

Die Zeitschriftenkrise

Ein Briefwechsel zwischen zwei wissenschaftlichen Verlegern,
ans Tageslicht befördert und bearbeitet von Klaus Franken.
Konstanz, im Dezember 2003

Vorwort

Der nachfolgende Briefwechsel zwischen zwei wissenschaftlichen Verlegern wurde dem Bearbeiter unter Umständen, die hier nicht weiter erörtert werden sollen, zugänglich. Da in diesen Briefen eines der drängenden Probleme des wissenschaftlichen Publikationswesens mit erfreulicher, um nicht zu sagen verblüffender Offenheit zwischen den Briefpartnern erörtert wird, sah sich der Bearbeiter herausgefordert, diesen Briefwechsel der interessierten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Dabei galt es jedoch, die beteiligten Personen in angemessener Weise zu schützen. Deshalb wurden alle Angaben, die Rückschlüsse auf die tatsächlich agierenden Personen zulassen, anonymisiert. Der Bearbeiter wählte für den einen Verleger den Namen „Harold F. Moneymaker“ und für den anderen den Namen „Karl Buchmacher“. Auch wurden weitgehend Orte und sonstige beteiligte Personen, nicht aber die Datumsangaben in den Briefen anonymisiert. Da Harold F. Moneymaker die deutsche Sprache nicht so perfekt beherrscht, wurden seine zumeist in englischer Sprache verfassten Schreiben ins Deutsche übersetzt. Übersetzungsfehler gehen selbstverständlich zu Lasten des Bearbeiters.

1. Brief

Buchmacher an Moneymaker vom 22.2.2003

Sehr geehrter Herr Moneymaker,
zu Hause wieder heil angekommen, die Fahrt von Berlin nach war bei dem Wetter wirklich nicht sehr erfreulich, möchte ich mich vorab für die so großzügige Einladung in das „Margaux“ bedanken. Ich will nicht verhehlen, dass ich, obwohl ich über meine materielle Lage nicht klagen will und kann, noch nie in einem Lokal dieser Kategorie gespeist habe, so muss ich es wohl angemessen formulieren, von den Weinen will ich gar nicht erst sprechen! Also ganz herzlichen Dank!

Doch nun zu unserem Gespräch über das wissenschaftliche Publikationswesen im allgemeinen, die wissenschaftlichen Zeitschriften im besonderen, den internationalen Markt und die nationalen Gegebenheiten. Trotz der von Ihnen beschriebenen Arbeitsweise von internationalen Großverlagen bin ich doch der Tradition unseres Hauses und dem kulturellen Auftrag eines Verlegers sehr verhaftet. Ich sehe mich als Berater, als guter Freund „meiner Autoren“. Ich als Verleger sehe mich als ein Förderer derjenigen Autoren, die den Weg zu mir gefunden haben. Dabei ist es natürlich auch so, dass ich auf junge Wissenschaftler zugehe, oft werden sie mir von ihren Betreuern empfohlen, um ihnen anzubieten, sie auf ihrem wissenschaftlichen Werdegang und beruflichen Weg zu begleiten. Abgesehen davon verstehe ich das Verlagsgeschäft auch als eine Mittlerfunktion zwischen Wissenschaftlern. Ich bringe als Verleger die an bestimmten Projekten über die ganze Welt verstreut arbeitenden

Wissenschaftler zusammen und biete ihnen mit einer speziell auf diese Klientel zugeschnittenen Zeitschrift oder sonstigen Publikation ein Forum zur Diskussion. Für die Qualität jeder dieser Zeitschriften oder Monographien bürgere ich als Verleger mit meinem Namen bzw. mit dem Namen der Firma. Ich will nicht verhehlen, dass es bei sehr speziellen Zeitschriften nicht ganz einfach ist, alle Beiträge der jeweiligen Ausgabe auf dem gleichen und hohen Niveau zu halten. Das ist schon mühsam. All dies sind Bestandteile des verlegerischen Ethos, wie ich das nenne.

Dann gibt es für mich natürlich noch einen weiteren Partner, an den ich als Verleger denken muss, nämlich die Bibliotheken. Wir wissen beide, dass viele unserer Zeitschriften nur existieren, weil sie von Bibliotheken gekauft werden. Dabei fällt mir ein, dass Sie mir gelegentlich einmal erklären müssen, wieso Sie Zeitschriften verkaufen können, die – verglichen mit den Preisen der Zeitschriften meines Verlages – so viel teurer sind. Dann würde mich noch interessieren, in welchem Umfang Sie Kosten für die Werbung neuer Abonnenten aufwenden müssen.

Doch nun noch zu anderen Dingen: Derzeit beschäftige ich mich mit der Frage, ob eine Zeitschrift zu Fragen des wohl Absatzchancen haben würde, wobei ich einräume, dass das Thema schon recht speziell ist. Auf der einen Seite interessiert mich das Thema, das ich für durchaus zukunftssträftig halte. Auf der anderen Seite wäre mir wohler, wenn ich die Marktchancen besser einschätzen könnte. Denn ein Flop verursacht nicht nur Kosten, sondern ist auch für den Ruf meines Verlages schädlich.

Soweit für heute,
mit den besten kollegialen Grüßen
Ihr Buchmacher

2. Brief **Moneymaker an Buchmacher vom 15. 3. 2003**

Sehr geehrter Herr Buchmacher,
für Ihren Brief vom 22.2. danke ich Ihnen. Es freut mich, dass Ihnen das „Margaux“ gefallen hat. Es ergibt sich sicherlich bei einem anderen Treffen die erneute Möglichkeit, bei der einen und anderen Flasche Wein einander verbindende Themen zu erörtern.

Doch nun zu Ihren Fragen:

Sie beschrieben Ihr Selbstverständnis als Verleger, was ich zunächst sehr beeindruckend finde. Ich will aber einräumen, dass mir dieser Ansatz etwas Probleme macht. Das hängt möglicherweise damit zusammen, dass ich nicht „von der Pike auf“, wie man das in Deutschland wohl formuliert, das Verlagsgeschäft gelernt habe. Hinzu kommt, dass ich nicht Eigentümer des Verlages, genauer der Verlagsgruppe bin, für die ich arbeite; ich bin dort Angestellter. Ich möchte, so mein Vorschlag, dieses Thema brieflich zunächst einmal ruhen lassen. Doch es interessiert mich, missverstehen Sie mich also bitte nicht. Wir können das, was Sie

als „verlegerisches Ethos“ bezeichnen, im persönlichen Gespräch einmal genauer erörtern.

