

Struktureller Wandel in der Wissenschaftskommunikation

von Wulf D. v. Lucius

1. Aktuelle Grundfragen der Wissenschaftsinformation

Das Thema des Tages Das Buch zwischen Geist und Kommerz bzw. mit B. Brecht, „die geheiligte Ware Buch“.

Über 300 Jahre existierte ein privatwirtschaftlich basiertes System der Wissenschaftskommunikation, bei dem ein physisches Produkt das Transportmittel war. Die Kosten für dieses physische Transportmittel der Inhalte, sei es ein Buch oder ein Zeitschriftenheft, trug (von fallweisen Bezuschussungen sehe ich einmal ab) der Verlag als der von Autoren bzw. Herausgebern beauftragte Vermittler bzw. Verwerter. Er setzte daher auch die Preise fest, die über alles kostendeckend sein mussten. Schon immer – und das ist im Blick auf die aktuelle Situation und die heftige Diskussion um open access u.ä. wichtig zu betonen – trug die Kosten der Manuskriptentstehung der Unterhaltsträger der Forschungsinstitutionen. Daran ändern und änderten auch z. T. gezahlte Honorare nichts Grundsätzliches.

Dieser deutliche Schnitt zwischen den Kosten der Manuskripterstellung und allen anderen Kosten danach ist auch im digitalen Umfeld von konstitutiver Bedeutung. Vorwürfe, die Verlage bezahlten ja nichts für die ihnen übergebenen Inhalte und bereicherten sich durch Verwertung fremder Schöpfungen, wie sie derzeit laut heraustrompetet werden, gehen doppelt ins Leere: erstens war das immer so und kann auch gar nicht anders sein, und zweitens steht es jedem Autor, jeder Institution völlig frei, einem Verlag ihrer Wahl ein Manuskript anzuvertrauen oder auch nicht, d.h. im letzteren Fall die Arbeiten der Aufbereitung, Produktion und Verbreitung selbst zu übernehmen. Dafür gibt es viele Beispiele, darunter sogar einige erfolgreiche.

Der weitaus überwiegende Teil der Autoren sucht sich aber auch heute und auch für digitale Publikationsformen Verlagspartner offenbar aufgrund der Einschätzung, dass Verlage weiterhin nützliche Dienste leisten.

Die Frage, inwieweit Verlage auch im digitalen Umfeld nützliche Funktionen in der Informationskette haben können oder sollten, ist also wiederum nur an der Frage der Kostentragung für alle Dienstleistungen, die **nach** der Manuskripterstellung anfallen, zu klären. Hier gibt es allerdings eine weitverbreitete, weil von informationellen Fundamentalisten eifrig geschürte Fehleinschätzung dahingehend, dass im digitalen Umfeld diese Kosten vernachlässigbar klein werden und die erforderlichen Leistungen quasi mit linker Hand von Universitätsrechenzentren, Bibliotheken u.s.w. zu erledigen seien mit enormer kostensenkender Wirkung für das Gesamtsystem.

Nach allem, was bisher an Erfahrungen vorliegt, sind die Kosten für Digitalprodukte aber sehr erheblich: Formatierungen, Datenaufbereitung, thematische und qualitative Sortierung und Bündelung, Metadatenerstellung, Datenvorhaltung und aktives Marketing erfordern erheblichen Arbeitsaufwand und spezifisches know how, das hochqualifizierte Fachkräfte erfordert. Die Konzentrationsbewegung bei den Verlagen kann als Hinweis auf die hohen Kosten gesehen werden. Sollte das alles in Zukunft wirklich in den Hochschulbereich übernommen werden mit der Konsequenz, dass Hunderte, eher einige Tausend neue Stellen geschaffen werden müssten? Wären mit einer solchen Verlagerung per se Effizienzgewinne verbunden?

Noch weniger vermag das Argument der großen Kostenersparnis zu überzeugen, wenn man zugrundelegt, dass Bibliothekare wie Nutzer bislang ganz betont ein Hybridsystem wünschen, bei dem die Information sowohl digital wie gedruckt angeboten wird. In weiten Teilen der internationalen Wissenschaftszeitschriften ist dies Hybridsystem bereits Wirklichkeit (insbesondere im sog. stm-Bereich) und hat insoweit bereits **indirekt** zu erheblichen Kostensenkungen für die Hochschulen geführt, indem durch Bündelungen der Digitalversionen sehr viel mehr Zeitschriften nutzbar werden als in Print-Abos bezogen werden. Die Kosten pro Nutzung sinken also in der Tat, die Kosten des Hybridsystems insgesamt steigen aber deutlich, weil ja eben zwei Bereiche zu bespielen sind, für die beide spezifische Kosten anfallen.

