



Niels Taubert

Open Access und digitale Publikation aus der Perspektive von Wissenschaftsverlagen

In: Weingart, Peter / Taubert, Niels (Hrsg.): Wissenschaftliches Publizieren : zwischen Digitalisierung, Leistungsmessung, Ökonomisierung und medialer Beobachtung.

ISBN: 978-3-11-044810-8. – Berlin, Boston: De Gruyter Akademie Forschung, 2016

S. 75-102

(Forschungsberichte / Interdisziplinäre Arbeitsgruppen, Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften ; 38)

Persistent Identifier: [urn:nbn:de:kobv:b4-opus4-26507](https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:kobv:b4-opus4-26507)

Die vorliegende Datei wird Ihnen von der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Germany (cc by-nc-sa 3.0) Licence zur Verfügung gestellt.



Niels Taubert

Open Access und digitale Publikation aus der Perspektive von Wissenschaftsverlagen

Ebenso wie die Wissenschaft selbst sind auch die Wissenschaftsverlage durch ein hohes Maß an Heterogenität gekennzeichnet. In ihrer Größe, der Art der vertriebenen Produkte und dem Grad an Innovationsfreudigkeit variieren sie stark – es existiert offensichtlich ein Korrespondenzverhältnis zwischen den Verlagen und ihren Eigenschaften auf der einen und den verschiedenen Bereichen der Wissenschaft und den dort anzutreffenden Formen der Mitteilung von Forschungsergebnissen auf der anderen Seite.¹ Um diese Vielfalt abzubilden und um zu fragen, wie sich Digitalisierung, Ökonomisierung, verstärkte reflexive Beobachtung mithilfe von Wissenschaftsindikatoren sowie Medialisierung aus der Sicht der einzelnen Verlage darstellen und welche Folgen diese Faktoren in der Verlagslandschaft haben, hat die Interdisziplinäre Arbeitsgruppe (IAG) „Zukunft des wissenschaftlichen Kommunikationssystems“ Vertreter von drei Wissenschaftsverlagen sowie einen Redakteur eingeladen, der als Angestellter eines Verlags die Zeitschrift einer Fachgesellschaft herausgibt. Ziel der Gespräche war es, vermittels einer kleinen Anzahl von Interviews ein vielfältiges Bild der Verlagslandschaft zu gewinnen, in dem sich wesentliche Ähnlichkeiten und Differenzen im Hinblick auf die Geschäftsmodelle und Positionen gegenüber derzeit im Zentrum der Diskussion stehenden wissenschaftspolitischen Forderungen (z. B. Open Access) abbilden.

Die Auswertung der Gespräche ist wie folgt organisiert. In einem ersten Schritt werden die vier durch die Gesprächspartner repräsentierten Verlage vorgestellt und ihre derzeitige Position auf dem Markt charakterisiert. Zudem wird gefragt, welche Wirkungen von den Verlagen auf die Struktur des Markts ausgehen. Im zweiten Schritt steht die Digitalisierung im Mittelpunkt. Hier wird herausgearbeitet, wie sich die Verlage mit Blick auf zentrale Entwicklungen positionieren und welche Rolle sie bezüglich der Digitalisierung des Publikationssystems spielen. Das Spektrum der Rollen reicht vom Protagonisten, der den Prozess aktiv mitgestaltet, bis hin zum defensiven Marktteilnehmer, der aus verschiedenen Gründen keine aktive Rolle spielen kann und sich der Entwicklung vielmehr ausgesetzt sieht. Daran schließt im dritten Schritt die Gegenüberstellung der Haltungen der Verlage in Bezug auf die wissenschaftspolitische Forderung nach einer freien Zugänglichkeit zu Publikationen an. Neben der grundsätzlichen Einschätzung dieser Entwicklung interessiert auch die Positionierung gegenüber den beiden Spielarten *Green* und *Gold Open Access*. Eine zweite wesentliche wissenschaftspolitische Forderung ist die nach der Herstel-

¹ Schimank und Volkmann 2012, 170.

lung von Transparenz. Da vor allem öffentliche Mittel zur Finanzierung des wissenschaftlichen Kommunikationssystems eingesetzt werden, wird gefordert, die Mittelflüsse offenzulegen. Die Positionen der Verlage in Bezug auf diese Forderung werden im vierten Schritt herausgearbeitet. Die Auswertung schließt mit einer Zusammenfassung der wesentlichen Befunde der Analyse.

1 Vorstellung der Verlage

Im Rahmen einer Anhörung der Wissenschaftsverlage wurden Gespräche mit Vertretern der folgenden Organisationen durchgeführt:

- Springer Science+Business Media
- *Angewandte Chemie*/Wiley-VCH
- Verlag Walter de Gruyter
- Lucius & Lucius

1.1 Verlagsgruppe Springer Science+Business Media

Die Verlagsgruppe Springer Science+Business Media ist als Großverlag zu bezeichnen und wurde durch die Interviewpartner I 1 und I 2 repräsentiert. Dem Geschäftsbericht für das Jahr 2011 nach betrug der Umsatz 875,1 Mio. Euro (Springer 2011, 5). Die Gruppe gibt über 2.900 wissenschaftliche Journale heraus, von denen für 1.293 ein Journal Citation Report im Web of Knowledge errechnet wird.² Die Titel gehören in der Mehrzahl dem Verlag, und unter ihnen findet sich auch eine Vielzahl solcher, die im jeweiligen Fach oder Forschungsgebiet zu den zentralen Publikationsmedien zählen. Daneben gehören auch Bücher und Buchreihen zum Verlagsangebot, wobei das derzeit betriebene Digitalisierungsprojekt „Springer Book Archives“ darauf zielt, alle seit 1840 verlegten Titel elektronisch verfügbar zu machen. Es wird davon ausgegangen, dass nach Abschluss des Projekts eine digitale Bibliothek entstanden sein wird, die mehr als 100.000 Bücher umfasst. Abgerundet wird das Verlagsportfolio durch Datenbanken.

Größe und Struktur des Verlags sind das Ergebnis einer seit mehreren Jahrzehnten betriebenen Wachstumsstrategie. Besondere Beachtung verdienen dabei die letzten 15 Jahre, da sich hier die Akquise-Aktivitäten besonders dynamisch entwickelt

² Diese und die Angaben zu den anderen Verlagen wurden dem Journal Citation Report des Jahrgangs 2011 entnommen. Hierzu wurden sämtliche Zeitschriften der Verlagsgruppe aufaddiert (siehe die Springer-Webseite unter dem Menüpunkt „Imprints und Verlage“, <http://www.springer.com/?SGWID=1-102-0-0-0>) (20.03.2016), die im Science Citation Index (SCI), im Social Science Citation Index (SSCI) und im Arts and Humanities Citation Index (A & HCI) repräsentiert sind.

haben: Im Jahr 1999 erwarb die Bertelsmann-Gruppe den Springer Verlag und schloss die Verlage Gabler, Teubner und Heinrich Vogel der Gruppe BertelsmannSpringer an. Vier Jahre später kam es zu einem Wechsel der Eigentumsverhältnisse: 2003 erwarb der Finanzinvestor Cinven und Candover den Verlag Kluwer Academics und BertelsmannSpringer und vereinigte diese Verlage zur Gruppe Springer Science+Business Media.³ Mit dem Kauf des VS Verlags und seiner Integration in die Gruppe als Springer VS ist die Aggregation zu einem vorläufigen Ende gekommen. In jüngster Vergangenheit haben sich die Besitzverhältnisse nochmals verändert: Nachdem die Investmentgesellschaften EQT und GIC im Jahr 2009 einen 90%igen Anteil der Verlagsgruppe zum Preis von 2,3 Mrd. Euro gekauft hatten, wurde Mitte Juni 2013 bekannt, dass der Verlag für 3,25 Mrd. Euro nunmehr an BC Partners veräußert wurde.⁴

Von seinem Selbstverständnis her sieht sich Springer als ein Verlag, der auf einem globalen Markt erfolgreich operiert und eine internationale Arbeitsteilung praktiziert. Zudem versteht er sich als technologischer Vorreiter, der Entwicklungen im Zusammenhang mit der digitalen Publikation aktiv vorantreibt und gestaltet. Im Gespräch mit den beiden Vertretern des Verlags kam dieses Selbstverständnis an mehreren Stellen zum Ausdruck, so zum Beispiel in der folgenden Passage:

Wir sind natürlich ein internationaler Verlag mit deutsch-niederländischen Wurzeln, seit der Fusion mit Kluwer Academic. Das hören nicht alle gern. Wir haben auch inzwischen mehr eigene Mitarbeiter in Indien als in Deutschland, und wir expandieren rapide in Asien, Südamerika und Afrika. [...] Sehr interessant ist, gerade an Springer, der nicht als der allermodernste Verlag galt, dass wir der Erste waren, der eine Internetplattform für Inhalte zur Verfügung gestellt hat. Springer-Link ist 1996 live gegangen, das kann man sich heute kaum vorstellen. Wenn also gesagt wird, Springer ist ein Traditionsverlag, altmodisch und so weiter, stimmt das ganz und gar nicht. Die Revolution gerade im Publikationswesen, also im Verlagswesen, haben wir hinter uns, das war das Internet (I 1).

Durch sein breites Portfolio besitzt der Verlag ein erhebliches Gewicht und ist grundsätzlich in der Lage, den Markt für wissenschaftliche Publikationen mitzugestalten. Die bereits angesprochene Akquise-Strategie hat gleichzeitig zu einer Verringerung der Zahl unabhängiger Wissenschaftsverlage und einer Vergrößerung der Anzahl an Journalen in der Hand des Verlags geführt. Daneben ist das Augenmerk insbesondere auf das Verhältnis zu den Nachfragern nach wissenschaftlichen Publi-

³ Eine knappe Zusammenfassung der Unternehmensgeschichte findet sich unter <http://www.springer.com/about+springer/company+information/history?SGWID=1-175807-0-0-0> (20.03.2016).

⁴ Siehe <http://www.bloomberg.com/news/2013-06-19/bc-partners-to-buy-springer-science-for-4-4-billion.html> (20.03.2016). Die kurzen Zeithorizonte, in denen sich die Eigentumsverhältnisse verändern, deuten darauf hin, dass hier keine langfristigen Anlagestrategien verfolgt werden, die darauf zielen, eine stabile Rendite zu erwirtschaften, sondern es sich um Geschäfte handelt, die auf eine Maximierung der Differenz zwischen Einkaufs- und Verkaufspreis des Spekulationsobjekts „Verlag“ setzen.

kationen – den wissenschaftlichen Bibliotheken – zu richten. Über lange Zeit bestand das Geschäftsmodell im Verkauf von Abonnements gedruckter Zeitschriften, dem klassischen Subskriptionsmodell.

