

Prozessorientiertes Publizieren für Universitätsverlage

Ralf Bieseemeier und Jörg Pieper

Ausgangssituation

Open Access hat die Publikationskultur im Wissenschaftsmarkt in den letzten Jahren nachhaltig beeinflusst und dazu geführt, dass in einer zuweilen auch sehr unterschiedlichen Definition von Open Access, der Wunsch nach Veröffentlichung und eben vor allem „Sichtbarkeit“ bei Institutionen und Autor/-innen ständig steigt.

Und während im STM-Markt durchaus von einer etablierten, digitalen Open Access-Kultur, die der „Berliner Erklärung“ konform ist, gesprochen werden kann, auch und eben weil es sich insbesondere um „Artikelpublikationen“ handelt, sieht die Situation im Markt der Geistes- und Sozialwissenschaften teilweise doch recht anders aus. Die gewählte Publikationsform ist die Monographie, die Anforderung an „Lesekomfort“ daher durchaus anders zu bewerten und am Ende braucht es eben auch eine Zielgruppe (womit Autor*innen und Lesende gemeint sind), die sich in hybriden Publikationswelten sicher bewegen kann und möchte.

So stehen gerade diese Veröffentlichungen, und im Folgenden soll es primär um monographische Publikationen gehen, stets vor zwei großen Herausforderungen:

1. Die Finanzierung des Projektes selbst

Soll eine Publikation, zudem in traditioneller Buchform, in einem klassisch wissenschaftlichen Verlag veröffentlicht werden, fehlt als wesentlicher wirtschaftlicher Anreiz für den Verlag das Momentum einer zumindest kostendeckenden Anzahl an Kaufenden. Ohne wie auch immer geartete „Zuschüsse“, bis hin zu denen eines Author-pays-Modells, kann nicht wirtschaftlich gearbeitet werden und insbesondere für Spezialthemen oder den wissenschaftlichen Nachwuchs insgesamt, ergeben sich hohe Hürden bei dem Wunsch nach Publikation.

2. Sichtbarkeit auf verschiedenen Ebenen

Die alleinige Veröffentlichung auf Repositorien der Hochschulen, als dem grundsätzlichen Eckpfeiler einer Open Access-Publikation, stellt im Empfinden

vieler Autorinnen und Autoren nur eine unzureichende Sichtbarkeit dar. Am Ende das eigene Buch in den Händen zu halten, es in Katalogen von Web-Shops angeboten zu sehen, vielleicht sogar physisch in einer Buchhandlung oder Bibliothek ausliegend vorzufinden, ist mehr als nur „haptisches“ Erleben. Erst dies ist auch weiterhin für viele eine „richtige“ Veröffentlichung.

Organisation

Vor diesem Hintergrund, Deutschland hat hier eine noch vergleichsweise junge Kultur, haben sich in den letzten Jahren zahlreiche Universitätsverlage an deutschen Hochschulen gegründet.

Zumeist erfolgte die Ansiedlung dieser Verlage im Umfeld der Bibliothek, die dadurch in die Lage versetzt wurde, das eigene Serviceangebot zu erweitern. Aufgesetzt werden die Universitätsverlage entweder in komplett eigener Regie, hier ist die entsprechende Hochschule sozusagen Eigentümerin des Verlages, oder aber die Hochschule stellt ihre Marke als Imprint bei einem traditionellen Verlag zur Verfügung. Beide, Verlag und Hochschuleinrichtung profitieren in diesem Fall vom Verweis auf den jeweils guten Namen des anderen.

Derzeit zählt allein die AG Universitätsverlage 25 Einrichtungen in Deutschland, sowie weitere vier in Österreich zu ihren Mitgliedern. Die Gesamtanzahl der Publikationen liegt bei über 7.500. Ein durchaus beachtlicher Output. Dazu kommen noch viele weitere Publikationen von Einrichtungen, die außerhalb o.a. AG angesiedelt sind.

Inhalte

Im Wesentlichen konzentrierte sich die Veröffentlichung zunächst auf Dissertationen (vor diesem Hintergrund auch stets immanent qualitätsgeprüft), später kamen Tagungsbände und Festschriften hinzu. Und während sich die Publikationen auch weiterhin vornehmlich auf Autorinnen und Autoren der eigenen Hochschule konzentrieren, gibt es erste Ansätze, insbesondere bei Schriftenreihen, auch hochschulübergreifend zu arbeiten.