2. Open Access

Es gibt eine intensive Diskussion in der akademischen Welt über die Publikation wissenschaftlicher Arbeitsergebnisse in wissenschaftlichen Zeitschriften und inwieweit das Urheberrecht (durch Rechtsübertragung oder Lizenzierung) ein Hindernis oder im Gegenteil förderlich für die wissenschaftliche Kommunikation ist. Zum Teil steht dies in enger Beziehung zu dem von wissenschaftlichen Verlagen

keineswegs in Frage gestellten Bedürfnissen der Autoren, ihr eigenes Werk im Unterricht bei Präsentation und Diskussionen mit Fachkollegen oder für spezifische Einsätze durch die eigenen Institutionen verfügen zu können.

Wenn man die Sachverhalte im einzelnen sorgfältig prüft, erkennt man, dass die Nutzung durch Forscher, Fakultäten und anderer Akademiker nicht notwendigerweise mit den Rechten der Zeitschriftenverleger im Konflikt stehen muss. Die große Mehrheit der wissenschaftlichen Verleger und eine noch größere Mehrheit der wissenschaftlichen Zeitschriften erleichtern durch spezielle Verlagsverträge oder institutionelle Lizenzen ein hohes Niveau von Nutzungsrechten der Autoren und ihrer Institutionen; man kann in diesem Sinn durchaus von wissenschaftsfreundlichen Verhältnissen sprechen – kein Wunder bei der völligen Abhängigkeit der Verlage von Autoren, die ihnen Manuskripte zur Verfügung stellen.

Urheberrecht und exklusive Veröffentlichungsrechte sind also nicht notwendigerweise im Widerspruch zu der Freiheit akademischen Gedankenaustausches und der wissenschaftlichen Diskussion publizierter Inhalte. Die Prinzipien von „fair use“, Zitatrecht usw. sichern dies ab, zumal der Urheberrechtsschutz ja nicht die zugrunde liegenden Fakten oder Gedankengänge schützt, sondern nur den Ausdruck derselben. Der immer wieder vorgebrachte Vorwurf, die Verlage behinderten den wissenschaftlichen Fortschritt durch Monopolisierung der Forschungsergebnisse, geht völlig fehl, ja er ist unredlich. Das heißt: Forscher und Kritiker sind immer frei, Referenzen zu nutzen und Kommentare über wissenschaftliche Forschungsfortschritte zu geben vorausgesetzt, die Zitate folgen den allgemein akzeptierten Regeln der Wissenschaft und begrenzen sich darauf, die notwendigen Textpassagen zu übernehmen. In diesem Licht fallen manche lautstarke für open access vorgebrachte Argumente weitgehend in sich zusammen.

All dies vorausgeschickt, kann man *sine ira et studio* das open access-Modell analysieren, das strukturell ja gar nicht an die Frage print oder digital gebunden ist. Unstreitig gibt es für jegliche Publikationsform erhebliche Kosten, egal ob nur Print, Print und elektronische Version oder e-only, die irgendwer bezahlen muss. Lassen wir die schlechteste Lösung der Vollsubventionierung durch flächendeckende verlegerische Betätigung der öffentlichen Hand beiseite (gegen sie bestünden ja neben erheblichen verfassungsrechtlichen auch gravierende wissenschaftspolitische Bedenken, auf die ich noch zu sprechen komme), dann bleiben nur die beiden Varianten „user pays“, d.h. das seit Jahrhunderten bestehende Abonnementsmodell, das natürlich auch im digitalen Umfeld funktionieren kann und seit Jahren viel tausendfach funktioniert, oder das „author pays-Modell“, für das es ebenfalls seit einigen Jahren Beispiele in der Praxis gibt. Die Preise pro veröffentlichte Arbeit liegen zwischen 1200 und 3000 \$ – bei „nature“ hat man ausgerechnet, müsste eine Arbeit im „author pays-Modell“ 20.000 \$ kosten. Für Verlage stehen beide Modelle als Optionen zur Wahl, sie können sich da ganz nach den Wünschen der scientific community richten. Beide Verfahren taugen als Geschäftsmodell, nicht nur der Springer Verlag bietet neben Abonnements auch das open access-Modell.