Im Rahmen dieses Vertriebsmodells waren bereits ab den 1980er Jahren Preissteigerungen zu beobachten, die nicht allein durch das Größenwachstum der Journale, das Wachstum der Gesamtmenge an Zeitschriften und die Kündigung von Zeitschriftenabonnements seitens finanziell überforderter Bibliotheken bedingt waren.⁵ Es finden sich Belege für die These, dass bereits im Rahmen des Subskriptionsmodells Zeitschriftenpreise nicht primär den Produktionskosten folgen, sondern dem maximal erzielbaren Preis, der seine Beschränkung im Volumen der Bibliotheksetats hat. Das Auseinanderfallen von Produktionskosten und Marktpreis ist dabei mehreren Besonderheiten des Markts für wissenschaftliche Publikationen geschuldet: Erstens lassen sich auf der Seite der Anbieter von Publikationen insbesondere im Bereich Science, Technology and Medicine (STM) starke Konzentrationstendenzen diagnostizieren, die manche Beobachter dazu veranlasst haben, die Verlagslandschaft als „Oligopol“ zu bezeichnen (zusammenfassend: European Commission 2006, 50). Zweitens sind wissenschaftliche Journale individuelle, nicht substituierbare Güter. Weil sie den Anspruch haben, ausschließlich originäre Forschungsbeiträge zu veröffentlichen, unterscheiden sich die Zeitschriften mit Blick auf die veröffentlichten Beiträge sowie hinsichtlich der in ihnen mitgeteilten Forschungsergebnisse voneinander. Insbesondere die in der Reputationspyramide weit oben stehenden Journale sind „Must-have“-Zeitschriften und die Nachfrage ist entsprechend unelastisch.⁶ Drittens findet sich auch mit Blick auf die Seite der Nachfrager eine Besonderheit, die es den Verlagen erleichtert, Preissteigerungen durchzusetzen: Publikationen werden in der Regel nicht vom Wissenschaftler selbst nachgefragt, sondern die Nachfrage vermittelt sich durch Bibliotheken oder gar Bibliothekskonsortien. Die Entscheidung über die Beschaffung einer Publikation und die Etatverantwortung liegen damit bei zwei unterschiedlichen Akteuren (Brinzinger 2010, 334; Parks 2002, 324). Für individuelle Wissenschaftler ist es rational, gegenüber den Bibliotheken einen hohen Bedarf geltend zu machen und sich gegenüber den Kosten ignorant zu verhalten.

⁵ Die Preissteigerungen für Journale sind in der Literatur sehr gut belegt. Siehe hierzu ausführlicher zum Beispiel Kopp (2000, 1824), (Panitch und Michalak 2005), Europäische Kommission (2006, 16), Kirchgässner (2008, 138) und Boni (2010, 294).

⁶ Siehe Odlyzko 1997 und Wylly 1998. Letzterer vergleicht den Profit der vier größten Wissenschaftsverlage anhand verschiedener Maßzahlen und nimmt die daran ablesbaren hohen Profitraten als Indikator für das Fehlen von Wettbewerb auf dem Markt und das Vorliegen von strukturellen Problemen, die das Abschöpfen von Monopolgewinnen ermöglichen.

In der zweiten Hälfte der 1990er Jahre⁷ sind neben das Produkt „Zeitschrift“ sowohl grob- als auch feinkörnigere Einheiten getreten, durch die Publikationen kommodifiziert (Hanekop und Wittke 2006, 203–204; 2013, 151) werden – im Zeitalter der Digitalität kennt die Ware „Publikation“ unterschiedliche Formen. Eine kleinere Einheit ist der Verkauf oder die zeitweilige Überlassung einzelner Artikel,⁸ die größere Einheit der Verkauf von sogenannten Zeitschriften-Bundles (Bundle Deals oder Big Deals). Folgt man der Diskussion in der Literatur, scheinen Big Deals bislang für den Zeitschriftenmarkt von größerer Bedeutung zu sein und auch in dem Gespräch zwischen der IAG und den Vertretern von Springer wurde deren Rolle angesprochen:

Das, was wir heute haben, ist ja, dass die Wissenschaftsverlage ganz viele Zeitschriften, die sie publizieren, in Paketen an Universitäten verkaufen, was zunächst mal einer Gesetzmäßigkeit im digitalen Zeitalter gehorcht, wo die Systeme einen Vorteil haben, die ganz viel anbieten können (I 2).

Wo liegen nun die angesprochenen Vorteile dieses Modells für den Verlag? In Big Deals werden nicht mehr einzelne Zeitschriften vertrieben, sondern der digitale Zugriff auf eine vom Verlag zusammengestellte Gruppe von Journalen. Beide Partner binden sich dabei in der Zeitdimension, indem der Verlag die Preissteigerung für das Paket deckelt, während sich Bibliotheken dazu verpflichten, bei ihren Abbestellungen einen bestimmten Prozentsatz abonniertes Zeitschriften nicht zu übersteigen. Der Vorteil für die Bibliotheken besteht darin, zu einem vergleichsweise günstigen Stückpreis Zugriff auf Journale zu erhalten, während der Nutzen für den Verlag darin besteht, einen Teil des Bibliotheksetats mittelfristig zu binden. Dieses Geschäftsmodell bevorzugt dabei – wie in der Interviewpassage angesprochen – Verlage, die über ein großes Zeitschriftenportfolio verfügen. Ein zweiter Aspekt von Bundle Deals, der ebenfalls größere Verlage als Anbieter nichtsubstituierbarer Produkte stärkt, bildet die Geheimhaltungsklausel dieser Verträge. Die Bibliotheken sind dabei gehalten, die Bedingungen der Bundle-Verträge Dritten nicht zugänglich zu machen. Damit wird verhindert, dass der Markt eine Informationsfunktion für Dritte erfüllt.

1.2 Wiley-VCH

Beim Gesprächspartner I 3 handelt es sich nicht um einen Vertreter des Managements eines Verlags, sondern um ein Mitglied der Redaktion der Zeitschrift *Angewandte*

⁷ Der genaue Zeitpunkt ist schwer zu bestimmen. In der Literatur werden Bundle oder Big Deals mindestens seit 2001 erwähnt (Frazier 2001), das Pay-per-View-Modell wird mindestens seit 1995 diskutiert (Harnad 1995).

⁸ Ein Verleih kann mit der Übertragung unterschiedlicher Nutzungsrechte einhergehen. Von Bedeutung sind dabei sogenannte Digital-Rights-Management-Systeme, die es ermöglichen, eine Nutzung zeitlich zu befristen oder nur bestimmte Nutzungsarten zuzulassen (wie z. B. die Erstellung eines Ausdrucks).

Chemie. Das Journal gehört der Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh), die betreffende Person ist Angestellter des Verlags Wiley-VCH. Diese Konstellation deutet bereits die enge Verbindung zwischen der Fachgesellschaft und dem Verlag an. Wiley-VCH ist ebenfalls Teil einer größeren Gruppe, nämlich des Verlags Wiley-Blackwell. Der Name verweist darauf, dass die Verlagsgruppe in einem Prozess entstanden ist, der mit dem von Springer Science+Business Media durchaus vergleichbar ist. Stationen auf dem Weg der Aggregation bilden hier der Kauf einer 90-Prozent-Teilhaberschaft an VCH (1996), der Kauf von Van Nostrand Reinhold (1997), der Erwerb der Verlage Hungry Minds (2001), Whatsonwhen (2006) und schließlich Blackwell Publishing (2007).⁹ Die Verlagsgruppe ist damit ebenfalls als ein international operierender Großverlag einzuordnen und erzielte im Jahr 2011 laut ihrer Webseite Einnahmen in der Höhe von 1,743 Mrd. US-Dollar. Sie verlegt insgesamt 1.500 Fachzeitschriften, von denen 1.227 im Journal Citation Report des Web of Knowledge indexiert sind und bezeichnet sich selbst als größten Fachgesellschaftsverlag. Neben Zeitschriften zählen – genauso wie im Fall des Verlags Springer Science+Business Media – auch 10.500 Bücher, Sammelbände, Conference Proceedings und ebenfalls auch Datenbanken zum Verlagsprogramm. Wiley hat dabei den Anspruch, den gesamten Bereich der Wissenschaft abzudecken, erzielt aber auch Einnahmen aus Publikationen, die sich an einen breiteren Leserkreis richten.¹⁰

Die GDCh ist mit etwa 30.000 Mitgliedern die größte deutsche Fachgesellschaft im Bereich der Chemie. Bis zum Jahr 1996 hat die Gesellschaft ihre Publikationen, die sich an wissenschaftliche und professionelle Öffentlichkeiten wenden, durch den „Verlag Chemie“ selbst verlegt. Mit dem Aufkommen der digitalen Publikation hat sie sich einen Partner gesucht, der in der Lage ist, die gewandelten Anforderungen zu bewältigen und diesen in Wiley gefunden. Das Journal *Angewandte Chemie* ist gewissermaßen das Aushängeschild der Fachgesellschaft. Anders, als es der Titel suggeriert, handelt es sich um eine englischsprachige Zeitschrift, die zu den erfolgreichsten ihres Fachs zählt: Der Journal Citation Report (JCR) des Jahres 2012 weist einen Journal Impact Factor (JIF) von 13,455 aus, die Anzahl publizierter Beiträge (citable items) liegt dem JCR folgend bei der beeindruckenden Zahl von 2.002 Publikationen. Zwar gibt es sechs Zeitschriften in der subject category „chemistry multidisciplinary“, die zum Teil höhere Impact-Faktoren von bis zu 40 aufweisen. Allerdings sind diese deutlich kleiner und verfahren bei der Auswahl von Artikeln selektiver. Hervorzuheben ist von diesen Journalen „*Advanced Materials*“, das mit 789 citable items eine nennenswerte Anzahl an Artikeln publiziert und einen JIF von 13,877 aufweist, der knapp über dem der *Angewandten Chemie* rangiert. Größer sind in der genannten

⁹ Die Geschichte der Verlagsgruppe ist ebenfalls auf ihrer Webseite dokumentiert. Siehe hierzu <http://eu.wiley.com/WileyCDA/Section/id-301697.html> (20.03.2016).

¹⁰ Ein Beispiel ist die Lehrbuchreihe „Für Dummies“, deren Merkmal die leicht verständliche Vermittlung von Wissen ist. Siehe <http://www.wiley-vch.de/dummies/> (20.03.2016).

subject category nur die „*Chemical Communication*“ mit 3.408 Publikationen und das „*Journal of the American Chemical Society*“ mit 3.176 Publikationen, die aber mit einem JIF von 6,169 und 9,907 unter dem der *Angewandten Chemie* liegen.

Aufgrund dieser Konstruktion steht hier nicht der Verlag allein im Mittelpunkt der Betrachtung, sondern das Kooperationsmodell zwischen Fachgesellschaft und Verlag.¹¹ Zwischen Wiley und der Fachgesellschaft besteht ein Vertrag, demzufolge die Zeitschrift der Gesellschaft Deutscher Chemiker gehört, der Verlag die Publikation übernimmt und dafür eine Art Pacht bezahlt. Dieses Modell wird auch von anderen wissenschaftlichen Gesellschaften genutzt, die ihre Zeitschriften nicht allein verlegen können oder wollen und diese Aufgabe einem professionellen Verlag übergeben. Der Verlag generiert in diesem Modell einen Umsatz, indem er in Form des Einzelvertriebs oder des Vertriebs der Zeitschrift als Bestandteil eines Bundles die gedruckte oder elektronische Version an Bibliotheken verkauft. Ein Teil dieser Erlöse wird an die Fachgesellschaft weitergegeben und dient nicht nur dazu, die anfallenden Kosten – etwa für die Redaktion und die Organisation des Peer Review – zu decken. Daneben werden sie auch für andere Aktivitäten der Gesellschaft verwendet, die nicht im Bereich der wissenschaftlichen Publikation liegen, wie beispielsweise die Ausrichtung von Konferenzen, Vergabe von Preisen oder Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Ein solches, für die Fachgesellschaft lukratives Pacht-Modell ist allerdings nicht im Fall jeder beliebigen Zeitschrift praktikabel, sondern an einige Voraussetzungen geknüpft. Um nennenswerte Erlöse zu erhalten, muss es sich um eine herausragende und sichtbare Zeitschrift handeln, die für den Verlag von strategischem Wert ist.¹² Dies wird im Gespräch mit den Interviewpartnern des Springer-Verlags deutlich, die verschiedene Kooperationen zwischen Verlag und Fachgesellschaften resümierend vergleichen.

