht nicht mehr im Regal

Früher wurde mancher Streit um Fakten mit einem schnellen Griff ins Bücherregal beendet, am besten zu einer vielbändigen Lexikonausgabe. Heute erledigen das Smartphone und Wikipedia - Gift für Brockhaus & Co.

12.06.2013 Von Matthias Benirschke, dpa



Brockhaus Bände stehen am 12.06.2013 in Köln in der Stadtbibliothek in einem Regal.

©dpa

Gütersloh.

Aus für den Brockhaus? Wie lange gab's den eigentlich? Erster Impuls: Wikipedia fragen. Genau das ist das Problem der großen, traditionsreichen Lexika. Im Bücherregal stehen die vielbändigen Ausgaben, allen voran der Inbegriff des deutschen Lexikonwissens, der Brockhaus. Jetzt will der Medienkonzern Bertelsmann die Marke Brockhaus langsam sterben lassen, wenn sich nicht doch noch ein Interessent findet. Das Geschäft lohne sich nicht mehr, heißt es in Gütersloh.

Eigentlich war der prächtige Brockhaus schon einmal tot, als nämlich der damalige Verlag im Februar 2008 offiziell vor dem Internet kapitulierte. Damals kündigte die „Bibliographisches Institut & F.A.Brockhaus AG“ an, das Nachschlagewerk werde künftig nur noch im Internet stehen. 24.500 Seiten für an die 3.000 Euro, das wollte kaum noch jemand kaufen. Der gesamte Inhalt sollte kostenlos

zugänglich sein, mit Werbung finanziert.

„Wir dachten, wir könnten in der Printwelt noch einmal richtig glänzen. Doch wir mussten einsehen, dass die Leute im Internet suchen“, sagte Verlagschef Ulrich Granseyer, dessen Firma das Standardwerk seit mehr als 200 Jahren herausgab, damals in einem Interview. Kurz darauf wurde der „Untergang des Abendlandes“ („Spiegel“) zunächst abgewendet. Die Meldung vom Ende der Print-Ausgabe hatte die Verkaufszahlen in die Höhe schnellen lassen und das frei zugängliche Online-Portal wurde auf Eis gelegt.

Doch schon wenige Monate später wurde der Verlag, der rote Zahlen schrieb, zerschlagen. Bertelsmann, erfahren mit eigenen Lexika, kaufte die Marke Brockhaus.

Die Bertelsmann-Tochter Wissenmedia hoffte damals noch, mit der Übernahme die Marke Brockhaus zu sichern. „Die Kunden können davon ausgehen, dass es den Brockhaus auch in Zukunft geben wird. Da braucht sich niemand Sorgen zu machen“, sagte Geschäftsführer Christoph Hünermann. Wohl ein Irrtum, wie sich jetzt herausstellt. „Von der 19. Auflage waren noch etwa 200.000 Stück verkauft worden“, sagt Kathrin Rahn, Inhaberin des Spezial-Antiquariats „Lexikon und Enzyklopädie“ in Leverkusen. Von der letzten wohl nur ein Zehntel dieser Zahl.

Der 33-jährige Friedrich Arnold Brockhaus (1772-1823) hatte 1808 auf der Leipziger Messe für 1.800 Taler das unvollendete „Conversationslexikon mit vorzüglicher Rücksicht auf die gegenwärtigen Zeiten“ gekauft. 200 Jahre war der traditionsreiche Brockhaus in Deutschland das Maß aller Lexika. Die 30-bändige Ausgabe war mehr als anderthalb Meter breit und 70 Kilo schwer.

Internetportale, allen voran Wikipedia, machen es den gedruckten Lexika überall schwer. Sie sind aktueller, umfangreicher und kostenlos. Allerdings fehlt den Inhalten das Gütesiegel einer wasserdichten Quelle - schließlich wird die Wikipedia von den Nutzern selbst geschrieben. Und immer wieder tauchen falsche Informationen auf, auch wenn sie meist schnell vom kollektiven Wissen der User ausgebügelt werden.

Der „aktuelle“ Brockhaus von 2006 hat 300.000 Stichwörter, bei Wikipedia sind allein seit 2001 fast 1,6 Millionen Artikel auf Deutsch entstanden. Sogar die ruhmreiche Encyclopaedia Britannica musste Konsequenzen ziehen und verkündete im letzten Jahr das Ende der Print-Ausgabe.

Bertelsmann wird nun den gesamten Wissensbereich schrittweise abwickeln. Das Verlagsprogramm, neben dem Brockhaus diverse Nachschlage- und Lernbücher zu Themen wie Kunst, Wetter oder Oper, läuft aus. Von den bislang 300 Mitarbeitern sollen 50 bis 60 noch für einige Jahre bleiben. Der Direktvertrieb, der 85 Prozent des Umsatzes ausmachte, wird 2014 eingestellt.

Hatte nicht Bertelsmann-Vorstandschef Thomas Rabe „education“ zu einem der Wachstumsbereiche des Konzerns erklärt? „Bertelsmanns Bildungsbereich wächst kräftig“, sagte ein Sprecher, „aber eben nicht in Deutschland“. Ob der Brockhaus noch eine Zukunft hat? Denkbar sei, eine Lizenz für die Marke zu vergeben, heißt es in Gütersloh. „Denn Brockhaus ist ja eine gute Marke.“ Interessenten gebe es aber noch nicht. (dpa)

Artikel-URL: <http://dialog.sz-online.de/nachrichten/kultur/wissen-steht-nicht-mehr-im-regal-2593635.html>