Welches der beiden Modelle nun sinnvoller ist, ist m.E. daher eine primär wissenschaftspolitische Entscheidung. Die Frage lautet: Sollen die Autoren von der Mittelgewährung Ihrer Institutionen für die page charges im open access-Modell abhängen, oder soll der Markt mit seinem auf Nutzungserwartungen beruhenden Nachfrageverhalten die Finanzierung leisten? Für den Betreiber einer Zeitschrift kommen beide Varianten gleichwertig in Betracht, soweit Kostendeckung erreicht werden kann. Nicht in der Finanzierung auf dem einen oder anderen Weg liegt die entscheidende Frage, sondern in der Steuerung des wissenschaftlichen Informationssystems. Soll dieses quasi hoheitlich und monopolisierend getragen von der öffentlichen Hand mit allen Risiken von Machtpolitik einzelner Gruppen erfolgen oder durch den Wettbewerb zahlreicher Zeitschriften, die in zahlreichen wiederum im Wettbewerb untereinander stehenden Verlagen erscheinen? Wäre ein öffentlich-rechtliches Einheitssystem von Annahme und Verbreitung wissenschaftlicher Arbeiten – praktisch verankert in der jeweiligen Institution – für die Autoren nicht eine ganz große Einschränkung? Was würde aus den zweitrangigen Arbeiten und ihren Autoren, die ja auch Nützliches erbringen? Das wohlgeschichtete System von Top-Zeitschriften bis hin zur junk-Zeitschrift auf dem gleichen Gebiet hat ja eine enorme Steuerungsfunktion und steigert damit die Effizienz, die Orientierung und Auswahlmöglichkeiten für die Nutzer. Wie sollte eine Hochschule mit dieser Qualitätsschichtung umgehen, wie sollte sie einem ihrer bestellten Wissenschaftler eine Publikation verweigern? Oder wie ihm bedeuten: Du gehörst in tier 2? Das kühle System konkurrierender Zeitschriften, die von Dritten außerhalb des Wissenschaftssystems betrieben werden, leistet dies alles geräuschlos.

Open access gemäß der golden road, also kostenfrei für alle Nutzer von Anfang an, wäre in der Hand staatlicher Institutionen eine große Gefahr für die Freiheit des Publizierens und den Wettbewerb der Wissenschaftler untereinander. Die golden road in kommerziellen Händen kann man als eine Alternative zum Subskriptionsmodell sehen, obwohl mir selbst sich die Vorteile nicht recht erschließen.

Ich wende mich nun der sog. „green road“ bei open access zu, bei der der kostenfreie Zugang erst nach einer gewissen Frist, oft ist von 6 Monaten die Rede, möglich sein soll. Diese Konzeption ist äußerst „tricky“. Sie bedeutet zunächst das stillschweigende Eingeständnis, dass die Leistungen der Verlage

vielleicht doch nicht ganz so unnütz bzw. so leicht zu ersetzen sind, wie die Aktivisten um Herrn Kuhlen uns glauben machen wollen. Die green road anerkennt, dass wissenschaftliches Publizieren auch nach dem kostenfrei an den Verwerter abgelieferten Manuskript erhebliche Aufwendungen erfordert, die es zu decken gilt. Da wollen die scheinbar kompromissfreundlichen Advokaten der green road dann doch nicht ran: diese Kosten könnte ja ruhig weiterhin ein anderer tragen, sprich der Verleger, dem man dann ohne jede fachspezifisch oder betriebswirtschaftlich differenzierte Analyse nach 6 Monaten jede Chance der weiteren Ertragserzielung mit quasi enteignender Maßnahme entzieht, und zwar in besonders raffinierter Form, indem man das nicht etwa in ein Gesetz packt, sondern durch dienstrechtliche Weisungen der Institutionen an ihre Mitarbeiter durchsetzen will. Der Mohr hat seine Schuldigkeit getan, er kann nun ausgeschaltet werden.

Bei mancher Zeitschrift mag die 6-Monatsfrist durchaus ausreichen, um volle Kostendeckung zu erzielen, bei vielen anderen aber eben nicht.

Solange das Recht der kostenlosen Anbietung nach der 6-Monatsfrist nur auf den Server des Autors oder seines Instituts beschränkt bleibt, mag das u.U. hinnehmbar sein – sehr viele Verlage erlauben dies bereits heute, wie ich bereits eingangs erwähnte. Sehr bedenklich aber würde der nachgeschaltete open access der green road, wenn über die Homepage des Autors oder ein lokales Hochschulrepositorium hinaus aus solchen „frei“ gewordenen Inhalten mit öffentlichen Mitteln Fachportale und strukturierte Volltextdatenbanken gebastelt würden. Das wäre ein tiefer Eingriff in die Verwertungschancen der Verlage, es wäre ein gravierender Schritt in Richtung verlegerische Betätigung der öffentlichen Hand, gegen die eine Vielfalt von Einwänden vorzubringen sind: die eben genannten wissenschaftspolitischen ebenso wie verfassungsrechtliche.