Und die Gesellschaften kommen zu uns, und da gibt es natürlich eine Rangordnung. Es gibt sehr gute, mächtige Gesellschaften, für die wir gern arbeiten würden, und es gibt kleinere, wo wir sagen, okay, das bringt uns jetzt vom Prestige nicht viel, aber gut, das können wir auch. Bei den großen, mächtigen Gesellschaften läuft es darauf hinaus, wie viel Geld wir ihnen für das Privileg zahlen, ihre Fachzeitschrift herauszugeben oder zu verlegen. Das sind knallharte Verhandlungen, die Gesellschaften nehmen sich zu Recht Berater, die dann wirklich den besten Deal für sie von den Verlagen herausschlagen. Und die Verlage unter sich konkurrieren um die Gunst der Gesellschaft [...] Aber letztendlich kommt es darauf an, wie viel Prestige diese Zeitschrift hat, dass wir sie in unser

11 Das Kooperationsmodell geht über die *Angewandte Chemie* hinaus, da von den 21 Zeitschriften der Fachgesellschaft 20 von Wiley-VCH verlegt werden. Die *Angewandte Chemie* ragt aber von der Bedeutung her unter den Zeitschriften der Gesellschaft heraus.

12 Der strategische Wert der Kooperation mit der Fachgesellschaft wird von Wiley betont „[...] the acquisition of the VCH Group further strengthened Wiley’s leadership in these markets.“ Siehe <http://eu.wiley.com/WileyCDA/Section/id-301697.html> (20.03.2016).

Paket aufnehmen können, dass sie von den Bibliothekaren gewollt ist und von Gesellschaftsseite aus, wie viel Einnahmen können sie zentral vom Verlag erwarten“ (I 1).

Dieser Passage zufolge besteht der primäre Wert der Zeitschrift einer Fachgesellschaft für den Verlag in ihrer Bedeutung als potenzielles Zugpferd für ein Zeitschriftenpaket. Renommiertere Publikationsorgane sind im Bundle-Geschäftsmodell von strategischer Bedeutung, da sie die Attraktivität des betreffenden Pakets vergrößern und sich in höhere Preise und bessere Absatzchancen umsetzen.

1.3 Verlag Walter de Gruyter

Der Verlag Walter de Gruyter wird vom Mitglied der Geschäftsführung I 4 repräsentiert. In Berlin ansässig steht er als Beispiel für einen deutschen Verlag, der in mehreren Sprachen publiziert und dessen Anspruch es ist, für sämtliche Fächer und Bereiche der Wissenschaft Kommunikationskanäle bereitzuhalten. Der Umfang der Abdeckung variiert aber recht deutlich. Während der Verlag in Teilen der Linguistik Marktführer ist, steht er in den weit überwiegenden Bereichen der Wissenschaft rein mengenmäßig im Schatten der internationalen Großverlage. Dessen ungeachtet umfasst das Programm eine große Bandbreite, die auch sehr interessante Titel mit einschließt. Hier ist beispielsweise das medizinische Standard-Nachschlagewerk *Pschyrembel* zu nennen. Von den 120 Zeitschriften sind 45 im Web of Knowledge indiziert, und unter diesen finden sich einige Journale, die in den betreffenden Fächern Sichtbarkeit haben. Bei der Mehrzahl der im Web of Knowledge erfassten Journale handelt es sich aber um solche, die in den jeweiligen subject categories und gemessen am JIF eher mittlere oder untere Ränge einnehmen. Die Wurzeln des Verlagshauses gehen bis in das Jahr 1749 zurück, in dem der älteste der fünf von Walter de Gruyter erworbenen Gründerverlage sein Geschäft aufnahm. Sein Umsatz lag laut Webseite des Verlags im Jahr 2011 bei 42 Mio. Euro. Das Verlagsprofil und sein Selbstverständnis kommen im folgenden Zitat pointiert zum Ausdruck.

De Gruyter ist in gewisser Weise ja auch in vielen Sprachen ein kleiner Verlag. Wir haben zwar von Archäologie bis Zoologie die ganze Bandbreite eines wissenschaftlichen Verlages, in manchen Bereichen sind wir Marktführer. In der Linguistik vielleicht international, aber das sind dann halt schon fast die Ausnahmen, und die Herausforderung ist ja, wie man für diese Bandbreite, Wissenschaft ist ja nicht nur STM, sondern alle Fachbereiche von A bis Z, etwas technisch entwickeln, ein Angebot entwickeln [kann, NT], was möglichst viel abdeckt? Die Communities ticken unterschiedlich, nicht überall ist der wissenschaftliche Diskurs, ist das wissenschaftliche Publizieren ähnlich“ (I 4).

Ebenso wie die beiden bereits vorgestellten Großverlage hat auch De Gruyter bis in die Gegenwart hinein kleinere Verlage akquiriert: Zu nennen sind hier die Übernahme des Max Niemeyer und des K. G. Saur Verlags im Jahr 2006 und der Aufkauf

des Oldenbourg Verlags und des Akademie Verlags im Jahr 2013.¹³ Allerdings bewegen sich diese Zukäufe in einem deutlich kleineren Rahmen, die Aggregationshöhe ist beschränkt. Dementsprechend ist der Verlag zwar auf dem Markt durchaus sichtbar, allerdings ist seine Position als deutlich schwächer einzuschätzen als die der Großverlage: Denn erstens besteht auch für einen Verlag von der Größe De Gruyters die Gefahr, von großen Verlagen aufgekauft zu werden, und zweitens nutzt der Verlag zwar auch eine Bundle-Strategie zum Vertrieb von Zeitschriftenpaketen.¹⁴ Angesichts des geringeren Umfangs an Zeitschriften und der kleineren Anzahl an hoch renommierten Journalen im Programm darf vermutet werden, dass es De Gruyter nicht in ähnlicher Weise wie den Großverlagen möglich ist, Teile von Bibliotheksetats zu binden.

1.4 Verlag Lucius & Lucius

Bei dem Verlagshaus Lucius & Lucius handelt es sich um ein Beispiel für einen inhabergeführten Kleinverlag (repräsentiert von I 5), wie er im Bereich der Geistes- und Sozialwissenschaften häufiger anzutreffen ist. Das Verlagsprogramm ist in zweierlei Weise beschränkt: Zum einen fokussiert es auf bestimmte Fächer. Dies sind im Fall von Lucius & Lucius die Wirtschaftswissenschaften und die Soziologie. Darüber hinaus ist der Verlag mit einer Reihe zur Agrargeschichte am Markt vertreten.¹⁵ Der thematische Abdeckungsanspruch ist also begrenzt. Zum anderen und im Unterschied zu den bisher vorgestellten Verlagen beschränkt sich das Geschäft weitgehend auf deutschsprachige Literatur, sodass der Verlag von Ausnahmen abgesehen¹⁶ vornehmlich auf einem sprachlich eingeschränkten, vergleichsweise kleinen Markt operiert. Zum Verlagsprogramm zählen insgesamt 19 Zeitschriften, von denen drei im JCR-Report des Social Science Citation Index (SSCI) geführt werden. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die beiden Fächer, die den Schwerpunkt der Verlagsaktivitäten bilden, nur zu einem geringen Teil im SSCI abgebildet werden. Weitere Standbeine des Verlags bilden Monografien und Sammelbände. Aus dem Lehrbuchgeschäft ist der Verlag vor wenigen Jahren ausgestiegen. Im Gespräch wurde das Profil des Verlags wie folgt charakterisiert:

¹³ Siehe zu den Imprints das Fact Sheet des Verlags unter https://www.degruyter.com/staticfiles/pdfs/1410_Fact_Sheet_Imprints_de.pdf (22.03.2016).

¹⁴ Informationen zu den angebotenen Zeitschriften einschließlich einer Preisliste finden sich unter <http://www.degruyter.com/page/849> (21.03.2016).

¹⁵ Dabei handelt es sich um die Reihe „Quellen und Forschungen zur Agrargeschichte“. Siehe <http://www.luciusverlag.com/reihen/qfa.htm> (22.03.2016).

¹⁶ Unter den 19 Zeitschriften findet sich ein englischsprachiges Journal („Review of Economics“) und im Monografien-Katalog sind einzelne Werke in englischer Sprache verzeichnet.

Wenn ich mit den Zeitschriften anfangen, das ist ja ein Gebiet, das schon immer von ganz wenigen Ausnahmen abgesehen ohne jeden Subventionsbedarf läuft und sich trotz seit Jahrzehnten sinkender Absatzzahlen immer noch halten können. Das Spiegelbild sind natürlich die steigenden Abonnementspreise, die beklagt werden. Ich habe Zeitschriften bis hinunter zu 150 Abonnenten, und ich denke, es ist eine gute Leistung, dass fast alle Verlage diese Zeitschriften [...] ohne direkte Zuschüsse herausbringen können [...] Das einzige Themenfeld, in meinem Verlag, in dem ich Monografien auch langfristig immer weiter ein bisschen verkaufen werde, ist eine gute Reihe zur Agrargeschichte“ (I 5).

Die überschaubare Anzahl an Zeitschriften bildet für den Verlag ein wichtiges Standbein, wenngleich die Gewinne hier rückläufig sind. Die Anzahl der Abonnements ist gering, sie liegt zwischen 150 und 700. Bei den Zeitschriften handelt es sich im Unterschied zu Teilen des Springer-Portfolios und zur *Angewandten Chemie* nicht um „Must-have“-Journale, sondern um solche, deren Abbestellung von Seiten der Bibliotheken vermutlich eher als zu verschmerzen wahrgenommen wird. So erklärt es sich, dass der maximal erzielbare Verkaufspreis früh erreicht wird und für – aus der Sicht des Verlags – zusätzliche Leistungen wie eine digitale Version kaum höhere Preise angesetzt werden können. Die Kosten der digitalen Version führen bei tendenziell gleichbleibenden Umsätzen zu geringeren Erträgen.

Der Bereich der Monografien ist für den Verleger wirtschaftlich von geringem Interesse, wie im folgenden Zitat zum Ausdruck kommt.

Der zweite Bereich sind die Monografien. Die sind in aller Regel subventioniert, und ich würde sagen, das sind einfach Auftragsproduktionen. Ich suche diesen Typ Monografien nicht, sondern da kommen die Wissenschaftler, die Institutionen, die Veranstalter irgendwelcher Symposien, und sagen, wir wollen das drucken. Und das machen wir, wenn es wirtschaftlich darstellbar ist [...] Die Verkaufszahlen sind mittlerweile dramatisch gesunken. Wir machen Monografien, von denen wir keine hundert Stück verkaufen, das ist schon hart (I 5).

Der Verlag bemüht sich im Bereich der Monografien nicht um eine aktive Akquise von Manuskripten, sondern verhält sich passiv-abwartend, eine Rolle, die mit Blick auf die geringen Gewinnaussichten verstanden werden muss. Bei der wirtschaftlichen Darstellbarkeit geht es darum, den Nachweis zu erbringen, dass die Publikation einer Monografie kostendeckend möglich ist, und dies gelingt typischerweise nur, wenn die Produktion von Monografien und Sammelbänden subventioniert wird. Dies kann sowohl durch die garantierte Festabnahme einer bestimmten Anzahl an Exemplaren als auch durch einen Druckkostenzuschuss geschehen.

Die Position des Verlags auf dem Markt lässt sich der Tendenz nach als prekär bezeichnen: Nicht nur gilt, dass die Journale aufgrund fehlender Größe nicht in Form von Bundle Deals vertrieben werden können und der Verlag auf den Einzelvertrieb angewiesen ist. Zudem leidet der Absatz von Monografien darunter, dass erhebliche Teile der Bibliotheksetats durch Bundle-Verträge mit Großverlagen gebunden sind (Kopp 2000). Daher lässt sich sagen, dass die Marktkräfte tendenziell gegen Kleinver-

lage wie Lucius & Lucius wirken und in der Vergangenheit in anderen Fällen zu einer Verdrängung solcher Verlage geführt haben.