Sie fragten mich, warum wir so teure Zeitschriften verkaufen können und wie hoch die Kosten für die Werbung dafür sind. Ich will das auf einen kurzen Nenner bringen: Man kann Zeitschriften solange teuer verkaufen, wie man Käufer findet, die den geforderten Preis zahlen. Das ist ein ehernes Marktgesetz und gilt für Kartoffeln genauso. Man muss den Benutzern oder potenziellen Benutzern, also Wissenschaftlern, deutlich machen und vermitteln, dass sie, ohne diese Zeitschrift in ihrer eigenen Institutsbibliothek oder der für sie zuständigen institutionellen Bibliothek (Universitätsbibliotheken vor allem) zu haben, nicht angemessen wissenschaftlich arbeiten können. Das erreicht man auf verschiedenen Wegen: Zunächst muss die Zeitschrift bei den Wissenschaftlern – nicht bei den Bibliotheken und Bibliothekaren! – intensiv beworben werden. Das kann man dadurch fördern, dass man gerade in den ersten Heften darauf achtet, dass vorzügliche Artikel erscheinen und dass man ein hochkarätig besetztes Editorial Board hat. Man sollte die ersten erstellten Hefte als kostenfreie Ansichtsexemplare großzügig verteilen, so wie Sie das sicherlich auch tun. Letztlich geht es darum, für die Zeitschrift Interesse zu wecken. Dabei spielen zwei Gesichtspunkte eine Rolle: Der eine ist der, dass die veröffentlichten Beiträge inhaltlich für den Wissenschaftler von so hohem Interesse sind, dass er die neuesten Hefte laufend lesen möchte. Viel wichtiger scheint mir jedoch der Aspekt zu sein, dass dem Wissenschaftler vermittelt werden muss, dass auch er in dieser Zeitschrift publizieren könnte, denn – unter uns gesagt – bei den meisten reicht es eben nicht zu Artikeln in „Nature“, „Science“ und ähnlichen hochangesehenen Zeitschriften.

Idealerweise spielt sich, wenn das Interesse unter den beiden genannten Aspekten geweckt wurde, danach folgendes ab: Die Wissenschaftler werden gegenüber der Bibliothek das unabweisbare Bedürfnis artikulieren, genau diese Zeitschrift zu benötigen. Die Bibliothek verfügt über das dafür erforderliche Geld in Form des Literaturretats. Die Wissenschaftler brauchen also nur fordern, nicht bezahlen! Es ist demnach ein „Geschäft zu Lasten Dritter“. Die Bibliothek steckt nun in einer gewissen Schwierigkeit: Ihre Benutzer will und muss sie zufrieden stellen. Lehnt sie den Wunsch ab, sogar mit dem berechtigten Hinweis auf fehlende Mittel oder einen zu hohen Preis, so verprellt sie die wissenschaftlichen Benutzer. Diese sehen zwar ein, dass das Geld knapp ist, haben aber die Vorstellung, dass zugunsten ihres Wunsches eben andere Kollegen oder, besser noch, andere Fächer zurücktreten müssen. Dass die Bibliothekare das nicht hinbekommen (können), wird ihnen gleichwohl angelastet. Geschieht dies öfter, so kann das Ansehen der Bibliothek so beschädigt werden, dass wissenschaftliche Benutzer und irgendwann eine Universitätsleitung daran zu zweifeln beginnen, ob ihre Bibliothek bzw. die Bibliothekare überhaupt den Anforderungen gewachsen sind, die an sie gestellt werden. Aus reinem Selbsterhaltungstrieb sind also die Universitätsbibliotheken die Garanten für den Absatz teurer Zeitschriften. Kein Wissenschaftler als Institutsdirektor würde oder könnte soviel Geld, z.B. € 8.000.- für eine Zeitschrift ausgeben.

Die Kosten für diese Art der Werbung halten sich in Grenzen, wenn wir darunter die Erstellung von Werbematerial, also Prospekten, Annoncen, Anschreiben verstehen. Die indirekten Werbekosten sind höher. Damit meine ich die Präsenz meines Verlages auf Kongressen, das Sponsern von wissenschaftlichen Tagungen in

vielfältiger Form. Letzteres hat übrigens noch den weiteren Vorteil, dass die Aufwendungen steuerlich geltend gemacht werden können – also zahlt die Allgemeinheit auch in diesem Bereich.

Sehr geehrter Herr Buchmacher – ich hoffe Ihnen, wenn auch stark vereinfacht, das Grundprinzip des Verkaufens auch teurer Zeitschriften vermittelt zu haben. Wir können dieses Thema aber gerne weiterführen, denn es hat viele außerordentlich reizvolle Facetten. Sie werden verstehen, dass ich mich darüber auch lieber im kleineren Kreise mit Kollegen unterhalte, als dass ich in öffentlichen Vorträgen über solche Zusammenhänge spreche. Die beschriebenen Grundprinzipien gelten für den Verkauf aller Zeitschriftentitel. Die Unterschiede liegen allenfalls darin, dass bei billigen Zeitschriften – in meinem Bereich der STM-Zeitschriften sind € 500.- als billig zu betrachten – der Aufwand des Verkaufens nicht ganz so hoch ist wie bei teuren. Dafür ist bei teuren der Reiz natürlich viel größer, einmal auszuloten, was der Markt so hergibt. Außerdem sind die Gewinnspannen natürlicherweise höher, weil die Kosten nicht in gleichem Verhältnis wie die Preise steigen.

Dieses Prinzip gilt auch für sozial- und geisteswissenschaftliche Zeitschriften, wengleich dort das Preisniveau vielfach noch sehr moderat ist. Aber möglicherweise schlummern hier noch Entwicklungspotenziale.