Wie der Wunsch nach Veröffentlichung im Universitätsverlag in den nächsten Jahren beständig steigen wird, wird auch die Serviceerwartung von Autorinnen und Autoren an die dafür zur Verfügung stehenden Einrichtungen, wie Bibliotheken oder zumindest dort angesiedelte Abteilungen, größer werden. Es lohnt also über Prozesse und Standardisierung nachzudenken. Nur so ist zu gewährleisten, dass steigender Output skalierbar ist.

Prozesslösung readbox unipress

Eine am Markt bereits bei vielen Hochschulen etablierte Lösung bietet die Firma readbox publishing GmbH aus Dortmund mit ihrem Tool „unipress publisher“ an.

Die readbox publishing GmbH ist ein seit Jahren im klassischen Verlagsumfeld tätiger Technologieanbieter, welcher mit allen Formen des Publikationsprozesses (Print, Digital, Audio) vertraut ist und mit dem Geschäftsbereich readbox unipress nun auch im Umfeld von Wissenschaft und Forschung aktiv ist.

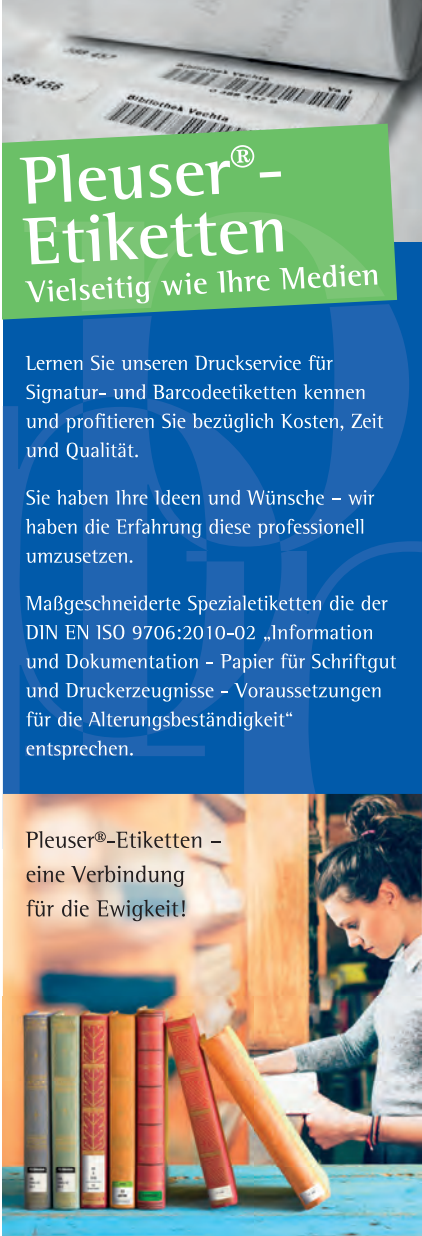
Vor dem Hintergrund dieser Expertise wird mit „unipress publisher“ eine Out-of-the-box Workflow Lösung angeboten, welche dem klassischen, bekannten Verlagspublikationsprozess sehr nahekommt, dabei aber das Heft des Handelns komplett auf Seiten der Hochschuleinrichtung bzw. den Autorinnen und Autoren belässt.

Die Rollenverteilung erfolgt nach dem einfachen Prinzip „Inhaltliche Kompetenz komplett auf Seiten der Hochschule – Herstellung, Bereitstellung, Sichtbarkeit und Vertriebsunterstützung auf Seiten von readbox unipress“. Konkret: Der „unipress publisher“ wird von der Hochschule als komplette Verlagsinfrastruktur, im eigenen „Corporate Design“ und damit mit bester Außenwirkung, betrieben. Betreuung und Fortentwicklung des Tools erfolgt durch readbox.

In der Folge können Autorinnen und Autoren (Herausgeberinnen und Herausgeber) ihre formal qualitätsgesicherten Texte auf der Plattform einstellen und ein entsprechendes Preisangebot zur Publikation in Abhängigkeit der gewünschten Parameter (Seitenanzahl, Einbandart, Print und/oder E-Book, Verkaufspreis im Handel) einholen. Wesentliche Aspekte zu Layout (Cover), Papierarten, Umschlag, sind von der Hochschule fix hinterlegt oder können wahlweise hinzugefügt werden. Die Nutzung der Plattform ist dabei kostenlos, es fallen lediglich geringe Einmalkosten pro veröffentlichter Publikation an – ohne Beschränkungen oder irgendwelche Embargos, mithin konsequent Open Access fähig.