2 Auswirkung der Digitalisierung

Bereits bei der Vorstellung der Verlage und der Beschreibung ihrer Positionierung ist deutlich geworden, dass der Markt für wissenschaftliche Publikationen Größe belohnt. Große Player haben durch die Spezifika des Markts nicht nur die Möglichkeit, hohe Gewinne zu erzielen. Darüber hinaus geht von ihnen eine deutliche Wirkung auf die Struktur des Marktes aus, indem sie durch Akquise-Aktivitäten auf die Zusammensetzung von Anbietern Einfluss nehmen und vermittels der Entwicklung von Produkten und einer darauf bezogenen Preisgestaltung auch auf die Art der Nachfrage einwirken. In diesem zweiten Schritt der Analyse soll nun untersucht werden, welchen Einfluss die Digitalisierung auf die strategische Position der verschiedenen Verlagstypen hat. Die Darstellung orientiert sich dabei nicht mehr an den einzelnen Typen, sondern an den jeweiligen Effekten, wobei diese – sofern sinnvoll – hinsichtlich ihrer Wirkung weiter aufgeschlüsselt werden.

2.1 Investitionen in digitale Infrastrukturen

Eine erste Auswirkung der Digitalisierung ergibt sich durch die umfangreichen Investitionskosten, die für den Aufbau, die Pflege und die Wartung einer Informations- und Kommunikationsinfrastruktur anfallen. Diesbezüglich müssen zwei Dinge berücksichtigt werden: Erstens erschöpft sich der Aufbau einer solchen Infrastruktur nicht in der einfachen Bereitstellung von PDFs auf einem mit dem öffentlichen Internet verbundenen Server. Die Vertriebsplattform muss Metadaten und Suchfunktionen bereitstellen, für die Auffindbarkeit durch Bibliothekskataloge und Suchmaschinen sorgen und über ein Rechtemanagementsystem verfügen, das den Zugriff auf den Kreis von Personen beschränkt, der über entsprechende Lizenzen verfügt. Für bestimmte Geschäftsmodelle¹⁷ ist es notwendig, die Plattform an den elektronischen Zahlungsverkehr anzubinden. Hinzu kommt, dass nicht nur der Vertrieb von Publikationen auf einer digitalen Infrastruktur basiert, sondern Produktionsprozesse in umfassender Weise auf solchen Systemen aufsetzen. Online-Editorial-Management-Systeme¹⁸ unterstützen den Begutachtungsprozess und organisieren einen Workflow,

¹⁷ So zum Beispiel beim Einzelvertrieb von Artikeln.

¹⁸ Beispiele für solche Plattformen sind Editorial Manager (<http://www.editorialmanager.de/>) (20.03.2016) und Open Journal Systems (<https://pkp.sfu.ca/ojs>) (20.03.2016).

der von der Einreichung über die Begutachtung und gegebenenfalls einem sprachlichen Lektorat bis hin zur technischen Realisierung des Satzes reicht. Zweitens ist der Aufbau einer digitalen Infrastruktur ein Unterfangen, das einen offenen Horizont hat. Damit ist gemeint, dass es sich nicht um eine zeitlich begrenzte Phase der Innovation handelt, sondern um einen ausgedehnten, un abgeschlossenen Zeitraum, in dem fortwährend neue Herausforderungen entstehen und Wellen der Innovation angestoßen werden. Gegenwärtig stellen beispielsweise die Verknüpfung von Publikationen mit Forschungsdaten im Sinne von Enhanced Publications, die Bestrebungen, PDF als Dateiformat für Publikationen zu ersetzen¹⁹ oder die Verknüpfung von Publikationen mit nutzungs-basierten Daten (Usage Based Metrics)²⁰ wesentliche Aufgaben dar.

Die Entwicklung digitaler Infrastrukturen führt zu einem hohen Investitionsaufwand, der insbesondere im Fall von Springer sichtbar wird. I 1 beschreibt diese Plattformen als „sehr, sehr teuer“ und macht deutlich, dass ein Großteil des Unternehmensgewinns in diese Infrastrukturen investiert wird.

[Die Rendite, NT] ist zwar nicht so groß wie bei manchen Konkurrenten, aber es ist ein gesundes Geschäft und in den letzten Jahren waren es 24 % Gewinn. Von diesen 24 % wurde ungefähr die Hälfte sofort wieder in die Firma investiert, unter anderem für die neue SpringerLink-Plattform. Ein Viertel wurde in andere interne Systeme investiert, und ein Viertel wurde ausgeschüttet an die Eigentümer (I 1).

Diese Investitionskosten sind ein erster Faktor, der zu einer Differenzierung der Positionen von Verlagen führt. Während ein Großverlag wie Springer in der Lage ist, die Investitionskosten zu schultern und den Aufbau der digitalen Infrastruktur auf breiter Front voranzutreiben, gilt dies für kleinere Marktteilnehmer nicht. Unter ihnen lassen sich unterschiedliche Reaktionen beobachten. Die erste Reaktionsmöglichkeit besteht darin, mit einem Großverlag zu kooperieren. Dies kann – wie im Fall einer Fachgesellschaft und von I 3 geschildert – im Rahmen des oben beschriebenen Pacht-Modells geschehen. Daneben können aber auch zwei oder mehrere Verlage miteinander kooperieren, beispielsweise indem Online-Plattformen oder Vertriebswege eines Verlags von einem anderen mitbenutzt werden.²¹ Besonders Kleinverlage stehen durch die Digitalisierung unter Druck und dies vor allem wegen der Begrenztheit der ihnen zur Verfügung stehenden Mittel.

Das ist völlig klar, allein können wir noch nicht mal programmiermäßig die Dinge machen, die müssen wir alle von Spezialisten einkaufen oder uns in Kooperation mit Kollegen basteln lassen. Ein kleiner Verlag kann in diesem [Bereich, NT] überhaupt nicht mehr autonom arbeiten, das ist für uns eine große Problematik. Es wird teurer, weil diese Hybridfunktion heute unverzichtbar ist, und wir können es viel weniger selbst

¹⁹ Eine vieldiskutierte Alternative bildet das Dateiformat XML.

²⁰ Z. B. Altmetric (Aldie und Roe 2013).

²¹ Dazu exemplarisch die Partnerschaften des Verlags De Gruyter: https://www.degruyter.com/staticfiles/pdfs/1410_Fact_Sheet_Imprints_de.pdf (22.03.2016).

gestalten, wir müssen mit Fertig-Kits arbeiten, die irgendwo am Markt [...] angeboten werden (I 5).

Größe ist in Bezug auf die Digitalisierung entscheidend, da sie erstens Voraussetzung dafür ist, um die für den Aufbau von Plattformen notwendigen Investitionen tätigen zu können. Der Aufbau von eigenen Expertenabteilungen im Haus (wie im Fall von Springer) oder zumindest die Vergabe von Entwicklungsaufträgen sind Rahmenbedingungen, unter denen Entscheidungs- und Gestaltungsspielräume für die eigene digitale Strategie entstehen. Größe ist aber auch von Bedeutung mit Blick auf die Effizienz der Investition – die Entwicklungskosten für eine Infrastruktur sinken mit der Breite ihres Einsatzes.

2.2 Entwicklung neuer Produkte

Mit der Digitalisierung ergeben sich neue Möglichkeiten in Bezug auf das vertriebene Produkt. Bildete zu Zeiten der gedruckten Publikation die gehandelte Einheit das, was zwischen Front- und Backcover passt und gab es lediglich Variationen im Hinblick auf die Anzahl der gehandelten Einheiten²², lässt sich heute von einer Diversifizierung der Produkte und einem Bedeutungsverlust des Front-/Backcover-Vertriebsmodells sprechen. Digitalisierung ermöglicht es – in einem ganz praktischen Sinn –, eine Vielzahl von Produkten anzubieten, und mit den Bundle Deals und dem Einzelvertrieb von Artikeln wurden bereits wichtige neu entstandene Produkte genannt. Daneben entstehen aber auch andere Produktarten. Ein Beispiel dafür bildet die Retrodigitalisierung älterer, vergriffener Literatur. Hier kommen Groß- und Kleinverlage zu einer gegensätzlichen Einschätzung bezüglich der Marktgängigkeit eines solchen Produkts.

Die Archivierung überhaupt haben wir auch immer mehr expandiert. Eine der ersten Sachen, die wir gemacht haben, die Retro-Digitalisierung aller Artikel bis zu Volume 1 Issue 1. Bis zurück ins 19. Jahrhundert. Das haben wir dann natürlich nicht gratis angeboten, nicht, weil wir gute Menschen sind und Archivare, sondern weil wir ein Produkt gesehen haben, was Bibliotheken haben wollen. Das Gleiche machen wir im Moment mit allen Büchern, das geht fast bis ins 18. Jahrhundert zurück. [...] Aber wenn wir dann mal fertig sind, haben wir hunderttausend Titel im Archiv, die zurück bis in die 1840er gehen (I 1).

In der Passage wird deutlich, dass die dauerhafte Verfügbarkeit sämtlicher bei Springer jemals verlegter Werke das Ziel ist und in digitalisierten Backlists von Journalen und vergriffenen Monografien ein Produkt gesehen wird, an dem Bibliotheken interessiert sind. Dabei geht es nicht primär um den Verkauf des Zugangs zu einzel-

²² So im Fall der Journalpublikation der Vertrieb von Zeitschriften im Rahmen von Abonnements oder der Vertrieb von Einzelheften.

nen Werken, sondern um den Zugriff auf größere Teile oder gar den Gesamtbestand einer digitalen Bibliothek. Zu einer anderen Einschätzung kommt dagegen I 5, der auf die Retrodigitalisierung angesprochen antwortet:

Mit der Frage habe ich mich schon sehr intensiv befasst. Heute durch das digitale Publizieren könnte ich ja alle meine alten Bücher auf eine Plattform stellen und dann immer im On-Demand-System ausdrucken [...], da hätte ich so etwa 20.000 Titel, die ich machen könnte. Aber da braucht man [...] kein großes DIN A4-Blatt, um auszurechnen, was das Digitalisieren kosten würde und was die Abrufwahrscheinlichkeit der Altdaten ist. Also der Schatz, das ist meine Einschätzung, ist völlig fiktiv. Ich verdiene überhaupt kein Geld mit Sachen, die älter als zehn Jahre sind (I 5).

Die diametralen Einschätzungen der Marktgängigkeit retrodigitalisierter Publikationen werfen die Frage nach den Gründen dafür auf. Weshalb investiert der eine Verlag massiv in die Retrodigitalisierung, während der andere keine Möglichkeiten sieht, damit Gewinne zu erwirtschaften? Vermutlich ist dafür nicht ein einzelner Faktor verantwortlich. Neben den in der zweiten Interviewpassage angesprochenen Rezeptionszeiträumen mag auch die durchschnittliche Qualität der vergriffenen Werke Einfluss auf die Marktgängigkeit retrodigitalisierter Bestände haben. Als dritter Faktor dürfte es eine Rolle spielen, in welcher Sprache die Werke verfasst sind, da der Absatzmarkt für englischsprachige Publikationen größer ist als der für deutschsprachige. Daneben hat vermutlich auch der Umfang digitaler Bestände Einfluss. Die Anzahl der von Springer herausgegebenen Journale liegt deutlich über dem 100-Fachen des Verlags Lucius & Lucius und die Anzahl an Monografien immerhin bei dem 5-Fachen. Daher kann vermutet werden, dass das Interesse von Bibliotheken für Pakete retrodigitaler Publikationen steigt, wenn die Bestände vom Umfang und von der Abdeckung her selbst als Sammlungen von gewisser Bedeutung wahrgenommen werden.