Ich freue mich auf Ihre Kommentare zu meinen Ausführungen und verbleibe einstweilen mit freundlichen Grüßen

Ihr Moneymaker

3. Brief

Buchmacher an Moneymaker vom 31.3. 2003

Sehr geehrter Herr Moneymaker,
ich bestätige mit Dank Ihren Brief vom 15.3. Ich muss gestehen, dass ich bei der ersten Lektüre doch etwas darüber erschrocken bin, dass Sie bei der Schilderung des Verkaufens den Qualitätsaspekt der zu verkaufenden Zeitschrift so abhandelten, „dass man gerade in den ersten Heften darauf achtet, dass vorzügliche Artikel erscheinen“. Soll das bedeuten, dass man danach nicht mehr so sehr auf Qualität achten muss? Ist es nicht das, was einem Verleger zunächst am Herzen liegen muss, nämlich ein Werk auf den Markt zu bringen, mit dem er sich voll und ganz identifizieren kann, und zwar bei Zeitschriften über die gesamte Erscheinungsdauer hinweg? Müsste man nicht als verantwortungsbewusster Verleger eine Zeitschrift, die ihren Qualitätsanspruch nicht mehr halten kann, vom Markt nehmen? Und schließlich: Wieso stehen die Kosten für Zeitschriften im STM-Bereich nicht in einem direkten Verhältnis zu den Verkaufspreisen? Das würde ja bedeuten, dass Sie die einen Zeitschriften völlig überteuert verkaufen, die anderen jedoch unter den Herstellungskosten. Nun ist zwar auch in meinem Verlag, der bekanntlich nicht primär im STM-Bereich arbeitet, Mischkalkulation üblich. Aber ich habe den Eindruck, dass im STM-Bereich die Preise mit den Kosten kaum noch etwas zu tun haben. Oder irre ich da?

Sie sehen, es sind mehr Fragen als Antworten. Und so sehe ich Ihrem nächsten Brief mit Interesse entgegen.

Ich bin übrigens im Mai auf der Tagung der Gesellschaft für in Vielleicht sind Sie auch da und haben etwas Zeit für die weitere Diskussion unserer gemeinsamen Anliegen.

Mit den besten Grüßen
Ihr Buchmacher

4. Brief Moneymaker an Buchmacher vom 26.4.2003

Sehr geehrter Herr Buchmacher,
vielen Dank für Ihren Brief mit den doch sehr grundsätzlichen Fragen, die Sie da aufgeworfen haben. Insofern habe ich mit der Antwort etwas mehr Zeit gebraucht. Hinzu kommt, dass wir zum einen Anfang April Gesellschafterversammlung hatten, was immer einige Vorbereitungen braucht, wenngleich wir in diesem Jahr keine großen Probleme mit den Gesellschaftern bzw. den Investoren haben, denn die Geschäfte laufen recht gut, und die auszuschüttenden Gewinne können sich sehen lassen. Das andere ist, dass wir in der Geschäftsführung intensive Diskussionen über den Kauf weiterer Verlage führten, um unser Angebot abzurunden.

Doch nun zu Ihren Fragen, wobei ich da etwas ausführlicher schreiben muss:

1. Frage: Verkauf inhaltlich weniger relevanter Zeitschriften für viel Geld
Bei diesem Thema wäre doch zunächst einmal die Frage zu stellen, nach welchen Kriterien die wissenschaftliche Relevanz einer Zeitschrift festgelegt wird bzw. wer die Instanz ist, die die Relevanz bestimmt. Die Relevanz entsteht zunächst aus der Begutachtung der zur Publikation eingereichten Aufsätze, dem „Peer Reviewing“. Dies ist ein wissenschaftsimmanenter Prozess, bei dem die Autoren der Beiträge sich dem Urteil von Fachgenossen (den Peers) unterwerfen müssen. Da dieser Prozess anonym verläuft, ist größtmögliche Objektivität gewährleistet, weil der Autor „seinen“ Gutachter nicht kennt. Ich vermute aber, dass in sehr speziellen Gebieten die Gutachter nicht völlig anonym bleiben können. Außer den Gutachtern steuern natürlich das Editorial Board und der Chefherausgeber zur Relevanz etwas bei. Zum einen dadurch, dass sie wesentlich entscheiden, welche Themen abzuhandeln sind. Der mindestens genauso wichtige Anteil der Relevanz entsteht aus dem Namen der Editoren, wie man so sagt „Der Name bürgt für Qualität“, also: Auch wenn man als Benutzer oder Leser die Qualität des einzelnen Aufsatzes womöglich gar nicht beurteilen kann, kann man sich darauf verlassen, dass der Aufsatz qualifiziert ist, weil Editor der Zeitschrift der hochrenommierte Wissenschaftler XY ist. Im Board sitzen weitere in der Szene bekannte Wissenschaftler. Daraus resultiert – dies sei als kleiner Einschub gestattet – das Bemühen aller Verleger, als Chefherausgeber ihrer Zeitschriften bzw. ins Board möglichst renommierte Wissenschaftler zu gewinnen, am besten die neu ernannten Nobelpreisträger. Dies kann man vor allem nutzen, um neue Zeitschriftentitel auf den Markt zu bringen.

Doch nun zurück zur Relevanz: Das dritte Merkmal, nach dem die Relevanz bestimmt wird, ist der „Impact-Faktor“, ein ausgeklügeltes statistisches Verfahren, bei dem aus der Häufigkeit der Zitierung von Aufsätzen, die in einer konkreten Zeitschrift erschienen sind, geschlossen wird, dass die Zeitschrift (nicht der konkrete Aufsatz!) relevant für die Forschung ist. Dieses Verfahren, auf das ich hier aber nicht weiter eingehen will, wird nach wie vor trotz einiger substanzieller Einwände von sehr vielen Wissenschaftlern als verlässlicher Gradmesser für Qualität genutzt. Für die Wissenschaftler liegt der unschlagbare Vorteil des Glaubens an den Impact-Faktor darin, dass sie sich mit dem Inhalt auf den ersten Blick gar nicht beschäftigen müssen. Daraus folgt für einen Verleger, dass er die Impact-Faktoren seiner Zeitschriften immer im Auge behalten sollte. Für alle Beteiligten gibt es diverse

Möglichkeiten, den Impact-Faktor mit dem Ziel eines möglichst hohen Wertes zu beeinflussen. Doch, wie bereits gesagt, das ist ein anderes Thema.

Nun aber zur Ihrer Kernfrage, nämlich der Vermutung oder Befürchtung, dass weniger guter Inhalt überteuert verkauft wird. Dazu kann ich nur sagen, dass nach den Marktgesetzen der Preis für ein Produkt genommen werden kann, den die Abnehmer zu zahlen bereit sind. Warum sollten wir uns beschränken? Und wer will die Frage mit allgemeiner Verbindlichkeit beantworten, ob der Inhalt eines Aufsatzes gut oder schlecht ist. In einer hochrenommierten Zeitschrift kann gar kein schlechter Aufsatz publiziert werden, das wäre ein Widerspruch in sich selbst.