Zu diskutieren ist des weiteren, welche Version denn der Autor bzw. die Hochschule einstellen darf: das nackte Manuskript – oder das was daraus durch die IT-gesteuerten Redaktionssysteme der Verlage geworden ist, samt DOI, Metadaten u.a. Der verlagsgeschaffene Mehrwert dürfte ja wohl nicht so einfach mit einbehalten werden, auch wenn es bislang kein Leistungsschutzrecht für Verlage gibt – angesichts solcher Entwicklungen drängt sich diese Frage aber auf.

Die überwiegende Mehrheit der wissenschaftlichen Verleger anerkennen, dass die Nutzung der eigenen Aufsätze durch die Autoren im akademischen Kontext angemessen ist und die Geschäftsmodelle nicht beschädigt. Üblicherweise enthalten die Vereinbarungen mit den Autoren auch entsprechende Passagen über die Nutzung der Beiträge innerhalb der Institution der Autoren, insbesondere für Unterrichtszwecke. Und ebenso das Recht, bestimmte Versionen der Publikation in institutionellen Repositorien oder auf der Homepage des Autors einzustellen.

Die wissenschaftlichen Verleger glauben, dass eine ausgewogene Politik der Rechtsübertragung bei wissenschaftlichen Zeitschriften auf folgenden Grundsätzen beruhen sollte:

1. Wissenschaftliche Autoren und ihre Institutionen sollten den Inhalt den sie selbst erstellt haben, für den internen institutionellen nichtkommerziellen Gebrauch und für Unterrichtszwecke zugänglich machen können, wie dies die meisten Verleger bereits zugestehen.
2. Die Verleger andererseits sollten in die Lage versetzt werden zu entscheiden, wann und wie die offizielle Publikation erfolgt und in die Lage versetzt sein, von dieser Publikation und öffentlichen Anbietung des endgültigen Artikels kostendeckende Einkünfte zu erzielen, in Anerkennung des Wertes der von ihnen geleisteten Dienste.

Auch sonst gibt es noch viel zu klären, denn die Effizienz des wissenschaftlichen Informationssystems erfordert es dringlich, dass nicht mehrere Versionen einer Arbeit im Netz auf unterschiedlichen Servern herumgeistern: etwa ein pre-print auf der des Autors, die formatierte endgültige Version auf der des Verlages und eine um die Verlagsleistungen rückwirkend wieder abgespeckte Version auf einem Hochschulrepositorium – nach welcher Seitenzählung soll zitiert werden, wer kann Abweichungen der Versionen vom trivialen Fehler bis hin zu Überarbeitungsstufen analysieren? Angesichts der Flut von wissenschaftlichen Arbeiten braucht das Wissenschaftssystem nichts dringlicher als eine Beschränkung auf **eine** endgültige Dokument-version. Insoweit an dieser – auf Wunsch und in Auftrag seitens der Autoren – ein Verlag daran mitgewirkt, das heißt Kosten aufgewendet hat, muss ihm auch ein Investitionsschutz dahingehend zugestanden werden, dass ein ausreichender Mittelrückfluss im Prinzip möglich ist.

Deshalb kann die Lösung für eine Zugänglichkeit der Inhalte im Netz nur sein: **Lizenzierung**. Ich habe schon erwähnt, dass Tausende von Zeitschriften als Digitalizenzen (oft kombiniert mit dem Print-Abo, aber durch Bündelungen oft weit darüberhinausgehend) verfügbar sind, dazu gibt es auch – etwa bei Springer, Elsevier oder Thieme – in beachtlichem Umfang Digitalizenzen für Bücher, seien es Nachschlagewerke oder Lehrbücher zu erwerben. Nur die kaufmännisch kalkulierte Lizenz kann zu einer Kostendeckung für Digitalangebote unter Berücksichtigung von Substitutionsvorgängen gegenüber dem Printerzeugnis führen und damit zu einem nachhaltigen Qualitätsangebot. Solange in der derzeit noch

unklaren Situation des Korbs zwei offen bleibt, ob etwa das Damoklesschwert „angemessener Preise“, die durch Gerichtsurteile festzustellen wären, über den Anbietern schwebt – wer will da von den Verlagen energisches Voranschreiten und hohe Investitionen im Digitalangebot erwarten?