Ein innovatives Modell der Retrodigitalisierung vergriffener Publikationen hat der Verlag De Gruyter entwickelt. Dieses zielt auf die Überführung gedruckter Werke in ein digitales Produkt, ohne sich dabei mit großen, im Voraus zu leistenden Investitionen zu belasten.

De Gruyter hat über 40.000 Buchpublikationen in den 260 Jahren erzeugt, und da war auch ganz klar aus dem wirtschaftlichen Aspekt, wir können und wollen die nicht alle digitalisieren, egal ob Rechte oder nicht. Ich meine, da sind auch viele Werke dabei, wo der Autor schon 70 Jahre tot war, wenn man 260 Jahre zurückgeht. Da haben wir einfach gesagt, wir lassen quasi den Nutzer entscheiden, was er haben will. Das ist ja das Modell, was vor drei Jahren mit dieser Edition eingeführt wurde. Wir bieten nur die Metadaten von den 40.000 Artikeln an, und dann lassen wir jetzt die Nutzer, die Bibliotheken oder die Forscher entscheiden, von dem Buch möchten sie entweder eine gedruckte Kopie, digitalisiert und neu gedruckt und neu gebunden oder eine elektronische Version wie ein modernes E-Book, was dann kapitelweise einfach als E-Book verfügbar gemacht wird (I 4).

Die Strategie zielt insgesamt auf ein kleinteiligeres Produkt, indem nicht ein Großteil oder gar der ganze Bestand zu einem Produkt zusammengebunden wird, sondern einzelne Werke bedarfsgesteuert digitalisiert und vertrieben werden. Dies beschränkt die finanziellen Anfangsinvestitionen, gleichzeitig aber auch den möglichen Umsatz.

Ein weiterer Vorteil von Größe ergibt sich mit Blick auf die Risiken, die mit der Einführung neuartiger Produkte verbunden sind. Für den Vertrieb einzelner Zeitschriftenartikel bieten die großen Wissenschaftsverlage den Einzelverkauf an, und auch ein Verlag wie De Gruyter verfügt über ein solches Vertriebsmodell. Eine Ausnahme bildet dagegen der Verlag Lucius & Lucius.

Das ist jetzt eine ganz spezielle Frage, ob man Einzelartikel verkaufen will, da bin ich im Moment noch sehr gespalten und zurückhaltend, weil ich die Sorge habe, dass das die Abonnements substituieren, also praktisch töten würde. Es könnte natürlich umgekehrt die These sein, da kommen Nachfragen von Leuten, die die Zeitschrift niemals abonniert hätten, dann wäre es ein Zusatzverkauf. Die Frage ist sehr kompliziert, und ich muss sagen, der Einzelverkauf von Zeitschriftenartikeln ist im Moment bei mir kein Ziel (15).

Das durch die elektronische Publikation möglich gewordene Geschäftsmodell des Einzelvertriebs wird hier nicht angewandt, weil die Auswirkungen unklar sind. Es könnten dadurch neue Einkünfte generiert werden; es könnte aber auch das für den Verlag wichtige Subskriptionsmodell beschädigt werden. Der Grund, weshalb der Verlag in dieser Situation eine risikoaverse Strategie verfolgt, ist wiederum im Zusammenhang mit seiner Größe zu sehen. Erstens sind die finanziellen Ressourcen für die Durchführung eines solchen Experiments knapp. Zweitens steht ihm im Unterschied zu einem größeren Verlag nicht die Möglichkeit offen, mit neuen Geschäftsmodellen in einem abgegrenzten Bereich zu experimentieren, der einerseits groß genug ist, um aus den Erfahrungen für das gesamte Verlagsprogramm zu lernen und andererseits klein genug ist, um den finanziellen Schaden im Fall eines Scheiterns des Experiments einzugrenzen.

2.3 Ermöglichung einer internationalen Arbeitsteilung

Weiter oben ist bereits erwähnt worden, dass Digitalisierung nicht nur den Vertrieb betrifft, sondern auch Potenziale bereitstellt, um den Produktionsprozess zu reorganisieren. Beispiele dafür sind sogenannte Online-Editorial-Management-Systeme, die eine Restrukturierung sämtlicher Prozesse der wissenschaftlichen Begutachtung und Entscheidung über die Publikationswürdigkeit eines Manuskripts bis hin zur Produktion der akzeptierten Artikel auf der Grundlage einer digitalen Plattform erlauben.

Die Implementierung solcher Systeme ist aufwendig und stellt, insbesondere für die kleineren Verlage, eine erhebliche Herausforderung dar.²³

Da das Produkt (die Publikation), sämtliche Vorstufen und alle drauf bezogenen Dokumente (wie Gutachten und der Schriftverkehr zwischen allen Beteiligten) digital vorliegen, können die Systeme genutzt werden, um einzelne Arbeitsschritte auszugliedern und an einem anderen Ort durchführen zu lassen. Eine solche Ausgliederung gab es bereits in vor-digitalen Zeiten nach der Gründung der ersten Zeitschriften auf der Seite der wissenschaftlichen Redaktionen durch die Einführung des Peer Review, bei dem Wissenschaftler außerhalb von Redaktionen mit der Einschätzung der Publikationswürdigkeit von Manuskripten in Papierform beauftragt wurden. Neben dieser Auslagerung, die in der Geschichte der Zeitschriften sehr früh stattfand und die dem Kriterium der Kompetenz folgt, erlauben Online-Editorial-Management-Systeme die Ausgliederung, die dem Kriterium betriebswirtschaftlicher Effizienz folgt, nämlich die einzelner Arbeitsschritte aus der Produktion.²⁴ Die im Eingangszitat genannten Mitarbeiter von Springer in Indien sind vor allem für die technische Herstellung der Artikel, also das Hardcopying und die Zusammenstellung einzelner Issues zuständig. Das Beispiel dieser Verlagerung verweist darauf, dass die Systeme dazu in der Lage sind, eine internationale Arbeitsteilung zu etablieren, die dem Prinzip der Kostenminimierung folgt. Dieses Potenzial der Digitalisierung des Produktionsprozesses kann allerdings nur von größeren Verlagen ausgeschöpft werden, da eine solche Verlagerung mit erheblichen Investitionen verbunden ist, die sich erst bei einer größeren Anzahl an Journalen (und anderen Publikationsmedien) rentiert.

In der Zusammenschau kann festgehalten werden, dass Digitalisierung die Größe von Verlagen in mehrerlei Hinsicht „belohnt“. Erstens ist es für große Verlage leichter, die notwendigen Investitionen für den Aufbau digitaler Infrastrukturen aufzubringen; zweitens können sie aufgrund ihrer Finanzkraft die Art der Ausgestaltung solcher Infrastrukturen bestimmen. Mit Blick auf die Produkte lässt sich drittens sagen, dass Größe nicht nur bestimmte Vertriebsformen ermöglicht – Bundle Deals –, sondern bestimmte Produkte auch erst ab einer bestimmten Größe marktgängig sind. Dies gilt beispielsweise für die Retrodigitalisierung vergriffener Bestände. Viertens können das Experimentieren mit neuen Produkten und die Abkehr von bewährten

23 Hier ist wiederum der Verlag Lucius & Lucius zu nennen, dessen Zeitschriften ein solches System nicht nutzen. Der Verleger hat es den wissenschaftlichen Redaktionen seiner Zeitschriften angeboten, die diese Option mit Blick auf das relativ kleine Mengengerüst ablehnten. Angesichts des Aufwands und der finanziellen Investitionen habe ihn die Entscheidung der Redaktionen sehr erleichtert, wobei er hier allerdings von einer Gnadenfrist spricht, bis die Redaktionen ein solches System eben doch einführen möchten.

24 Siehe hierzu ausführlicher Taubert 2012.

Geschäftsmodellen für Kleinverlage schnell riskant werden, während Großverlage solche Risiken besser eingrenzen können.²⁵

3 Haltung gegenüber Open Access

Nachdem im letzten Abschnitt die Auswirkung der Digitalisierung insbesondere mit Blick auf die Größe von Wissenschaftsverlagen analysiert wurde, sollen nun die Positionen der vier Verlage gegenüber dem frei zugänglichen Publizieren einander gegenübergestellt werden. Neben der allgemeinen Einstellung wird die Haltung zu den beiden Spielarten Green und Gold Open Access wiedergegeben.

3.1 Springer Science + Business Media

Springer positioniert sich gegenüber dem frei zugänglichen Publizieren grundsätzlich als aufgeschlossen und progressiv.

Zuerst mal zu Open Access. Es stimmt, wir sind etwas offener oder progressiver oder experimentierfreudiger als manche anderen Verlage. [...] Wir haben gesagt, gut, wenn die Wissenschaftler so etwas wollen, wenn die Scientific Community Open Access haben möchte, wer sind wir, um nein zu sagen? Wir sind der Verlag, und wenn Sie sagen, nein, wir möchten das lieber so organisieren, haben wir das entweder zu probieren, oder es gibt natürlich die Option nein zu sagen. Das haben andere Verlage getan (I 1).

Dieser Darstellung nach präsentiert sich Springer – in Abgrenzung zu anderen Verlagen – als Akteur, der sein Handeln an den Bedürfnissen und Wünschen der Wissenschaft orientiert. Mit Blick auf die Aktivitäten des Verlags muss festgestellt werden, dass dies nicht nur bloße Rhetorik ist, sondern der Forderung nach Open Access zumindest in Teilen nachgekommen wird. So ist die Selbstarchivierung von Artikeln aus Springer-Journalen grundsätzlich gestattet, sofern es sich nicht um die Verlagsversion des Beitrags handelt. Bezog sich dieses Recht zum Zeitpunkt des Interviews auf die Selbstarchivierung auf Homepages und in Repositorien, hat Springer als Reaktion auf den Finch Report (Finch Group 2012) und die Empfehlungen der

²⁵ Zwei weitere Faktoren sollen erwähnt werden, die Größe belohnen: Dies sind zum einen sogenannte Cascading-Strategien, bei denen ein Verlag über eine Zeitschriftenhierarchie verfügt und die von einer seiner Zeitschriften abgelehnten Beiträge an eine andere, in der Hierarchie weiter unten stehende Zeitschrift weiterleitet. Diese Strategie zielt auf die Bindung von Einreichungen an den Verlag ab. Zum anderen sind dies Services und abgeleitete Produkte, die auf Zeitschriftendatenbanken aufsetzen. Beispiele sind die Datenbank Scopus, die ihre Zitationsdaten unter anderem aus der Elsevier-Zeitschriftendatenbank Science Direct bezieht und das elektronische Evaluationstool SciVal. Siehe <http://www.elsevier.com/electronic-products/scival> (21.03.2016).

Research Councils UK seine Green Open Access Policy verschärft. Gestattet sind nunmehr die sofortige Selbstarchivierung auf der Homepage und die Archivierung in einem Repositorium nach einer Embargo-Frist von 12 Monaten.²⁶ Wenn eine Datei allerdings bereits vor der Publikation in einem Springer-Journal auf einem Repositorium abgelegt wurde, darf sie dort verbleiben.²⁷ Bereits im Interview wurde deutlich, dass Green Open Access mit deutlichen Vorbehalten begegnet wird:

Das etwas Perverse an Green Open Access ist, nach einer Embargofrist wird der Artikel in ein Repositorium gelegt, dass es [das Green-Open-Access-Modell, NT] sich drauf verlässt, dass es ein gesundes Subskriptionsmodell gibt. Es könnte aber in manchen Disziplinen, die eben nicht zentral finanziert werden [gemeint ist die Finanzierung durch Bundle Deals, NT], dazu führen, dass kleinere Verlage und kleinere Fachzeitschriften aussterben, weil sie es [finanziell, NT] nicht mehr hinkriegen werden. Ich kann Ihnen garantieren, egal was auf EU-Ebene oder Bundesebene entschieden wird, die Springers [...] die werden Modelle finden, um weiterzukommen (I 1).