2. Frage: Herunternahme einer „weniger guten“ Zeitschrift vom Markt

Ich kann darauf nur zurück fragen, warum ein Verleger das tun sollte? Solange sich mit einer Zeitschrift, sogar wenn ihre – wie auch immer festgestellte – Relevanz nachgelassen hat, noch Einnahmen und Gewinne erzielen lassen, kann sie auf dem Markt bleiben. Erst wenn das Produkt-Image schädigend wäre, was bei Zeitschriften aber kaum passieren kann, müsste sie kassiert werden. Aber solange Wissenschaftler wie Bibliothekare sehr ungern Abonnements kündigen, gibt es keinen Anlass, auf eine Einnahmemöglichkeit zu verzichten. Positiv wirkt sich in diesem Geschäft zudem aus, dass es über die Nutzung wissenschaftlicher Zeitschriften nur wenig fundierte Nutzungsuntersuchungen gibt. Anders als bei Monografien, bei denen zumeist Ausleihstatistiken existieren, gibt es so etwas bei Zeitschriften kaum, und wenn es welche gibt, erhebt sich ganz schnell die Frage, welchem der in einem Jahrgang versammelten Aufsätze die gezählten Ausleihen eigentlich galten. War es nur ein einziger, oft benutzter Aufsatz oder waren es viele verschiedene.

3. Frage: Kosten und Preise von Zeitschriften / Kalkulation

Sehr geehrter Herr Buchmacher, hier liegt wohl ein ganz wesentlicher Unterschied zwischen den Zeitschriften des STM-Sektors und den von Ihnen vorzugsweise verlegten Zeitschriften. Zur Erläuterung: Die Kostensituation bei STM-Zeitschriften ist geradezu paradiesisch. Die Autoren stehen in enormer Konkurrenz untereinander. Das hat dazu geführt, dass die Autoren nach den Vorgaben unseres Verlages die Manuskripte quasi druckfertig abliefern. Die Vorgaben für das Manuskript umfassen bei manchen Zeitschriften drei bis vier DIN A4-Seiten, und die Autoren wissen, dass bei Nichteinhaltung dieser Vorgaben der eingereichte Aufsatz Gefahr läuft, ganz einfach abgelehnt zu werden. Das heißt, kostenmäßig betrachtet, also im Klartext, dass wir keine Autorenhonorare zahlen müssen, was zunächst mal eine angenehme Ausgangslage ist. In den letzten Jahren hat sich diese Situation noch weiter verändert: Bei bestimmten Zeitschriften – oftmals solchen, die viele farbige Abbildungen haben, wodurch die Produktionskosten natürlich höher sind – verlangen wir von den Autoren sog. page fees, also einen Beitrag, den sie zahlen müssen, damit nach erfolgreicher Begutachtung der Aufsatz abgedruckt wird. Solche page fees können bis zu etwa € 1.700,- je Aufsatz reichen.

Nebenbei gesagt: Ich hielte es sogar für denkbar, den Autoren einen Betrag beim Einreichen des Aufsatzes abzuverlangen, sozusagen als Voraussetzung dafür, dass ein Gutachter den Aufsatz überhaupt zur Kenntnis nimmt. Das würden viele Autoren auch tun, so groß ist der Publikationsdruck. Aber so weit sind wir (noch) nicht.

Nun weiter: Die eingereichten Aufsätze werden den Gutachtern übergeben. Die Gutachter bekommen für ihre Tätigkeit keine Honorare. Das ist auch gar nicht nötig, denn Gutachter einer wichtigen Zeitschrift zu sein, ist für das wissenschaftliche Ansehen von Bedeutung. Es verschafft dem Gutachter schließlich auch eine Machtposition in seiner „community“, was ein durchaus erstrebenswertes Ziel ist, denn Machtpositionen öffnen die Wege zum Geld. Doch lassen wir das erst einmal auf sich beruhen.

Die Mitglieder des Editorial Boards arbeiten insgesamt ehrenamtlich, also bekommen sie keine Honorare. Auch hier geht es um Renommee, denn wer sieht seinen Namen nicht gerne in jedem Heft der betreffenden Zeitschrift als Mitglied des Boards abgedruckt – im Kreise internationaler Fachkollegen und unter der „Oberaufsicht“ eines weltweit bekannten Cheferausgebers.

Zu den Cheferausgebern und den finanziellen Aspekten dieser Funktion möchte ich mich hier nicht äußern, schon gar nicht bezüglich „meines“ Verlages. Allgemein nur soviel: Bei diesen Positionen kommt es vor, dass Geld fließt, und zwar nicht zu knapp. Denkbar sind auch Gewinnbeteiligungen, Optionen auf Anteilspapiere usw.

Lassen Sie mich also in Kürze zusammenfassen: Was die Kosten angeht, so werden keine Honorare an Autoren, Gutachter und Mitglieder des Editorial Boards gezahlt. Das verringert die Kosten der Erstellung der Zeitschrift schon einmal beträchtlich. Wenn dann noch die Manuskripte druckfertig abzuliefern sind und die Autoren dies auch brav tun, so drückt das abermals die Kosten. Im Ergebnis kann ich also festhalten, dass die Erstellungskosten unserer wissenschaftlichen Zeitschriften mit den verlangten Preisen nicht viel zu tun haben. Bei den Kosten müssen dann aber noch die Herstellungskosten sowie die Vertriebskosten in Ansatz gebracht werden. Gleichwohl: Solange die Preise die Kosten so deutlich übersteigen, die Gewinne also fließen, wie dies seit einigen Jahren der Fall ist, macht es Freude, in diesem Beruf zu arbeiten.

So, das war nun ein recht langer Brief. Ich vermute, dass er zwar einige Fragen von Ihnen beantwortet, zugleich aber neue aufwirft. Das macht aber nichts, und ich bin weiterhin gerne bereit, mich mit Ihnen darüber auszutauschen. Dies gibt mir Gelegenheit, meine Position an Ihren Einwänden und Fragen zu überprüfen.

Übrigens, bei der Tagung der Gesellschaft für werde ich sein, um neue Kontakte, auch in anderen Fächern als dem STM-Bereich, zu knüpfen. Vielleicht könnten Sie mir den Weg zu der einen oder anderen Person ebnen. Keine Sorge übrigens, dass wir Konkurrenten werden könnten! Wir können die Details ja per mail oder telefonisch noch klären.

Mit freundlichen Grüßen

5. Brief

Buchmacher an Moneymaker vom 3.6.2003

Lieber Herr Moneymaker,
leider konnten wir uns bei der Tagung der Gesellschaft für..... in..... nur sehr kurz sehen. Ich hoffe, Sie hatten erfolgreiche Gespräche.