Nicht das Zögern der Verlage erfordert gesetzliche Lizenzen oder Zwangslizenzen, sondern die Androhung derselben hemmt unternehmerische Initiativen der Verwerter. Gerade hier müsste eine dem Wissenschaftssystem förderliche Urheberrechtsstrategie anstelle eines Herumfuchtelns mit der Enteignungskeule.

Noch einmal: ob ein Verlag im System der wissenschaftlichen Kommunikation eine Funktion zugewiesen bekommt, beruht ausschließlich auf Entscheidungen der Autoren – kein Verleger möchte der berüchtigte Heizer auf der E-Lok sein – ein ganz passendes Bild für die E-Welt des Internet.

3. Web 2.0 – eine grundstürzende Innovation

Im zweiten Teil meiner Überlegungen möchte ich mich der Konzeption des web 2.0 zuwenden, das in konsequenter Ausbildung in viel grundsätzlicherer Weise die Frage nach einer künftigen Funktion der Verlage aufwirft.

Die bislang existierenden Netzprodukte von Verlagen, von denen nicht wenige erhebliche Deckungsbeiträge und manche sogar bereits stolze Gewinne erwirtschaften, gehen alle wie in der Gutenberg-Welt von einem Produkt aus, dessen Basis ein professionell erstellter, verlässlicher Volltext ist, der kostenlos oder berechnet von einem Anbieter an den Nutzer übermittelt wird nach dem Prinzip „one to many“. Wie viel sich auch durch die digitalen Produkte verändert hat, die Akteure Autoren und Redaktionen am Beginn der Informationskette spielen in all diesen Produkten eine (unverändert) entscheidende Rolle. Es wird etwas erstellt, das dann den interessierten Nutzern über das Netz als Transportkanal zugänglich gemacht wird.

Diese dem klassischen Verlag darin immer noch sehr nahe Grundstruktur des wissenschaftlichen Kommunikationssystems wird im sogenannten Web 2.0, für das eine klare Definition bislang fehlt, zugunsten von Interaktivität und Gemeinschaftsbildung aufgelöst. Es wird daher z.T. auch vom „Social Web“ gesprochen. Innovationsoptimisten glauben, dass erst mit dem Web 2.0 das eigentliche Internetzeitalter beginnt – so etwa Tim O’Reilly, dessen Erfinder. Die Grundidee ist jedenfalls, die „kollektive Intelligenz“, die „Weisheit der Vielen“, der Nutzer zu verbinden.

Das grundlegende Strukturmodell im Web 2.0 ist eine Plattform, auf der diese Bündelung der Einzelbeiträge organisiert wird (Kontaktnetzwerke). Experten glauben, dass nur einige sehr wenige kommerzielle Plattformanbieter sich durchsetzen werden: die Eintrittsschwelle in diesen neuen Markt sei sehr hoch. „Mitmachen“ kann andererseits jeder. Dafür steht der Begriff der Partizipation im Web 2.0. Ausprägungsformen wie Blogs, Wikis, Collaboration, Taggings und insbesondere die Tauschbörsen sind mehr oder weniger betont antikommerzielle Konzepte, also wenig verlagsnah. Foren und Blogs verändern die Welt der Journalisten und Zeitungen, die bloggenden Bürger werden zu (kollektiven) Journalisten. P2P-Tauschbörsen machen laut einer neueren Untersuchung bis zu 70% des Internetverkehrs in den Nachtstunden aus! Das spiegelt die Verhaltensweisen der neuen jungen Nutzer.

Neben diesen Großplattformen für das allgemeine Publikum können aber kleinere für bestimmte Zielgruppen, z.B. einer Hochschule für ihre Studierenden oder für bestimmte Forschungsgebiete (Fachblogs bzw. Corporate Blogs), konzipiert und vermutlich kostengünstig betrieben werden.