Ganz anders stellt sich die Haltung gegenüber der zweiten Form, dem Gold Open Access dar. Diese Form der frei zugänglichen Publikation wird als mit den Interessen des Verlags kompatibel angesehen:

Wir haben uns in den letzten zwei Jahren auf eine Position geeinigt, firmenintern, Open-Access-Gold-Modell, was nachhaltig ist, machen wir gern. Da sind wir neutral. Neutral ist das Wort, was wir benutzen. Das Problem mit Open Access, zumindest mit der goldenen Version, ist, dass es für einige Disziplinen, die sich schnell bewegen, in der Biomedizin zum Beispiel, in der Genetik, ideal ist. Denn diese Disziplinen werden meistens finanziell auch zentralisierter unterstützt. Die Sozialwissenschaften, die Humanwissenschaften sind wieder eine andere Sache. Gold Open Access, wo sind die Mittel? Es geht um die Mittel (I 1).

Die in der offiziellen Firmenpolitik betonte Neutralität gegenüber diesem Modell bezieht sich auf die beiden Möglichkeiten der Finanzierung von Publikationsmedien: Der Verlag bietet sowohl ein autorensseitiges Finanzierungsmodell (Gold Open Access) als auch ein rezipientenseitiges Modell (Subskriptionsmodell) an, wobei keines von

²⁶ Dokumentiert ist die Verlags-Policy in Bezug auf die Selbstarchivierung auf der Webseite des Springer Verlags unter <http://www.springer.com/gp/open-access/authors-rights/self-archiving-policy/2124> (21.03.2106) und auf der Sherpa/Romeo-List unter <http://www.sherpa.ac.uk/romeo/search.php?id=74&fIDnum=&mode=simple&la=en&format=full> (Stand 06/2013). Es ist allerdings umstritten, ob tatsächlich strikt zwischen der Selbstarchivierung auf Homepages und einem institutionellen Repositorium unterschieden werden kann. So ist es beispielsweise möglich, aus einem Repositorium heraus auf eine Datei zu linken, die auf einer Homepage abgelegt ist. Dadurch wird es möglich, die Funktionalität des Repositoriums zum Auffinden des Dokuments zu nutzen.

²⁷ Die Veränderung der Green Open Access Policy verweist auf ein grundlegendes Problem. Es handelt sich um Rechte, die Verlage den Autoren freiwillig einräumen und die in Zukunft wieder revidiert werden können. Dies kann so weit gehen, dass der Verlag künftig keine Form der Selbstarchivierung mehr gestattet.

beiden dem anderen vorgezogen wird. Diese offizielle Sprachregelung deutet darauf hin, dass Springer im Fall von Gold Open Access die Möglichkeit sieht, seine Marktposition zu behaupten und ähnliche Renditen wie im Rahmen des Subskriptionsmodells zu erwirtschaften. In Zahlen ausgedrückt, wird wirtschaftliche Nachhaltigkeit durch die folgenden Preise erreicht: Im Fall von Gold-Open-Access-Journalen – also den Journalen des Open Programms von Springer, die sich ausschließlich über Article Processing Charges (APC) finanzieren, bewegen sich diese Gebühren je nach Journal zwischen 500 und 1.500 Euro.²⁸ Höher sind sie im Fall des optionalen Open Access (Springer Open Choice), bei dem für den Zugang zu einem einzelnen Artikel in einem ansonsten zugangsbeschränkten Journal bezahlt wird. Die APCs liegen hier bei 2.200 Euro oder 3.000 US-Dollar.²⁹ Aber auch in Bezug auf dieses Modell wird ein Aspekt als kritisch hervorgehoben: Wenngleich das Modell von seiner grundlegenden Anlage her mit den wirtschaftlichen Interessen von Springer kompatibel ist, funktioniert es derzeit aufgrund fehlender Finanzierungswege nur in einzelnen Bereichen der Wissenschaft.³⁰

3.2 Angewandte Chemie/Wiley-VCH

Das Redaktionsmitglied der *Angewandten Chemie* bezieht sich kritisch auf sämtliche Formen von Open Access. Das frei zugängliche Publizieren wird insgesamt abgelehnt, wengleich sich im Interview keine pauschale Positionierung zu Open Access findet. Die Haltung zur Selbstarchivierung lässt sich dahingehend zusammenfassen, dass der Autor seinen Artikel weder auf einem Repository noch auf seiner Homepage ablegen darf. Der Auskunft von I 3 nach ist es dagegen willkommen, wenn ein Autor die Publikationsliste auf seiner Homepage mit dem in der *Angewandten Chemie* publizierten Artikel verlinkt. Die Rechte, über die ein Autor der *Angewandten Chemie* verfügt, sind also sehr beschränkt. Der informelle Austausch von PDFs wird akzeptiert, die Nutzung des Internets zur öffentlichen Bereitstellung eines Beitrags wird als

²⁸ Siehe hierzu die Übersicht über das Springer Open Programm unter <http://www.springeropen.com/> (21.03.2016).

²⁹ Diese Informationen finden sich auf der Springer-Webseite unter <http://www.springeropen.com/get-published/article-processing-charges/how-much-is-springeropen-charging> (21.03.2016).

³⁰ Finanzierungswege werden derzeit unter anderem durch DFG-teilfinanzierte Publikationsfonds geschaffen. Das Merkblatt „Open Access Publizieren“ sieht folgende Voraussetzungen für die Verwendung von Mitteln der Fonds vor: „Die zu veröffentlichenden Artikel erscheinen in Zeitschriften, deren Beiträge sämtlich unmittelbar mit Erscheinen über das Internet für Nutzer entgeltfrei zugänglich sind (Echte Open-Access-Zeitschriften) und die im jeweiligen Fach anerkannte, strenge Qualitätssicherungsverfahren anwenden.“ (DFG 2013, 9). Zudem dürften die APCs maximal 2.000 Euro betragen. Eine Förderung des optionalen Open Access fällt aus, um ein „double dipping“, also das zweifache Bezahlen für dieselbe Publikation zu vermeiden. Ebenso wenig können Publikationen aus den Fonds finanziert werden, die nicht in Journalen erscheinen.

Publikation verstanden und abgelehnt.³¹ Diese Ablehnung erfolgt mit Bezug auf den wissenschaftlichen Grundsatz, jedes Forschungsergebnis nur einmal zu veröffentlichen³² und mit Verweis darauf, die *Angewandte Chemie* Sorge für einen angemessenen Zugang. Die Redundanz des Publikationsakts bzw. eine Vielzahl von Repositorien wird zum Gegenstand der Kritik gemacht. Diese kritisch-ablehnende Haltung setzt sich im Bereich von Gold Open Access fort. Die *Angewandte Chemie* bietet zwar ein optionales Open Access³³ an, mit 20–30 Beiträgen pro Jahr und 0,4 % des Publikationsvolumens ist diese Art der Finanzierung jedoch zu vernachlässigen. Eine Vereinbarkeit der Gewinnabsichten des Verlags mit dem Interesse der Fachgesellschaft an Erlösen aus dem Publikationsgeschäft mit einem APC-finanzierten Gold-Open-Access-Modell wird dabei nicht gesehen.

Zwei Arten von Verkopplung sind denkbar. Im Fall des Subskriptionsmodells sind der Preis einer Zeitschrift bzw. die Erträge, die an eine Fachgesellschaft fließen, sowie die Qualität positiv miteinander verknüpft: Eine hohe Qualität des Journals bildet die Voraussetzung, um hohe Preise zu erzielen. In diesem Modell ist das betriebswirtschaftliche Ziel der Maximierung von Gewinn gleichgerichtet mit dem wissenschaftlichen Ziel einer strengen Kontrolle von Qualität. Im Fall der Finanzierung einer Zeitschrift über APCs verändert sich aus der Perspektive von I 3 die Art der Kopplung. Die Erträge der Zeitschrift sind zunächst abhängig von der Anzahl von Artikeln, die publiziert werden und weniger von ihrer Qualität. Dabei stellt der Interviewpartner in Aussicht, der Zielkonflikt zwischen der Erzielung von Einnahmen für die Fachgesellschaft und der rigiden fachlichen Qualitätskontrolle könnte im Zweifel zu Lasten des zweiten Ziels entschieden werden. Die allgemeine Einschätzung gegenüber einer Finanzierung von Gold-Open-Access-Journalen durch APCs fällt daher sehr kritisch aus.

31 Instrukтив ist hier das Copyright Transfer Agreement der *Angewandten Chemie*. Es erlaubt zwar das Versenden des Artikels an einzelne Personen, verbietet aber ausdrücklich das systematische Inverkehrbringen, wie das Posten des Artikels auf einer Webseite oder auf eine Mailingliste mit einem automatischen Verteiler. Siehe <http://media.wiley.com/assets/1540/98/ctavchglobal.pdf> (20.03.2016).

32 Diese Argumentation ist freilich nur zugkräftig, wenn man ein Repository als Publikationsort und die dort abgelegte Version als Publikation versteht. Dagegen spricht allerdings, dass nicht sämtliche Funktionen der Registrierung, Zertifizierung, Verbreitung und dauerhaften Verfügbarkeit (Andermann und Degkwitz 2004, 36) durch ein Repository gewährleistet werden.

33 Dies geschieht im Rahmen von Wileys allgemeinem Modell „OnlineOpen“. Die APCs belaufen sich dabei auf 3.500 Euro. Siehe http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/%28ISSN%291521-3773/homepage/2002_onlineopen.html (21.03.2016).

3.3 Verlag Walter de Gruyter

Der Verlag Walter de Gruyter engagiert sich in umfassender Weise für die Förderung eines freien Zugangs zu wissenschaftlichen Publikationen. Er verfügt über ein breites Open-Access-Programm und sucht die Kooperation mit Bibliotheken³⁴ und Forschungsorganisationen.³⁵ Die Green Open Access Policy³⁶ gestattet die Selbstarchivierung von Beiträgen in Mehrfachautorenwerken nach Ablauf eines Zeitraums von zwölf Monaten nach der Publikation – und zwar in der Version des Verlags.³⁷ Vorgaben bestehen aber hinsichtlich des Orts, an dem die Selbstarchivierung stattfindet. Eine Ablage ist nur auf institutionellen Repositorien und der eigenen Webseite zugelassen.³⁸ Explizit ausgeschlossen wird dagegen die Ablage in kommerziellen Archiven. Dies ist insofern verständlich, da hierdurch das Produkt eines konkurrierenden Anbieters aufgewertet werden könnte. Der Gesprächspartner wendet sich während des Interviews gegen Einschränkungen in Bezug auf den Ort der Selbstarchivierung, vertritt also eine insgesamt weniger restriktive Haltung als der Verlag.

Und auch die Einschränkung, dass man dann die eigenen Beiträge nicht in irgendeiner Form [...] auf irgendeinen Server stellen kann, halte ich für überdenkenswert, weil ich glaube, dadurch schränkt man wieder die Auffindbarkeit ein (I 4).

Auch in Bezug auf Gold Open Access erweist sich der Verlag De Gruyter als aufgeschlossen. Er bietet für alle seine Produkte eine freie Zugänglichkeit am Ort der Erstpublikation an. Dies schließt Monografien, Sammelbände und Artikel in Zeitschriften ein. Hierbei handelt es sich um ein optionales Open Access. Insbesondere der Kauf des Open-Access-Verlags „Versita“ im Jahr 2012³⁹ hat De Gruyter aber auch auf dem Markt für Gold-Open-Access-Journale gestärkt. Die Gebühren für einen frei zugänglichen Journal-Artikel oder ein Buch-Kapitel liegen hier einheitlich bei 1.750 Euro. In der folgenden Passage macht I 4 allerdings deutlich, dass er die Finanzierung von

34 Der Verlag offeriert beispielsweise Bibliotheken eine institutionelle Mitgliedschaft, bei der Open-Access-Publikationen zu rabattierten Konditionen angeboten werden. Siehe <http://www.degruyter.com/page/1089> (22.03.2016).