Was mich angeht, so bin ich ganz zufrieden, allerdings nicht ohne einige Wermutstropfen. Es gab nämlich ein paar weniger erfreuliche Gespräche über die steigenden Preise der wissenschaftlichen Zeitschriften, wobei die Preise im STM-Bereich besonders unerfreulich ansteigen. Darüber beklagten sich einige Wissenschaftler, die nach meinem Eindruck von Bibliothekaren dazu animiert worden sind. Die Bibliotheken, das ist bekannt, leiden seit einiger Zeit darunter, dass die Literaturretats nicht mehr so erhöht werden, wie die Preise für wissenschaftliche Literatur steigen, insbesondere bei den Zeitschriften. Wenn das so weitergeht, wird als Folge davon der Markt für Monografien Nachteile haben, denn die Bibliotheken halten zunächst an ihren Abonnements fest. Eine solche Entwicklung trifft meinen Verlag, der ja einen wesentlichen Anteil an Monografien verlegt, ziemlich hart.

Mir macht eine weitere Entwicklung etwas Sorgen: Vor allem einige Bibliothekare, aber auch Wissenschaftler haben sich in der Richtung geäußert, dass sie, wenn die Preissteigerungen so weitergehen, Universitätsverlage gründen wollen, um die Forschungsergebnisse ihrer Universitäten selbst zu publizieren. Ich bin zwar der Ansicht, dass diese Personen das Geschäft eines Verlegers nicht ganz verstehen und den Aufwand völlig unterschätzen, aber hindern kann man sie schlecht daran.

Ich will meine Skepsis gegenüber Universitätsverlagen gerne begründen:

1. Es gab in der Vergangenheit immer schon Wissenschaftler, die – weil sie für ihre Zeitschriftenidee keinen professionellen Verleger fanden – sozusagen als Trotzreaktion beschlossen, die Zeitschrift selbst zu „machen“. Das sah dann in der Praxis so aus, dass sie unter Einsatz ihres Personals, also von Assistenten, Sekretärin, studentischen Aushilfen des Lehrstuhls, eigenem Investment von Zeit, die Zeitschrift gründeten und die ersten Nummern, solange der Elan anhielt, auf den Markt brachten. Im günstigsten Falle bekamen sie sogar ein peer reviewing hin. Einnahmen dürften sie kaum erzielt haben, aber das war ja auch gar nicht die Absicht.
2. Wenn also eine solche Zeitschrift eine gewisse Zeit existierte, so verloren die Initiatoren die Lust daran, denn sie mussten feststellen, dass sie immer weniger Zeit zur Forschung in ihrem Fachgebiet fanden. Dann fingen sie an, um ihr „Kind“ zu retten, nach professionellen Wissenschaftsverlagen zu suchen. Fragen Sie mal A..... vom Verlag, er kann Ihnen dazu wunderbare Geschichten erzählen. Mitunter konnte eine solche Zeitschrift dann weiter geführt werden, manche verschwand schnell vom Markt. Mir ist kaum eine wirklich renommierte Zeitschrift bekannt, die quasi in Eigeninitiative entstand und geführt wurde.
3. Wie sehen Sie das mit den Universitätsverlagen?

Zunächst ziehe ich aus den Klagen über die Preissteigerungen den Schluss, dass gegen die Unterdotierung der Literaturversorgung öffentlich reklamiert werden muss. Wir Verleger kennen das internationale Geschäft mit Publikationen und können sowohl Wissenschaftlern als auch Bibliothekaren und ihren Unterhaltsträgern Daten liefern, wieweit hier Diskrepanzen existieren und Handlungsbedarf besteht.

Parallel dazu sollten – das ist ein in Deutschland bei vielen Problemen gut funktionierender Weg – Sonderprogramme, in diesem Fall für die Finanzierung wissenschaftlicher Zeitschriften, gefordert werden. Verbündete sind dafür sowohl Wissenschaftler als auch Bibliothekare. Die Bundesländer legen gerne zentrale Sonderprogramme auf, weil sie damit politisch – trotz zunehmender Hochschulautonomie – zeigen können, dass ihnen viel am Gedeihen ihrer Universitäten gelegen ist, und weil sie immerhin wissen, wo das investierte Geld bleibt. Dass unter etwas erweitertem Blickwinkel die Mittel für Sonderprogramme nur dadurch verfügbar werden, dass man sie nicht gleich und direkt den Universitäten zuweist, ist allen Personen klar, die nicht an eine wundersame Geldvermehrung glauben. Die anderen Sonderprogramme kommen natürlich vom Bund. Für diesen ist die Sache insofern interessant, weil er trotz seiner grundsätzlichen Nicht-Zuständigkeit in Sachen Bildung auf diese Weise in die Länder hinein wirken kann. Immerhin können es sich die Länder kaum erlauben, angebotene Mittel abzulehnen.

Schließlich, jetzt aber ein anderes Thema, habe ich eine Frage an Sie: Es gibt Gerüchte, dass Ihr Verlag den XXX-Verlag übernehmen will. Ist da was dran?

Für heute mit den besten Grüßen
Ihr

6. Brief **Moneymaker an Buchmacher vom 30.6.2003**

Lieber Herr Buchmacher,
Ihre Anmerkung, dass in den deutschen Universitäten Universitätsverlage als Konkurrenz zu uns etablierten Verlagen gegründet werden könnten, hat mich zu einem Heiterkeitsausbruch gebracht. Ich habe dies auch schon gehört, aber kann Sie beruhigen und schließe mich Ihren Überlegungen an. Natürlich können die Universitäten solche Verlage gründen, einige gibt es ja auch bereits, die einen solchen Namen tragen, aber wie soll das länger als eine kurze Zeit gut gehen? Die Universitäten und die engagierten Wissenschaftler werden ganz schnell merken, dass sie das nicht können.

Nun noch zu den Bibliothekaren, die Universitätsverlage gründen wollen oder dies schon getan haben. Werfen Sie mal einen Blick auf das inhaltliche Angebot solcher „Verlage“. Es besteht aus Dissertationen, Diplom- und Magisterarbeiten, grauer Literatur usw. Nichts ist dabei, was geldwert ist. An die wirklich guten „Contents“ kommen die Bibliothekare gar nicht heran. Denn welcher auf sein Fortkommen bedachte Wissenschaftler wird schon seine Forschungsergebnisse an einen solchen „Verlag“ geben?

Doch nun zu der anderen Bemerkung, betreffend die knappen Literaturretats der Bibliotheken. Hier liegt in der Tat ein gewisses Problem, bei dem man auf Abhilfe sinnen muss. Zunächst einmal zu den Zusammenhängen.