In diesen ist dann die „intellektuelle Wertschöpfungskette“ ganz neuartig, Fachleute sprechen vom Ende der linearen Informationswelt, in der Verlage an einer bestimmten Stelle ihre Funktion hatten. Die bisher verwirklichten Formen digitalen Publizierens haben, wie oben schon erwähnt, diese alte Kette mehr oder weniger verändert fortgeführt. Die Befürworter einer „genuinen“ digitalen Welt sehen als Voraussetzung für deren Funktionieren den Wegfall des Dokumentbegriffs an, zugunsten eines aus dem Mitwirken vieler entstehenden vernetzten Kompositums, bei dem Rezeption, Referenz und Weiterverwendung ineinander verschwimmen. Es wird auch von einem „prozessorientierten Textkonzept“ gesprochen oder von prosuming, bei dem production und consumption von Information verschmelzen. Inwieweit solche teils von hohem Idealismus getragenen Modelle einer „neuen Wissensökologie“ den Anforderungen der nicht-forschenden Anwenderwelt einerseits und den harten Bedingungen akademischer Karrieren andererseits gerecht werden können, lässt sich derzeit noch nicht klar abschätzen. Noch viel weniger, ob die Wissenschaft insgesamt auf das Konzept stabiler Dokumente verzichten kann oder will. Auf jeden Fall stellt sich aber in einer solchen Welt die Frage, inwieweit klassische Verlage, insbesondere aber Fach- und Wissenschaftsverlage, eine Betätigungsmöglichkeit haben werden. Und das umso mehr, als diese neuen Gemeinschaften hochsensibel und abwehrend gegen alles Kommerzielle sind.

Die zwei Beispiele, in denen in letzter Zeit große Verlagskonzerne sich in diesen Markt hineinbegeben haben, beziehen sich bezeichnenderweise ganz auf den allgemeinen Verbrauchermarkt und werden ihre Bewährungsprobe gegenüber einer Abwehrhaltung der Nutzer erst noch zu bestehen haben. Sobald die Nutzer erfahren sollten, dass die aus ihrer Teilnahme ablesbaren Interessenprofile für werbliche Zwecke genutzt werden, könnten sich rasche Absatzbewegungen zeigen. Die Beispiele sind Holtzbrinck bei StudiVZ und Murdoch bei MySpace. In beiden Fällen ist das Geschäftsmodell das Gleiche: auf der scheinbar kommerzfernen Plattform entsteht ein Bazar von Inhalten, der sehr viele Nutzer anzieht und der damit für die werbetreibende Konsumartikelindustrie ein attraktives Werbemedium wird. Verlage steigen damit in einen Geschäftsbereich ein, der gar kein verlegerisches Produkt enthält. Auch kleinere Zeitungen mögen Chatrooms einrichten, um Leser anzuziehen oder sogenannte „Community Medien“ zu schaffen. Das „Produkt“ wird aber eben wesentlich durch die Nutzer selbst erzeugt. Man spricht von einer „bricolage im Hypernet“, einem (Selbst-)Lernen in einer Erlebniswelt bzw. von enthierarchisiertem „kollektiven Wissen“. Wo dessen Grenzen liegen, zeigt sich bei der kritischen Diskussion um die Verlässlichkeit der Informationen in der interaktiv erstellten Enzyklopädie „Wikipedia“. Offenbar hängen deren Nutzer aber gar nicht mehr unbedingt am alten Paradigma gesicherten Wissens („Wahrheit“).

In der neuen „sharing culture“ verschwinden wie gesagt die Grenzen zwischen Erstellern und Nutzern von Informationen bis hin zur Extremposition eines freaks: „Inhalte sind für uns nur ein add on“. Unter diesen Gegebenheiten ist es nicht einfach, Produktideen und verlagsbasierte Geschäftsmodelle, die dieser Philosophie des Web 2.0 entsprechen und die über die schiere Bereitstellung einer Plattform hinausgehen, zu entwickeln. Die Verlagsarbeit beruht eben auf selbst geschaffenen oder von Urhebern erworbenen Inhalten. So wird es wohl am ehesten aussichtsreich sein, nutzergeschaffenen Content i. S. von Web 2.0 um einen verlagseigenen, klassischen Kern-Content herum zu arrangieren, eventuell gar nicht um damit direkt Geld zu verdienen, sondern um durch die Interaktivitätsangebote das alte Kernprodukt im Markt abzusichern und für die neue Nutzergeneration attraktiv zu halten. Es ist z. B. zu denken an Angebote für Foren, Chats, Blogs, Aufgaben mit Lösungen, die an ein Kernprodukt oder -programm angebunden sind - die klassische Zielgruppe des Informationsprodukts wandelt sich dann zur (ertragssteigernden?) community. Dafür existieren z. B. für den Hochschulbereich spezielle open source Softwareangebote wie Moodle.

