

Elektronisches Publizieren - Quo Vadis?

Arnoud de Kemp, Heidelberg

Als einer der Mitbegründer des elektronischen Publizierens schaut Arnoud de Kemp kritisch zurück und geht auf die Diskussion über Open Access und Selbst-Publizieren ein. Das Geheimnis eines erfolgreichen Verlages ist Organisation mit richtigem Management und finanziellen Risiken. Printausgaben bleiben das wichtigste weil zuverlässigste Medium.

One of the pioneers in electronic publishing Arnoud de Kemp looks back and reviews current heated discussions on open access and self-publishing. The secret of successful publishing is organisation with management skills and financial risks. Print remains important since it is so reliable!

Als Fotograf habe ich gelernt, in Schwarz-Weiß zu denken. Die Welt ist aber nicht Schwarz-Weiß, sondern voller bunter Farben und auch Grauzonen. Die Verlagswelt sieht nicht anders aus. In meinen vielen Verlagsjahren habe ich gelernt, was graue Literatur ist und was Qualität in der Information ausmacht. Über die Rolle der Verlage und der Bibliotheken als Filter für Qualität wurde bis vor wenigen Jahren noch ausführlich und positiv geschrieben. Die Diskussionen über „Open Archive Initiative“ und jetzt „Open Access“ und „Public Library“, die ich mit großem Interesse verfolge, verdrängen viel Bewährtes, bieten wenig Neues und auf jeden Fall nichts nachhaltiges Gutes. Unter dem Druck der knappen Budgets bei den Bibliotheken und in der euphorischen Erwartung, dass elektronisches Publizieren alle Probleme lösen wird, fahren leider viele auf einem modischen Trittbrett mit. Geld für Experimente ist plötzlich da, wo es sonst fehlt. Ich schlage diesen zynischen Ton an, weil ich vor 15 Jahren selbst gesagt und geschrieben habe, dass digitale Medien die gedruckten Medien ablösen werden. Mein damaliger Lehrmeister McLuhan hatte schließlich ebenfalls das Buch schon einmal totgesagt... Die Realität sieht jedoch anders aus: die Buchmessen bauen neue Hallen, und die Druckmaschinenfirmen melden von der Drupa in Düsseldorf Rekordumsätze. Wir sollten die Kirche im Dorf lassen: die Welt ist noch nicht so weit!

Im Laufe von knapp 350 Jahren hat sich das Medium Zeitschrift zum Hauptinformationsträger für die neuesten und wertvollsten Fakten aus Forschung und Entwicklung und als Träger für Fachgesellschaften entwickelt. Ich schreibe bewusst wertvoll, denn manche Entdeckungen führen zu hochwertigen Patenten, wobei das Datum der Originalpublikation ausschlaggebend ist. Bei allen Betrachtungen über das Publizieren sollte es klare Abgrenzungen zwischen Kommunizieren, Doku-

mentieren und Publizieren geben. Publizieren stellt die formalste Stufe in einem manchmal langen Prozeß da: „und jetzt für die Ewigkeit!“.

Zeitschriften gibt es viele („zu viele“ meinen einige in der öffentlichen Diskussion), und diese in vielen Formaten, mit unterschiedlichem Umfang und Erscheinungsweise. Es gibt keine Standardisierung. Jede(r) kann eine Zeitschrift gründen und wer über genügend Kapital verfügt, kann sie über Jahre weiterführen. Es gibt interessante Statistiken von großen Zeitschriftenagenturen wie Swets Information Service oder Ebsco, die belegen, wie viele Neugründungen, Zusammenführungen und Einstellungen es jährlich gibt. Fest steht, dass die absolute Zahl der Zeitschriftentitel zunimmt. Und fest steht auch, dass die absolute Zahl der gedruckten Seiten noch viel stärker steigt. Denn der Wissenschaftler will publiziert und nachweisbar dokumentiert sein. Er muss es sogar sein, um überhaupt neue Forschungsfördergelder, ein neues Projekt oder eine neue Stelle zu bekommen.

So lange der Nachweis über die berufliche Aktivität von publizierten Ergebnissen abhängig ist, kann sich nichts ändern. Das Ziel von Autoren ist weiterhin die Veröffentlichung in der besten oder zweitbesten Zeitschrift - oder die Gründung einer eigenen Zeitschrift.

Ich gehe jetzt nicht auf die Rolle der Bibliotheken ein. Sicherlich können Bibliotheken und Dokumentationseinrichtungen sehr viel zu dieser Diskussion beitragen, aber Bibliotheken sind meiner Meinung nach leider auffällig zurückhaltend.

Was machen dann Verlage? Was sind überhaupt Verlage? Was muss man wissen, um Verleger oder Verlagsmitarbeiter zu sein? Es gibt die sogenannten anerkannten oder offiziellen Verlage. Das sind meistens selbständige Gewerbebetriebe, die einem Ver-

band angehören, in Deutschland zum Beispiel dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Damit unterschreiben die Verlage eine Satzung, die die Preisgleichheit für den Zwischenhandel garantiert und auch andere wichtige Regularien unterstützt. International gibt es für die Wissenschaftsverlage die International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers (STM). Es gibt auch viele andere Firmen, Institute, Universitäten, Gesellschaften, Projekte etc., die verlegerisch tätig sind, aber nicht organisiert oder angeschlossen.