Es ist richtig, dass die Literaturetats, die in den deutschen Universitäten bereit gestellt werden, nicht mit den Preissteigerungen Schritt gehalten haben. Wenn Sie darüber hinaus daran denken, dass die Forschung sich weltweit ausgeweitet hat, mit der Folge, dass noch mehr publiziert wird, so zeigt sich, dass die Literaturversorgung unterdotiert ist. Nun fragt sich, welche Schlüsse daraus aus Sicht unserer Verlage zu ziehen sind.

Sondermittel haben übrigens den großen Vorteil, dass nicht – wie Sie ja berechtigterweise befürchtet haben – die Ausgaben für Zeitschriften zu Lasten der Ausgaben für Monografien gehen.

Eine andere Strategie als die Forderung nach Sondermitteln haben wir auch schon angewandt, das ist der Einkauf über Konsortien. Das funktioniert deshalb so gut, weil hier die Interessen verschiedener Beteiligter zusammen gebracht werden. Wenn ich als Ausgangspunkt das Ziel setze, dass der Umsatz und der Gewinn meines Verlages durch Konsortienbildung nicht geschmälert werden sollen, so muss ich bei gleichem Preis für ein Paket Zeitschriften den Inhalt oder die Teilnehmerzahl am Konsortium verändern. Die erste Strategie besteht darin, dass man bei einem gegebenen Preis den Inhalt aufbessert, indem man weitere Titel dazu gibt. Das muss verhandelt werden. Zweckmäßig ist die Beigabe solcher Titel, die ohnehin nicht zu weiteren separaten Abonnements führen, denn dann habe ich keinen Umsatzverlust. Ob die „Beigaben“ tatsächlich nachgefragt werden, spielt dabei aus Verlegersicht eine nachgeordnete Rolle. Die Bibliotheken als Nutznießer wissen, ich sagte das schon früher, glücklicherweise wenig über die Nutzung, und wenn, dann werden die Konsequenzen oft nicht gezogen. Letzteres ist übrigens kein Problem der Bibliothekare, sondern wiederum eins der Wissenschaftler, die sich (glücklicherweise) oft nicht auf rationale Abbestellkriterien einigen können. Die zweite Strategie ist, die Zahl der berechtigten Nutzer, insbesondere bei elektronischem Zugriff auf die Zeitschriften, zu erhöhen. Dafür finden sich immer Interessenten, die gerne Zugriff auf diese oder jene Zeitschrift hätten, insbesondere im Bereich der kleineren Hochschulen. Dann erreicht man schnell eine politische Ebene und muss nicht mehr die Notwendigkeit der Beteiligung dieser oder jener Hochschule rechtfertigen. Und wenn nun noch diese Strategien mit den Sonderfonds gekoppelt werden, so funktioniert das Geschäft wunderbar. Es handelt sich wiederum um ein solches „zu Lasten Dritter“.

Zu Ihrer letzten Frage: Es ist richtig, dass es Vorgespräche mit dem Verlag XXX gibt. Aber das steht noch sehr am Anfang. Wir überlegen derzeit im Top-Management, ob die Ausweitung unserer Geschäftsfelder in Richtung Sozialwissenschaften sinnvoll sein kann. Übrigens: Der Schwerpunkt Ihres Verlages liegt in den Sozialwissenschaften – haben Sie schon mal darüber nachgedacht, wie die Zukunft dieses Verlages aussehen soll? Vielleicht ist das auch mal ein Thema für einen netten Abend.

Mit den besten Grüßen
Ihr

7. Brief **Buchmacher an Moneymaker vom 2.8.2003**

Lieber Harold,
das war vor drei Tagen wirklich ein denkwürdiger Abend, den ich so schnell nicht vergessen werde. Ich war am nächsten Morgen nicht einsatzbereit und musste erst einmal einige Stunden an der frischen Luft spazieren gehen, um den Restalkohol abzubauen und dann – soweit ich mich erinnerte – unsere Themen zu reflektieren.

Zunächst einmal zur Zukunft meines Verlages. Du bzw. Deine Kollegen haben natürlich erkannt, dass es um die Zukunft mancher mittelständischer Verlage nicht so gut bestellt ist. Ich will meinen Verlag, der übrigens grundsolide dasteht, davon aber ausnehmen. Wenn es tatsächlich so ist, dass Euer Verlag und einige der anderen großen Verlage so viel Geld in das elektronische Publizieren investieren müssen, dann kann ich immerhin nachvollziehen, wo das Geld bleibt, das Ihr verdient. Ich könnte noch „spitzer“ sagen – unter Duz-Freunden muss ein offenes Wort erlaubt sein –, dass Ihr jetzt nicht nur das Geld für die Gesellschafter und Investoren verdienen müsst, sondern auch für die Investitionen in die Zukunft. Das bedeutet aber andersherum, dass die Kosten und die Preise für wissenschaftliche Zeitschriften in einem noch krasserem Missverhältnis stehen als zu den Zeiten, als es das Internet (noch) nicht im heutigen Umfang gab und als auch bei Euch Verleger das Sagen hatten und nicht Investoren mit der Absicht der Gewinnmaximierung.

Die Investitionen in die elektronische Zukunft müssen sich doch irgendwann auszahlen, denn andernfalls sollten sie unterlassen werden. Mir ist noch nicht ganz klar, wie diese Zukunft aussehen soll. Insbesondere stelle ich bei meiner Klientel fest, die allerdings aus anderen Fächern stammt, dass die Vorstellung, Aufsätze oder gar Bücher in elektronischer Form lesen zu müssen, ein Horror ist. Ich verstehe also das Geschäftsmodell noch nicht, das Euch vorschwebt.

Dann ist mir darüber hinaus die Rolle der wissenschaftlichen Bibliotheken noch nicht klar. Welche Rolle spielen diese künftig bei der Literaturversorgung mit Zeitschriften?

Nun sei zunächst aber ganz herzlich begrüßt
Dein Karl

8. Brief **Moneymaker an Buchmacher vom 24.8.2003**

Lieber Karl,
in der Tat, das war ein denkwürdiger Abend, und mir ging es am nächsten Tag auch nicht besser als Dir. Aber das ist ein Teil des Lebens, es wäre doch schrecklich, wenn Kontakte und Freundschaften nur bei offiziellen Anlässen geknüpft werden könnten.

Doch nun zu Deinen drei Fragen, zunächst nach dem Geschäftsmodell des elektronischen Publizierens. Du hast bitte Verständnis dafür, dass meine nun

folgenden Ausführungen nicht als offizielle Geschäftspolitik meines Verlages zu verstehen sind. Betrachte sie vielmehr als Überlegungen, wie etwas künftig sein könnte. Noch weiß nämlich niemand genau, wohin sich die Sache entwickelt.