Tendenzen zur 2.0-Welt gibt es, wie gesagt, durchaus auch im wissenschaftlichen Bereich, insbesondere dem forschungsorientierten. Hier wird aber ein ganz anderes Phänomen die Bäume u.U. nicht in den Himmel wachsen lassen: wer wird schon eine gute wissenschaftliche Idee, die ihm als Zeitschriftenpublikation einen wichtigen Karrierepunkt verschaffen kann, freigiebig auf einer solchen Plattform zur gefälligen Weiterbenutzung durch Konkurrenten ablegen? Auch hier zeigt sich die Kluft zwischen hochgemutem visionärem Denken und der nüchternen realen Welt, die nicht nur auf spontan sich organisierenden Spielplätzen beruhen kann.

Eine unstreitig positive Perspektive im Fach- und Wissenschaftsbereich bietet das Web 2.0 aber jedenfalls mit seiner Eigenschaft als Semantic Web, d.h. mit einer hochverfeinerten komplexen Struktur zur automatischen Inhaltserkennung bzw. -verknüpfung. Durch solche Dienste, die durchaus verlagsrelevant sind, wird das „unsortierte Weltwissen“ im Internet überhaupt erst sinnvoll nutzbar. Hier ist die weitere Entwicklung, die sicher nur im Großmaßstab und standardisiert denkbar ist, abzuwarten. Verlage können davon jedenfalls sehr profitieren.

Insgesamt aber bedeutet ein umfassendes Web 2.0-Konzept, wenn es denn je verwirklicht wird, einen tiefgreifenden kulturellen und sozialen Wandel, der sich gravierend (und höchstwahrscheinlich negativ) auf die klassische Verlagsarbeit auswirken würde. Wiki statt gekauftem Fachbuch ist keine erfreuliche Perspektive. Und nur auf Qualitätsmängel des ersteren zu setzen, mag mittelfristig nicht hinreichen.

4. Die aktuelle Herausforderung an Verlage

Kehren wir zurück von Zukunftskonzepten und Visionen – seien sie wünschbar oder einschüchternd – zu dem, was die Verlage derzeit tun bzw. dem, was von ihnen erwartet wird.

Das ist ganz primär die Bewältigung des hybriden Publizierens, also der parallelen Anbietung von gedruckten und digitalen Versionen. Diese Anforderung stellt sich primär im Zeitschriftenbereich, weniger in dem der Monographien. Daher ist die Dringlichkeit des Hybridangebots auch unterschiedlich für verschiedene Wissenschaftsbereiche: die buchgeprägte Monographienkultur der Geisteswissenschaften mit viel längeren Zeithorizonten ihrer Forschungsarbeiten und einer sehr viel längeren Halbwertszeit des Publizierten drängen viel weniger als die stm-Fächer, also Naturwissenschaften im weitesten Sinn, Medizin und Technik, ins Digitale. Lange diskursive Volltexte mit komplexen inhaltlichen Auffächerungen eignen sich ja ohnehin nur in geringerem Maße für das digitale Medium als thematisch scharf umrissene kurze Beiträge, auf die per präziser Metadaten punktgenau zugegriffen werden soll. Insoweit bestimmte

Fachgebiete zudem nicht primär weltweit in der lingua franca der Gegenwart, dem Englischen, publizieren, nimmt der Druck angesichts einer viel überschaubareren Materialbasis an Neuerscheinungen noch weiter ab. Wo aber der Druck nach Volldigitalisierung im Sinne von Hybridangeboten hoch ist – e-only ist nach breiter Übereinkunft derzeit kein sinnvolles Ziel – kommen sehr hohe Anforderungen auf die Verlage zu, was know-how und ausreichend großes Basismaterial angeht. D.h. in diesem Bereich sind die international agierenden Großverlage in bedeutend besserer Wettbewerbsposition. Es steht zu erwarten, bzw. ist weithin schon im Gange, dass durch den Druck zum Hybridverlegen starke Konzentrationsimpulse ausgehen. Die Verlagslandschaft ändert sich sehr.

In den Verlagen kreisen die Ideen und Projekte um die digitale Welt – die Verheißung einer riesigen Markterweiterung – aber wann?

Die bisherigen Erfahrungen mit dem Verkauf digitaler Inhalte im Internet sind sehr gemischt. Obwohl mittlerweile sehr viele Verlage in Umfragen eigene Internetaktivitäten bekunden – in den wenigsten Fällen sind es solche mit nennenswerten Umsätzen oder gar Erträgen. Meist handelt es sich um werbliche Aktivitäten mit kostenlosen downloads oder flankierende Materialien zur Stärkung des gedruckten Kernprodukts.

