

Der Buchhandel zwischen Baum und Borke? Bibliotheksansichten zur Rolle des Zwischenhandels im digitalen Zeitalter

Dr. Hildegard Schäffler
Bayerische Staatsbibliothek



Die Akteure

- (Wissenschaftliche) **Bibliotheken**
 - » Lokaler Bestandsaufbau (aktuelle Literaturversorgung; Archivauftrag) im Einzelerwerb oder über Konsortien
 - » Konsortiale Verhandlungsführung
 - Wollen ihre Kunden in der digitalen Informationsumgebung (mit begrenzten finanziellen Mitteln) optimal bedienen ...
- **Zwischenhandel**
 - » Zeitschriftenagenturen, Buchhändler, E-Medien-Agenturen, Aggregatoren...
 - Wollen auch in der digitalen Informationsumgebung attraktive Dienstleistungen anbieten ...
- **Verlage**
 - » Rascher Ausbau des digitalen Produktportfolios
 - Wollen ihre Produkte in der digitalen Informationsumgebung (teils direkt, teils über den Zwischenhandel) verkaufen ...

Szenario #1: Zeitschriften - Einzelabonnements

- **Bündelung** der Geschäftsbeziehungen beim Bezug einzelner Abonnements (Print- und E-Version) bleibt Kerngeschäft der Agenturen
- Anforderungen komplexer als bei Printmedien
 - » Rechtzeitige Information bei der Veränderung von Geschäftsmodellen notwendig
 - » Information über Verlagswechsel relevant
 - » Unterstützung beim Freischaltungsvorgang
- Konzentration auf das „long tail“, weil die Titel größerer Verlage tendenziell als Pakete verkauft werden

Szenario #2: Zeitschriftenkonsortien (1)

- **Lizenzverhandlungen**
 - » Erfolgen im Regelfall direkt zwischen Verlag und Konsortium, da
 - bessere Kenntnis der Interessen der teilnehmenden Einrichtungen
 - kein kommerzielles Interesse an einem Abschluss
 - Know-how in den konsortialen Geschäftsstellen vorhanden
 - » Ausnahmen
 - Verlag ist auf dem entsprechenden Markt nicht direkt, sondern durch eine Agentur vertreten
 - Angebote mit geringem Verhandlungsspielraum
- Rolle des Zwischenhandels bei Lizenzverhandlungen begrenzt

Szenario #2: Zeitschriftenkonsortien (2)

- **Administration**

- » Rechnungslegung, z.B.

- Aufgliederung der Verlagsrechnung nach Standorten
- differenzierte Rechnungslegung auf Fakultätsebene
- Korrekte Ausweisung der Steuer

- » Tools für die Aboerneuerung

- Aber: Abonnements laufen typischerweise bei verschiedenen Händlern
- Schnittstellen zu den Systemen der Anbieter erforderlich

→ Wer bezahlt die Agenturdienstleistung in einem Konsortium, wenn sie nicht von allen Teilnehmern benötigt wird?

Szenario #2: Zeitschriftenkonsortien (3)

- Änderung der **Geschäftsmodelle**
 - » Entwicklung von (print-)abobasierten über (e-only-)abobasierte Modelle hin zur Ablösung vom historischen Subskriptionsvolumen
 - » Modellentwicklung wird u.a. von der Allianz-Initiative „Digitale Information“ unterstützt
 - Differenzierte Rechnungslegung auch bei pauschalem E-only-Preis noch möglich, aber keine Aboerneuerung mehr (ggf. noch DDP)
 - » Open Access?
- Änderung der Geschäftsmodelle mit Auswirkungen auf das Dienstleistungsspektrum der Agenturen

Szenario #3: E-Books

- Auswahl auf Titelebene
 - » Zwischenhandel kommt bündelnde Funktion zu
 - » Wer „kann“ E-Books?
 - Konsortialer Rahmenvertrag
 - » Teilnehmer sollten sich Zwischenhändler der Wahl aussuchen können
 - ↔ Verlage arbeiten nicht immer mit (allen) Händlern zusammen
 - ↔ Agenturen bemühen sich um exklusive Vertretung
 - Konkurrierende Angebote via Händler bzw. Bibliothekskonsortien
 - » Teilweise problematische Vertriebspolitik auf Verlagsseite
- Anhaltende Unklarheit bei den Vertriebsstrukturen auf dem E-Book-Markt

Fazit (1)

These 1: Die Bedienung des „long tail“ stellt langfristig für den Zwischenhandel wohl keine ausreichende Geschäftsgrundlage dar.

These 2: Konsortiale Lizenzverhandlungen werden im Regelfall von den Bibliotheken selbst geführt.

These 3: Die Finanzströme zwischen Verlagen, Agenturen und Bibliotheken sind unter bestimmten Voraussetzungen neu zu organisieren.

Fazit (2)

These 4: Die Weiterentwicklung der Geschäftsmodelle bei Zeitschriftenkonsortien wird sich unmittelbar auf das Dienstleistungsspektrum der Agenturen auswirken.

These 5: Die Vertriebsstrukturen auf dem E-Book-Markt bedürfen der weiteren Optimierung.

These 6: Bibliotheken wollen in der digitalen Informationsumgebung ihre Kunden optimal bedienen: Wenn der Zwischenhandel hierfür geeignete Dienstleistungen anbietet, dann sind diese willkommen.

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**

schaeffler@bsb-muenchen.de
Tel.: 089-28638-2216