Zunächst gebe ich Dir recht, dass niemand am Bildschirm längere Texte lesen will. Das ist auch nicht die Stärke elektronischer Publikationen. Diese liegt vielmehr in der enormen Beschleunigung des Bekanntwerdens eines Textes, der erfolgreich das peer reviewing durchlaufen hat. Das ist der eine Vorteil. Der andere liegt in der enormen geographischen Streuung des Textes. Zeitgleich kann er in den USA, der Mongolei, Afrika und Australien zur Kenntnis genommen werden – denn überall gibt es bereits Internetanschlüsse. Damit setzt man nun also eine Beschleunigung der Wissensverbreitung in Gang, deren Folgen noch gar nicht absehbar sind. Und – diese beiden Vorteile kann man in bare Münze umsetzen, das heißt: Diejenigen, die für den schnellen Zugriff zu zahlen bereit sind, bekommen ihn und erzielen damit einen Informationsvorsprung vor den anderen. Zugrunde liegt der Text, der auch Grundlage der Printausgabe ist. Nun ist es für die Wissenschaftler weltweit enorm wichtig, auf dem aktuellst möglichen Stand der Information zu sein. Damit bemühen sie sich, diesen Zugriff zu bekommen – wie bekannt, zu Lasten der Mittel in den Bibliotheken.

Die zweite Verdienstmöglichkeit besteht darin, dass nun dieselben Texte gedruckt und in klassischer Form in Zeitschriftenabonnements verkauft werden. Noch glauben viele Wissenschaftler (und Bibliothekare) nicht daran, dass elektronische Texte aus veralteten Systemen in neue überführt werden können. Deshalb wollen sie das altvertraute Papier – zu einem angemessenen Preis. Dieser hängt von den Gewinnzielen der Verlage ab.

Die dritte Möglichkeit besteht darin, dass die Verlage in elektronischer Form nur die jüngeren Jahrgänge von Zeitschriften vorhalten und diese dann, wenn sie ein paar Jahre alt sind, an geeignete Institutionen – vorzugsweise Bibliotheken – verkaufen. Daran kann das Recht gekoppelt werden, dass diese Bibliotheken nun ihrerseits die Zugriffe an andere Bibliotheken verkaufen dürfen, und der Verlag verdient ein wenig mit, ohne noch Kosten zu haben.

Nun noch ein anderes Geschäftsmodell: Verlage könnten sich natürlich auch überlegen, ob sie überhaupt noch gedruckte Zeitschriften auf den Markt bringen wollen, sondern ausschließlich am Online-Zugriff verdienen wollen. Das wäre das Modell „Pay per view“, das ja durchaus diskutiert wird. Damit könnten die Kosten für Druck, Versand und alles, was zum Umgang mit Papier führt, entfallen. Bei aller theoretischen Attraktivität hat dieses Modell jedoch gewisse praktische Vor- und Nachteile:

- Zunächst müssen die Verlage ein Abrechnungssystem auf die Beine stellen, das Kleinbeträge von einer Vielzahl von Nutzern verwalten kann und dennoch kostengünstig ist. Das ist machbar, so etwas gibt es schon.
- Der nächste Nachteil ist der, dass Aufsatz für Aufsatz verkauft werden muss. Das ist schon etwas anderes, als wenn im Rahmen eines Zeitschriftenabonnements Aufsätze gleich im Dutzend zu einem nicht ganz geringen Preis verkauft werden. Wer aus dem Jahrgang nur wenige Aufsätze braucht – nur im Vorhinein nicht weiß, welche das sind –, kauft die ganze Zeitschrift und bezahlt nicht benötigte Aufsätze mit.

- Sofern sich die Preise für den einzelnen Aufsatz jedoch in einem moderaten Rahmen halten, ist es denkbar, dass wegen des niedrigen Stückpreises doch mehr Aufsätze „Stück für Stück“ bestellt werden, weil dem Besteller nicht ganz klar ist, wie viel Geld er tatsächlich mit solchen Kleinbeträgen ausgibt.
- Völlig unklar ist, wer bei „Pay per view“ zahlt. Es ist zu vermuten, dass dies der Endnutzer, also der einzelne Wissenschaftler tun muss. Ich kann mir nämlich nicht vorstellen, dass Bibliothekare, ohne genau kalkulieren zu können, welche Belastungen auf sie zu kommen, ihren Benutzern den Zugriff auf „pay per view“ freigeben würden.
- Wenn aber der Endnutzer selbst zahlen muss, so bleiben die Einnahmen des Verlages vermutlich weit hinter den heutigen zurück. Schlimmer noch ist, dass damit eine Umsatzkalkulation kaum noch möglich wird.
- Wenn die Endnutzer selbst zahlen müssen, weil die Bibliothek diese Einzelbestellungen nicht finanziert und das Abonnement abbestellt hat, so müssten konsequenterweise die Wissenschaftler sich um die Umwidmung von Bibliotheksmitteln in Lehrstuhlmittel bemühen. Dies dürfte zu heftigen Verteilungsdiskussionen innerhalb der Universitäten führen, deren Ausgang für mich ungewiss ist.
- Ich will nicht meinen Eindruck von der Hand weisen, dass Zeitschriften heute zum großen Teil wohl eher zum Publizieren gedacht sind, nicht aber zum wirklichen Lesen und Benutzen. Denn soviel lesen, wie publiziert wird, kann man als Wissenschaftler nur in seinem engsten Spektrum. Und für neueste Erkenntnisse aus ihrem engsten Forschungsspektrum brauchen Wissenschaftler die Zeitschriften auch nicht, weil sie diese Erkenntnisse auf informellen Wegen ohnehin beziehen.
- Wenn aber Zeitschriften vor allem zum Publizieren notwendig sind (und der damit zusammenhängenden Dokumentation eines Erkenntnisstandes), dann müssten eigentlich die Autoren zahlen, wenn sie veröffentlichen wollen. Man kann das machen, und einige Ideen zum „alternativen Publikationswesen“ (schrecklicher Begriff – eher negativ besetzt, was uns zugute kommt) beruhen darauf. Der Autor zahlt für die Veröffentlichung, und danach ist die Nutzung für jedermann frei. Wieweit Verlage dann noch Gewinne erzielen können, überblicke ich nicht.