35 Siehe hierzu exemplarisch den mit der Max-Planck-Gesellschaft geschlossenen Rahmenvertrag zur Publikation von Open-Access-Büchern unter <http://www.degruyter.com/dg/newsitem/56/die-maxplanckgesellschaft-und-de-gruyter-schließen-rahmenvertrag-zur-publikation-von-open-access-büchern> (21.03.2016).

36 Die Open Access Policy zur Selbstarchivierung findet sich auf den Webseiten des Verlags unter <http://www.degruyter.com/dg/page/576/repository-policy> (21.03.2016).

37 Die Verlagsversion schließt Layout und Seitenzahlen mit ein, sodass der Artikel auch zitierbar ist.

38 Diese Regelung führt mit Blick auf fächerspezifische Repositorien zu einer gewissen Konfusion: Dem landläufigen Verständnis nach ist ein Repository wie das arXiv.org zwar nichtkommerziell, aber auch kein institutionelles Repository.

39 Siehe die Presse-Information des Verlags unter <http://www.degruyter.com/applib/newsitem/9/de-gruyter-erwirbt-versita-und-wird-zum-drittgrten-internationalen-open-accessverlag> (21.03.2016).

Gold Open Access basierend auf APCs für jeden einzelnen Artikel für nicht zukunfts-trächtig hält:

Das ist aber nicht die Zukunft, wenn man 3.000 Dollar dafür bezahlt, dass der eigene Beitrag freigestellt wird. [...] Ich glaube, der Weg ist ein anderer. Das Modell, dass Institutionen [...] per se quasi so eine Art Flat Fee für Beiträge zahlen oder ein ganzes Journal als Sponsor betreuen, ist ein dritter Weg im Bereich des Open Access, der, glaube ich, auch etwas mehr Erfolg hat. Ich kann mir vorstellen, nur als Beispiel, wenn Max Planck sagen würde, hey, wir wollen jetzt für alle Max-Planck-Institute mit Verlag X oder Y oder nur für diese Zeitschrift eine Art Flat Fee vereinbaren, zumindest für die Beiträge, die von Max-Planck-Autoren kommen, wäre das natürlich ein viel größerer Schritt nach vorne Richtung Gold Open Access als bisher (I 4).

Zu beachten ist, dass sich diese Kritik nicht gegen Gold Open Access insgesamt wendet, sondern lediglich gegen eine bestimmte Spielart. Sie bildet den Ausgangspunkt für weitere Überlegungen bezüglich der Finanzierungsmöglichkeit von Gold Open Access, und solche Wege werden bereits im Rahmen eines Flatrate-Modells beschritten, das Forschungseinrichtungen Publikationskontingente in einzelnen Zeitschriften oder im gesamten Verlagsangebot zu reduzierten Preisen gewährt.

3.4 Lucius & Lucius

Auch der Verlag Lucius & Lucius fühlt sich wissenschaftspolitisch von der Forderung nach Open Access angesprochen und vertritt eine dezidierte Haltung. In Bezug auf Green Open Access findet sich auf der Homepage keine explizite Policy, sodass davon ausgegangen werden muss, dass die Selbstarchivierung nicht gestattet ist.⁴⁰ Hinsichtlich der Regelung des Urheberrechts und der Embargo-Zeiten für die Ausübung eines Zweitveröffentlichungsrechts ist die Haltung abhängig von der Dauer der Frist.

Und dann kommt Green Road, und das heißt ja praktisch Zweitveröffentlichungsrecht, und das ist natürlich das heiße Thema schlechthin, was wahrscheinlich die Existenz vieler Zeitschriften und damit vieler Verlage entscheiden wird, wie das gelöst wird. Und wenn ich an die sechs Monate denke, die so von manchen Radikalen gefordert werden, bin ich ganz sicher, dass das der Tod der meisten Zeitschriften wäre, da geht der Schnitter Tod wie zur Pestzeit durchs Land und damit gleich viele Verlage. [...] 18 bis 24 Monate, darüber könnte man nachdenken. Denn man muss ja immer überlegen, wenn das laufende Abonnement so schnell frei wird, dass gerade im geisteswissenschaftlichen Bereich der Nutzer sagt, ach Gott, Steuerpolitik in Ulm im 14. Jahrhundert, das könnte ich eigentlich auch erst im September lesen, da muss ich nicht das

⁴⁰ Diesen Schluss legt auch die Sherpa/Romeo List nahe, die für den Verlag feststellt, die Selbstarchivierung werde nicht unterstützt („not formally supported“). Abfrage am 21.03.2016 unter <http://www.sherpa.ac.uk/romeo/search.php>.

Abonnement haben. Das sind aber die Arbeiten, die wir haben. [...] Wenn man sagt, wir wollen Zeitschriften haben, muss man in der Embargofrist differenzierte, realistische und marktkonforme Regeln entwickeln (I 5).

Die im Zitat angesprochene Bedeutung der Fristen besteht darin, dass der Interviewpartner den Zeitraum zwischen der primären Publikation und der Ablage in einem Repositorium als das Zeitfenster begreift, in dem der Verlag Geschäfte machen kann. Das Beispiel spätmittelalterlicher Steuerpolitik verdeutlicht dabei, dass die Fristen den spezifischen Gegebenheiten der betreffenden Fächer angepasst werden sollten, die insbesondere durch die Geschwindigkeit des Wissensfortschritts und die Rezeptionsgeschwindigkeit geprägt sind. Im Fall von Lucius & Lucius geht es dabei nicht um die Maximierung von Gewinnen, sondern um die Aufrechterhaltung der ökonomischen Basis des Verlags.

In Bezug auf Gold Open Access verengt der Gesprächspartner die Perspektive auf eine Finanzierung solcher Journale durch APCs und lässt andere Modelle und Finanzierungsmöglichkeiten außer Betracht. Die Frage nach dem Funktionieren des Modells sei dabei in Abhängigkeit vom Kontext zu beantworten, in dem es angewandt wird.

Ja gut, die Golden Road ist ja wie schon lange deutlich gesagt, für die Verlage einfach eine Möglichkeit, ein Geschäftsmodell, das funktionieren kann oder auch nicht. Es funktioniert ja sichtlich im deutschen Bereich bisher schlecht, und besonders im geisteswissenschaftlichen Bereich noch schlechter, weil es einfach an den Fonds fehlt, aus denen das gezahlt wurde. [...] Diese Frage, Golden Road, ist ganz entspannt zu sehen, ich sehe nur keine Chance, sie in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im Moment in Deutschland durchzuführen (I 5).

I 5 bringt hier ein Argument vor, das aus den Interviews mit den Vertretern des Verlags Springer Science+Business Media bereits bekannt ist: Die Funktionsweise des Modells hängt von der Bereitstellung ausreichender Mittel in Publikationsfonds ab, auf die Autoren zugreifen können. Durch die Ausrichtung des Verlags auf den deutschsprachigen Markt ist Lucius & Lucius in besonderer Weise abhängig von den hiesigen Forschungseinrichtungen und Förderorganisationen.⁴¹

4 Forderung nach Transparenz

Eine zweite, wesentliche wissenschaftspolitische Forderung besteht in der Erhöhung der Transparenz in Bezug auf die Finanzierung der wissenschaftlichen Literaturversorgung. Sie begründet sich dadurch, dass es sich überwiegend um öffentliche

⁴¹ Ein optionales Open-Access-Modell hat der Verlag seiner Webseite zufolge allerdings nicht entwickelt.

Mittel handelt, die von Bibliotheken und Forschungseinrichtungen zur Herstellung des Zugangs zu wissenschaftlichen Publikationen aufgewendet werden. Anhand der Interviews werden folgende Ursachen für Intransparenz deutlich:

Bundle Deals: Während die individuellen und institutionellen Abonnementpreise für einzelne Zeitschriften auf der Webseite von Verlagen veröffentlicht werden, besteht eine solche Preistransparenz im Fall von Bundle Deals häufig nicht. Im Regelfall sind die Verhandlungen mit den Bibliotheken bzw. Bibliothekskonsortien geheim, und die Verträge enthalten eine Klausel, mit der Vertraulichkeit über die Konditionen des Vertrags vereinbart wird (Edlin 2004, 151 Fn. 90). Die Geheimhaltung der Vertragsbedingungen führt dazu, dass die Preise und Konditionen von Bundle-Verträgen nur in einem eingeschränkten Maß Orientierungsfunktion für Vertragsverhandlungen zwischen anderen Akteuren haben können.

Rabatte für Publikationskontingente: Im Fall des APC-finanzierten Gold Open Access besteht die Möglichkeit, dass sich ein ähnliches Maß an Intransparenz einstellt wie beim Subskriptionsmodell. Während sich APCs für einzelne Publikationen auf der Grundlage veröffentlichter Gebühren sehr gut vergleichen lassen, ist bereits absehbar, dass die Finanzierung individueller Publikationen nicht die einzige Art der APC-basierten Finanzierung bleiben wird. Bei mehreren Gelegenheiten wurde die Möglichkeit rabattierter Publikationskontingente angesprochen:

Es gibt auch immer wieder diese Diskussion, ja, APCs, und wenn man jetzt auf Springer guckt, was kostet ein Artikel in eurem Access-Verfahren im Hybridmodell, das sind 2.000 Euro, das ist ja wahnsinnig, wenn man das hochrechnet, alle Artikel, dann würden die ja noch mehr verdienen [...] Ich kann Ihnen sagen, es ist genauso wie beim Neuwagen, keiner bezahlt den Preis, der draufsteht. Es werden Volume Discounts gegeben, es wird mit Universitäten oder Gesellschaften, die zu uns kommen und sagen, wir publizieren pro Jahr ungefähr so viel, wie können wir einen Deal machen, verhandelt wie in ganz normalen anderen Situationen auch (I 1).

Hier ist zumindest mit der Möglichkeit zu rechnen, dass die Verhandlungen zwischen Verlagen und Forschungseinrichtungen bzw. Bibliotheken wiederum der Geheimhaltung unterliegen und die getroffenen Vereinbarungen ebenfalls nicht Dritten zugänglich gemacht werden dürfen. Sollte es dazu kommen, würde auch bei dieser Art der Finanzierung die Informationsfunktion von Preisen verloren gehen.

Pacht-Gebühr für Zeitschriften der Fachgesellschaften: Das oben am Beispiel des Journals *Angewandte Chemie* beschriebene Kooperationsmodell zwischen Verlagen und Fachgesellschaften erschwert die Rekonstruktion der Mittelflüsse. Erstens gilt auch hier das eingangs Gesagte: Wegen der Bundle Deals ist es schwierig zu beziffern, welche Erträge des Verlags der einzelnen Zeitschrift zuzurechnen sind, und aufgrund von Geheimhaltungsklauseln sind noch nicht einmal die Preise für das Bundle bekannt. Im Rahmen des Pacht-Modells bleibt zudem im Dunkeln, zu welchen Anteilen sich die Erträge auf den Verlag und die Fachgesellschaft aufteilen und wie hoch

der Gesamterlös der Gesellschaft aus dem Zeitschriftengeschäft im Allgemeinen und der *Angewandten Chemie* im Besonderen ist.⁴²

Es sind also die vorrangig von Großverlagen praktizierten Geschäftsmodelle, die für die Intransparenz verantwortlich sind. Daher richtete sich die Frage nach der Bereitschaft zur Herstellung von mehr Transparenz auch vorrangig an diese Akteure. Die Interviewpartner von Springer äußern sich hier eher zurückhaltend:

Ich kann Ihnen sagen, wenn es ein Gremium geben soll, was einen akzeptablen Gewinn bestimmen soll, dann nein. [...] Wie Sie wissen, sind wir bei allen Initiativen gern dabei, wenn diskutiert wird, aber die Details müsste ich wissen, was genau da abgefragt wird. Wir sind an der Börse, es gibt gewisse Sachen, die wir nicht an die Öffentlichkeit bringen (I 1).