Im Internet entstehen für die meisten Verlage bislang wachsende Kosten, z.B. der Datenumwandlung, -Anreicherung (z. B. mit Metadaten), Speicherung, Weitergabe, Verwaltung. Das hybride Verlegen der Gegenwart besteht zu guten Teilen schlicht aus einer Quersubvention der digitalen Aktivitäten durch Erträge des Printbereichs. Schon manche Verlage haben diese Form der „Zukunftsinvestition“ in den letzten Jahren einschränken müssen, weil die Erträge aus dem Printgeschäft die steigenden Aufwendungen im Digitalbereich nicht mehr tragen konnten.

Ganz unstreitig liegt hier ein riesiger Wachstumsmarkt – es fragt sich allerdings für wen und z. T. auch wann Marktreife vorliegen wird. Die bisherigen Gewinner sind die großen Internetanbieter und Suchmaschinen, nur vereinzelt Verlage. Unter diesen am ehesten noch spezialisierte Fachverlage, ebenso Zeitschriftenverlage und Faktendatenbanken. Ein besonderes Problem bei der Entwicklung und Marktdurchsetzung digitaler Produkte sehe ich insbesondere in dem dafür unerlässlichen Spezialwissen, d.h. hoch zu bezahlenden IT-Experten, die längerfristig im voraus tätig sein müssen, bis ein marktfähiges Produkt entstanden ist. Hier sind fremdfinanzierbare Großunternehmen, ob an der Börse oder im Konzernverbund Mittel aufnehmend, in großem Vorteil gegenüber Mittelständlern, die das aus Eigenmitteln oder nur zögerlich ausgereichten Bankkrediten tun müssen. Zudem wird ein Verlag mittlerer Größe gar nicht genug „Masse“ haben, um eigenständig als Anbieter im Internet aufzutreten – er ist sowohl bei der Produkterstellung wie der Vermarktung auf externe Dienstleister oder Kooperationen angewiesen.

Nun könnte man sagen: so wie der Verlag bisher die technischen Leistungen an Druckereien vergeben hat, kann er das ja analog auch im Digitalbereich tun. So einfach aber ist es nicht: Inhaltserstellung, datentechnische Aufbereitung und Vermarktungsinstrumente sind bei digitalen Produkten sehr eng aufeinander bezogen, jeder Schritt am Anfang oder Ende der Kette hat Konsequenzen auf der anderen Seite – der Workflow reicht vom PC des Autors bis zum PC des Lesers – aber eben nicht in der Art, wie es primitiver Köhlerglaube uns erzählt, dass alle Zwischenstufen damit hinfällig würden. Ganz im Gegenteil: die Aufbereitungsstufen sind eher komplexer als bisher, Datenvorhaltung und Vertriebssysteme (meist CRM genannt) sehr anspruchsvoll. Ob und unter welchen Umständen Digitalprodukte billiger sein können als inhaltsähnliche Printprodukte steht dahin: die außerordentlich wertvollen zusätzlichen Funktionalitäten digitaler Produkte sind ja nicht naturwüchsig vorhanden, sondern müssen mit hohen Kosten erst geschaffen werden. Dass eine Parallelanbietung von Print und Digital, also das sog. Hybridsystem, dem aktuell wohl die besten Chancen gegeben werden, absolut höhere Kosten erfordert als nur eine der Komponenten allein, wurde oben schon dargelegt.

Das Internet und die digitale Welt sind kein low cost Unterfangen, bei dem die Preise purzeln oder in open access-Modellen „verschwinden“. Sie verschwinden allenfalls aus dem Blickfeld und verbleiben bei den Trägern der Institutionen. Ob das Kostentransparenz und -effizienz fördert, stehe nur als Frage im Raum. Wer die Kosten trägt und dafür Markterlöse erzielt oder die Produkte kostenlos zur Verfügung stellt, das ist eine gesellschaftliche und wissenschaftspolitische Grundfrage.

Es wird noch viel trials and errors geben. Insbesondere aber dürfen die Verlage über der Befassung mit den Zukunftschancen nicht die Sicherung und Optimierung der Gegenwart im permanentem Kontakt mit der Wissenschaft und den Bibliotheken versäumen, und das heißt, ihr Printgeschäft zukunftsfähig halten. Dies muss innovativer fortentwickelt werden. Print ist – wie sehr auch digitale Formen moderner und attraktiver erscheinen mögen – noch lange nicht am Ende, es ist auf absehbare Zeit das weitaus größere, verlässlichere und damit unverzichtbare Betätigungsgebiet der Verlage. Wer dies nicht beachtet, wird die Wegstrecke zu einer ökonomisch selbsttragenden digitalen Zukunft nicht schaffen, so gut entworfen und geplant diese auch sein mag.