Aus der Sicht eines Bibliothekars in einer Erwerbungsabteilung wird hier ein größeres Chaos erklärt.

Verlegen ist organisieren! Man knüpft Kontakte, baut Expertennetze auf, verfügt über eine innovative Produktionsabteilung sowie ein Lektorat - denn nicht alle Autoren können gut oder richtig schreiben. Weiterhin gibt es die Abteilungen Marketing und Verkauf, Vertrieb, Kundenservice, Administration und Buchhaltung, Auslieferung etc. Man organisiert, wie man eingehende Manuskripte registriert und weiterleitet, wer prüft, wer bearbeitet, wer korrespondiert etc. Ein wichtiger, da oft unterschätzter Aspekt ist die Entscheidung, wo und wie man Geld investiert und wann das Geld wieder zurückverdient wird. Viele Verlage sind sehr erfolgreich mit der eigenen Entwicklung von neuen Produkten und Diensten, mit neuen Hand- und Lehrbüchern, Reihen, etc.

Damit komme ich zum Kernthema der Diskussion im Internet. Wenn Verlagen vorgeworfen wird, dass sie zu viel Geld mit Wissenschaft und Fachinformation, die mit öffentlichen Mitteln gefördert wird, verdienen, trifft das höchstens auf einen Bruchteil der gesamten Verlagsproduktion zu, und zwar auf die unaufgeforderten Manuskripte, die für Zeitschriften eingereicht werden. Es ist gleichzeitig aber ein großes Kompliment an die Verlage, denn nur wer produktiv und

Verlagswesen

effizient ist, kann auch Geld verdienen oder erhält Geld vom Staat. Eine Zeitschrift mit einer Ablehnungsrate von 80% muss mehr kosten, wenn man die Arbeit hinter den Kulissen mit berücksichtigt.

Aktuelle Untersuchungen in USA belegen inzwischen die Wichtigkeit der nicht-akademischen Forschung. Die öffentlich geförderten Projekte in fast allen Ländern zeigen große Redundanzen auf. Überall wird das Rad neu erfunden....

Wichtige Fragen wie nachhaltiger Zugang und medienneutrale Archivierung werden dabei nicht diskutiert. Das Chaos mit SGML und XML nimmt zu, weil keine Standardisierung stattfindet. Indexierung ist ein großes Thema, wie Google weiß. Entwicklungsansätze mit dem Versuch permanente Internetadressen zu kreieren (wie mit Digital Object Identifiers – DOI) oder bibliographische Referenzen zu vernetzen (CrossRef) werden ignoriert.

Es ist keine Kunst, pdf-Files auf einen Server zu legen. Es ist auch keine Kunst eine neue Zeitschrift zu starten, wenn man genügend Projektmittel, einen begeisterten Professor und genügend Assistenzkräfte zur Verfügung hat. Aber es ist eine sehr große Kunst, eine Zeitschrift über Jahrzehnte an der Spit-

ze zu halten. Das wird meistens unterschätzt.

Alle rein elektronische Zeitschriften, die wir in meiner Springer-Zeit übernommen, gehostet oder selbst gegründet haben, sind entweder zurückgegeben, eingestellt oder auf Print umgestellt worden.

Wir sind noch nicht so weit in unserer gesellschaftlichen Entwicklung, dass wir Ablösungen oder Umstellungen planen können. Das Leben in zwei Welten macht die Produktion teuer. Neue Aspekte wie CME in der Medizin habe ich noch nicht mal angesprochen.

Elektronisches Publizieren ist trotzdem ein wichtiges Geschäftsfeld, aber vorläufig lediglich als Ergänzung zum Print. Es ist, wenn man es gut macht, ein gewaltiges Marketinginstrument mit Zusatzfunktionen wie Alert Services und Volltextindexierung. Zu relativ niedrigen Kosten, sogenannten Grenzkosten, werden erheblich mehr Nutzer bzw. Leser erreicht als bei der Printausgabe.

Und man lernt viel dabei.....

Arnoud de Kemp
Sprecher des AKEP
Heidelberg, den 11. Mai 2004

Arnoud de Kemp, gebürtiger Niederländer, war von Juli 1984 bis Februar 2004 beim wissenschaftlichen Springer-Verlag Berlin, Heidelberg, New York verantwortlich für den globalen Verkauf und Marketing sowie für die Entwicklung der neuen Medien. Er war federführend in vielen nationalen und internationalen R&D Projekten involviert und hat SpringerLink zu einer der erfolgreichsten internationalen Online Informationsdienste aufgebaut. Er war 6 Jahre Präsident der Deutschen Gesellschaft für Dokumentation (DGD, jetzt DGI), 10 Jahre Vorstandsmitglied des International Electronic Publishing Research Centre (IEPRC), hat diverse Lehraufträge und ist jetzt Mitglied des Executive Board von STM, Mitglied des Verlegerausschusses des Börsenvereins, Sprecher des Arbeitskreises Elektronisches Publizieren (AKEP), sowie freischaffendes Mitglied des Frankfurter Kunstvereins. Im April 2004 hat er mit Ingrid Maria Spakler eine Agentur und Verlag für digitale Inhalte, digilibri, gegründet (digilibri.de, digilibri.com).