Die zwei Einwände – einerseits die Zielrichtung einer Initiative zur Kostentransparenz und andererseits mögliche Konflikte zwischen einer Geheimhaltung von Informationen zum Schutz des Börsenkurses und der Art der abgefragten Informationen – deuten an, dass die Bereitschaft von Springer begrenzt ist, freiwillig zur Erhöhung der Transparenz beizutragen. Eine andere Art von Antwort findet sich im Interview mit dem Herausgeber der *Angewandten Chemie*. Das Thema Transparenz der Preisgestaltung wird dort an drei Stellen zur Sprache gebracht, und der Interviewpartner verzichtet auf eine Positionierung gegenüber der Forderung nach Verbesserung der Transparenz. Auch hier kann vermutet werden, dass die Bereitschaft zur Mitwirkung eher gering ist.

5 Zusammenfassung

Mit der Auswertung der Interviews mit vier Typen von Anbietern wissenschaftlicher Publikationen wurden wesentliche Charakteristika eines Markts exemplarisch herausgearbeitet, der starke Konzentrationstendenzen aufweist und der den Einflüssen eines dynamisch verlaufenden digitalen Wandels unterliegt. Die mit Blick auf die wissenschaftspolitische Gestaltung des Publikationswesens wesentlichen Erträge der Auswertung sollen an dieser Stelle thesenhaft zusammengefasst werden.

Market Imperfections: Anbieterseitiges Kennzeichen des Markts für wissenschaftliche Publikationen ist die Konzentration eines erheblichen Anteils wissenschaftlicher Zeitschriften im Portfolio weniger Verlage. Diese Struktur ist zusammen mit dem Spezifikum des Produkts Zeitschrift (Nichtsubstituierbarkeit) und einer besonderen

⁴² Im Interview wurden keine konkreten Zahlen genannt, sondern lediglich die Grundzüge des Pacht-Modells beschrieben. Der öffentlich zugängliche Tätigkeitsbericht der GDCh schlüsselt zwar in der Rechnungslegung zwischen dem ideellen Bereich, der Vermögensverwaltung, steuerbegünstigten Zweckbetrieben und wirtschaftlichen Geschäftsbetrieben auf. Die aus dem Publikationsgeschäft stammenden Erträge werden aber nicht gesondert ausgewiesen. (GDCh 2011, 34).

Form der Kommodifikation (Bundle Deals) Voraussetzung für die hohen Renditen im Bereich von STM.

Strukturdynamik des Markts: Die Strukturkräfte des Markts wirken gemeinsam mit den Effekten der Digitalisierung der Tendenz nach gegen Kleinverlage (Belohnung von Größe). Es ist davon auszugehen, dass der in der Vergangenheit zu beobachtende Aggregationsprozess noch nicht abgeschlossen ist und auch in Zukunft mit dem Aufkauf von Verlagen bzw. dem ökonomischen Ende von Kleinverlagen zu rechnen sein wird.⁴³

Innovationsträgerschaft: Die Trägerschaft von Innovationen im Bereich der digitalen Infrastrukturen hängt im Fall etablierter Verlage neben anderen Faktoren auch von ihrer Größe und vom Umfang der bereitstehenden Ressourcen ab. Hierin liegt ein Moment der Ambivalenz. Aus der Sicht der Wissenschaft ist es auf der einen Seite wünschenswert, wenn innovative Verlage einen Beitrag zur Weiterentwicklung der digitalen Publikation und digitaler Infrastrukturen leisten. Auf der anderen Seite ist es aber problematisch, wenn Verlage ihre Innovationsentscheidungen stärker an der Absicherung ihrer jeweiligen Marktposition und ihres Geschäftsmodells orientieren als an den Bedürfnissen der Wissenschaft.

Transparenz: Da die Preise für Zeitschriften nicht auf der Grundlage wettbewerblicher Mechanismen zustande kommen, sondern Ergebnisse von Verhandlungen sind, ist ein höheres Maß an Transparenz der Vertragskonditionen wünschenswert, um die Verhandlungsposition öffentlich finanzierter Bibliotheken zu stärken. Bei der Umstellung auf ein APC-finanziertes Gold-Open-Access-Modell muss mit der Möglichkeit gerechnet werden, dass es durch die Rabattierung von Publikationskontingenten zu einer ähnlichen Intransparenz der Preise und der Preisentwicklung kommt.

Gold Open Access: Bei den vier Verlagen besteht eine unterschiedlich große Bereitschaft zur Adaption von Gold-Open-Access-Modellen, die verschiedene Ursachen hat. Neben ungeklärten Finanzierungsfragen in einigen Bereichen (Finanzierungswege und bereitstehende Mittel) stehen der Adaption zum einen technische Voraussetzungen entgegen, die von kleineren Verlagen nicht immer erfüllt werden können. Zum anderen kann die Adaption von Gold Open Access dem Interesse am Schutz des derzeitigen Geschäftsmodells zuwiderlaufen.

⁴³ Diese Prognose bestätigte sich kurz nach Redaktionsschluss dieses Sammelbandes. Der Inhaber von Lucius & Lucius verkaufte seinen Verlag an De Gruyter. Dies geschah nicht aus ökonomischen Gründen, sondern weil es schwierig war, einen Nachfolger zu finden, der einen solch kleinen Verlag eigenständig weiterführen wollte. Das Verlagsprogramm wird nun unter dem Imprint Lucius & Lucius im Verlagshaus De Gruyter Oldenbourg fortgeführt.

Literatur

- Adie, Euan und Roe, William (2013): Altmetric: enriching scholarly content with article-level discussion and metrics. In: *Learned Publishing* 26.1: 11–17.
- Andermann, Heike und Degkwitz, Andreas (2004): Neue Ansätze in der wissenschaftlichen Informationsversorgung. Ein Überblick über Initiativen und Unternehmungen auf dem Gebiet des elektronischen Publizierens. In: *Historical Social Research*, 29.1: 6–55.
- Boni, Manfred (2010): Analoges Geld für digitale Zeilen: der Publikationsmarkt der Wissenschaft. In: *Leviathan* 38.3: 293–312.
- Brinzinger, Klaus-Rainer (2010): Piraterie oder Allmende der Wissenschaften? Zum Streit um Open Access und der Rolle von Wissenschaft, Bibliotheken und Markt bei der Verbreitung von Forschungsergebnissen. In: *Leviathan* 38.3: 331–346.
- DFG (2013): *Merkblatt Open Access Publizieren*. DFG-Vordruck 12.20. 03/13. Online-Dokument: http://www.dfg.de/formulare/12_20/12_20_de.pdf (23.03.2016).
- Edlin, Aaron (2004): Exclusion or Efficient Pricing: The “Big Deal” Bundling of Academic Journals. In: *Antitrust Law Journal* 72.1: 128–159.
- European Commission (2006): *Study on the economic and technical evolution of the scientific publication markets in Europe. Final Report January 2006*. Brussels: European Commission, DG Research. Online-Dokument: https://www.ulb.ac.be/unica/docs/librarians_2006_scientific_pub_study.pdf (23.03.2016).
- Finch Group (2012): *Accessibility, sustainability, excellence: how to expand access to research publications. Report of the Working Group on Expanding Access to Published Research Findings*. Online-Dokument: <http://www.researchinfonet.org/wp-content/uploads/2012/06/Finch-Group-report-FINAL-VERSION.pdf> (23.03.2016).
- Frazier, Kenneth (2001): The Librarians’ Dilemma. Contemplating the Cost of the “Big Deal”. In: *D-Lib Magazine* 7.1. Ohne Seitenzahlen.
- GDCh (2011): *GDCh Jahresbericht 2011*. Online-Dokument: <https://www.gdch.de/service-information/downloads.html> (23.03.2016).
- Hanekop, Heidemarie und Wittke, Volker (2007): Der Einfluss des Internet auf die Re-Konfiguration des Systems wissenschaftlichen Publizierens. In: *Gesellschaft und die Macht der Technik. Sozioökonomischer und institutioneller Wandel durch Technisierung*. Hrsg. von Ulrich Dolata und Reimund Werle. Frankfurt/New York: Campus, 201–220.
- Hanekop, Heidemarie und Wittke, Volker (2013): Der Wandel des wissenschaftlichen Publikationssystems durch das Internet. Sektorale Transformation im Kontext institutioneller Rekonfiguration. In: *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien. Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration*. Hrsg. von Ulrich Dolata und Jan-Felix Schrape. Berlin: Edition Sigma, 147–172.
- Harnad, Stevan (1995): The Postguttenberg Galaxy: How to get there from here. In: *The Information Society: An International Journal* 11.4: 285–291.
- Kirchgässner, Adalbert (2008): Zeitschriftenkonsortien. Angebotsausweitung auf Kosten der Flexibilität. In: *Informationskonzepte für die Zukunft. ODOK '07 (Schriften der Vereinigung Österreichischer Bibliothekarinnen und Bibliothekare)*. Hrsg. von Eveline Pipp. Graz-Feldkirch: Wolfgang Neugebauer Verlag GmbH, 137–146.
- Kopp, Hans (2000): Die Zeitschriftenkrise als Krise der Monographienbeschaffung. In: *Bibliotheksdienst* 34.11: 1822–1827.
- Odlyzko, Andrew (1997): The economics of electronic journals. In: *First Monday* 2.8: ohne Seitenzahl. Online-Dokument: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/542/463> (23.03.2016).

- Panitch, Judith M. und Michalak, Sarah (2005): *The Serials Crisis. A white Paper for the UNC-Chapel Hill Scholarly Communications Convocation*. Online-Dokument: www.unc.edu/scholcomdig/whitepapers/panitch-michalak.doc (23.03.2016).
- Parks, Robert (2002): The Faustian grip of academic publishing. In: *Journal of Economic Methodology* 9.3: 317–335.
- Schimank, Uwe und Volkmann, Ute (2012): Die Ware Wissenschaft: Die fremdreferentiell finalisierte wirtschaftliche Rationalität der Wissenschaftsverlage. In: *Wirtschaftliche Rationalität. Soziologische Perspektiven*. Hrsg. von Anita Engels und Lisa Knoll. Wiesbaden: Springer VS, 165–183.
- Springer (2011): *Springer Science+Business Media. General Overview and Financial Performance 2011*. Online-Dokument: http://www.springer.com/cda/content/document/cda_downloadaddocument/Overview+2011.pdf?SGWID=0-0-45-1175537-0 (23.03.2016).
- Taubert, Niels (2012): Online Editorial Management Systeme und die Produktion wissenschaftlicher Fachzeitschriften. In: *Leviathan – Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaften* 40.2: 297–319.
- Volkmann, Ute; Schimank, Uwe und Rost, Markus (2014): Two Worlds of Academic Publishing: Chemistry and German Sociology in Comparison. In: *Minerva* 52.2: 187–212.
- Wyly, Brendan (1998): Competition in Scholarly Publishing? What Publisher Profils Reveal. In: *ARL Bimonthly Newsletter*: Ohne Seitenzahl.
- Zuckerman, Harriet und Merton, Robert K. (1971): Patterns of evaluation in science: Institutionalisation. In: *Minerva* 9.1: 66–100.