Deine zweite Frage galt den Bibliotheken und ihrer Zukunft im Zeitschriftengeschäft. Was die Verbreitung wissenschaftlicher Erkenntnisse angeht, braucht man sie nach meiner Ansicht nicht als Ort, an dem sich Benutzer informieren – jedenfalls nicht in den STM-Fächern. Man braucht sie vor allem, weil ja irgend jemand die Lizenzen für den elektronischen Zugriff zahlen muss. Dafür sind sie auch gut geeignet und jedem Individuum und jedem Institut überlegen. Das macht die schiere Größe des Litteraturetats von beispielsweise ca. 2,0 bis 3,0 Mio Euro für den Etat einer Universitätsbibliothek. Kein Wissenschaftler kann sich vorstellen, dass man mit diesen Mitteln den genau von ihm gewünschten Online-Zugriff nicht zahlen können soll. Außerdem führt die Zahlung der Lizenzen durch die Universitätsbibliothek zu einer Verwaltungsvereinfachung innerhalb der Universitäten, und auch für die Verlage und Agenturen hat der professionelle Umgang der Bibliotheken mit den recht komplizierten Gegebenheiten des Zeitschriftenmarktes geldwerte Vorteile.

Die Bibliotheken kämpfen um diese Monopolposition bei der Versorgung mit wissenschaftlicher Literatur und Informationen, weil sie Sorge haben, sonst ihre Kundschaft zu verlieren und damit ihre Daseinsberechtigung (natürlich nur partiell)

aufzugeben. Somit sind Bibliothekare gute Partner für Verlage, wenngleich die Interessen nicht deckungsgleich sind.

In gewisser Weise tragisch ist für die Bibliotheken, dass sie sich, je mehr sie sich für elektronische Veröffentlichungen engagieren, als „Ort der Bücher“ immer mehr aus dem Bewusstsein ihrer Benutzer heraus bringen. Dann müssen sie sich rechtfertigen, wieso sie eigentlich Personal brauchen, wo doch der elektronische Text „aus der Datendose“ kommt. Glücklicherweise hat von den Nutzern niemand richtig Ahnung, wie mühsam Lizenzverwaltung sein kann. Wir unsererseits als Verlage haben reichhaltige Möglichkeiten, die Preise und Bezugskonditionen immer wieder zu verändern und an die Gewinnziele anzupassen, denn – eines darf man nie vergessen: die Rechte an der Verwertung von wissenschaftlichen Publikationen liegen bei den Verlagen. Diese Rechte müssen nämlich die Autoren exklusiv an den jeweiligen Verlag abtreten. Da die meisten Autoren in den STM-Fächern keine Ahnung von rechtlichen Gegebenheiten haben und außerdem die Konkurrenz, in hochrenommierten Zeitschriften veröffentlichen zu dürfen, sehr groß ist, unterschreiben die Autoren alles, was man ihnen vorlegt.

Nun noch zu Deiner dritten Frage, der Kritik der Wissenschaftler an den steigenden Preisen. Die Antwort darauf ist recht einfach: Man muss auf solche Äußerungen gar nicht eingehen, sie einfach ignorieren. Wichtig ist nur, dass man die maßgeblichen Personen, die an wissenschaftlichen Zeitschriften beteiligt sind, bei der Stange hält. Das sind zwar auch die Autoren, denn die müssen ja publizieren, um sich einen Namen zu machen. Vor allem sind es die Gutachter, die Mitglieder des Editorial Boards und die Chefherausgeber. Ihnen gegenüber sollte man auch unmissverständlich klar machen, was sie verlieren, wenn sie aus einer bestimmten Zeitschrift „aussteigen“. Es geht, ich schrieb das früher schon mal, nicht um Geld, das irgendwohin im Sinne von Leistung und Gegenleistung fließt. Das ist schon viel subtiler, wenn die hübsche Ausgestaltung einer Tagung oder gar eines Kongresses von einem Verlag übernommen wird und die Teilnehmer nicht mit einer Butterbrezel und mäßigem Kaffee in den Pausen abgespeist werden. Das schmeichelt dem (wissenschaftlichen) Organisator, wenn sich die Gäste wohl fühlen und später noch sagen werden: „Die Tagung über.....in.....im Sommer 2000 war doch vorzüglich und großzügig gestaltet“.

Im übrigen solltest Du beachten: Wissenschaftler wollen nur eines, publizieren, publizieren und publizieren – in möglichst renommierten Zeitschriften. Je mehr sie sich mit den Problemen des Publizierens befassen, desto weniger kommen sie zur eigentlichen Arbeit. Das hält kaum einer lange durch. Deshalb habe ich davor gar nicht so viel Sorge. Das ist auch mein Hauptargument, wenn ich gelegentlich mit Wissenschaftlern diskutiere. Ich sage ihnen, dass sie durch die Publikation in unseren Zeitschriften Renommee bekommen, weil die Zeitschrift einen guten Ruf hat, der Impact-Faktor hoch ist und alles dies sich segensreich für sie auswirkt: Sie bekommen so eher Projektmittel, sie können bessere Ausstattungen aushandeln, sie kommen so eher an qualifizierte Nachwuchskräfte, sie können in Berufungs- und Bleibeverhandlungen ganz anders auftreten – kurzum, ohne uns Verleger können sie gar nicht leben!

So, nun ist dieser Brief wieder länger geworden, als ich dachte. Ich bitte Dich um Nachsicht, wenn ich immer wieder Binsenwahrheiten formuliere, aber: Eigentlich ist das Geschäft gar nicht so kompliziert, wenn man einmal, wie mein Verlag, so marktstark geworden ist. Das ist dann ein Selbstläufer.

Mit ganz herzlichen Grüßen
Dein Harold

Nachwort des Bearbeiters:

Mit diesem Brief bricht der Briefwechsel zwischen H. Moneymaker und K. Buchmacher ab. Die weitere Entwicklung zum Thema „Zeitschriftenkrise“ ist damit natürlich nicht beendet. Die Briefe zeigen aber deutlich eines: Die Zeitschriftenkrise ist nur vordergründig ein Problem der Bibliotheken. Sie ist in Wirklichkeit ein Problem der Wissenschaft und des wissenschaftlichen Publikationswesens, insbesondere in den STM-Fächern. Es ist zu wünschen, dass die künftige Diskussion unter Hilfestellung durch die Bibliotheken vor allem dort geführt wird, wohin sie gehört. Aus der jüngeren Vergangenheit gibt es einige ermutigende Hinweise, dass einige Wissenschaftler und einige Unterhaltsträger dies erkannt haben und, zusammen mit den Bibliotheken, handeln wollen.