Die Hochschule wird in der Folge von vielen lästigen „Klein-Klein“ Aufgaben im operativen Publikationsprozess entlastet. Die Energie kann in die programmatische Ausgestaltung des Universitätsverlages gesteckt werden, wie auch die Bekanntmachung des Angebots des Hochschulverlags am Campus, um weiteren Autorinnen und

pleuser
etiketten  Seit 1872



**Pleuser® -
Etiketten**
Vielseitig wie Ihre Medien

Lernen Sie unseren Druckservice für Signatur- und Barcodeetiketten kennen und profitieren Sie bezüglich Kosten, Zeit und Qualität.

Sie haben Ihre Ideen und Wünsche – wir haben die Erfahrung diese professionell umzusetzen.

Maßgeschneiderte Spezialetiketten die der DIN EN ISO 9706:2010-02 „Information und Dokumentation – Papier für Schriftgut und Druckerzeugnisse – Voraussetzungen für die Alterungsbeständigkeit“ entsprechen.

Pleuser®-Etiketten –
eine Verbindung
für die Ewigkeit!

Bernhard Pleuser GmbH
Otto-Hahn-Str. 16
D-61381 Friedrichsdorf
Telefon + 49 (0) 6175. 79 82 727
Fax + 49 (0) 6175. 79 82 729
info@pleuser.de

pleuser.de



Autoren der Hochschule die Möglichkeit einer gut organisierten und strukturierten Veröffentlichung über den eigenen Universitätsverlag zu ermöglichen.

Vertragspartner für die Plattform ist die bereitstellende Institution. Da diese als „Freemium-Modell“ angeboten wird, kann im Zusammenhang mit den Autoren-finanzierten-Publikationen auf ein möglicherweise aufwändiges vergaberechtliches Procedere vor der eigentlichen Bereitstellung verzichtet werden. In einem einfachen Rahmenvertrag wird insbesondere auf den zu erwartenden Publikationsoutput als Basis der Gesamtkalkulation für alle Beteiligten eingegangen; fertig. Der Hochschule selbst entstehen grundsätzlich keine Kosten.

Vertragspartner der Autorinnen und Autoren wird im Fall eines Imprints der Imprintnehmer, in diesem Fall readbox. Ein für alle Seiten komplett transparentes Verfahren.

Über die Plattform, die alle Publikationen und ihre jeweiligen Publikationsstände stets tagesaktuell vorhält, erhält die Hochschule jederzeit einen Überblick über den laufenden Stand der Projekte, kann gezielt steuern und justieren und ist jederzeit „reportfähig“.

Ergebnis

Autorinnen und Autoren erhalten die vertraglich vereinbarten Autorenexemplare, die Hochschule schon im Standardangebot ein E-Book für das eigene Repositoryum. Für Sichtbarkeit auf allen zur Verfügung stehenden Verkaufsplattformen des Handels sorgt die

Listung der Titel mit optimierten Metadaten im VLB. Bei Bedarf und Interesse können für Digitalpublikationen im Open Access auch die hier spezialisierten Plattformen wie DOAB, OAPEN oder Open Research Library entsprechend mit Metadaten ausgestattet werden.

Im Ergebnis eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten: Autorinnen und Autoren erhalten die gewünschte Printpublikation und haben dafür lediglich einen mittleren dreistelligen EUR Betrag entrichtet. Die Hochschule erhält im Gegenzug die „offene“ Digitalversion für ihr Repositoryum.

Fazit: Universitätsverlage sind mehr als „Print-On-Demand“ Produzenten. Dies insbesondere, wenn sie sich um die inhaltliche Qualität ihres Serviceangebots kümmern können. Es braucht dafür Strukturen und Prozesse, die dabei unterstützen den eigentlichen Herstellungsprozess skalierbar zu machen.

Dadurch kann mit einem überschaubaren personellen Input auf Seiten der Hochschule der Publikationsoutput signifikant gesteigert werden, um somit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern und eben auch dem eigenen wissenschaftlichen Nachwuchs eine preiswerte, zugleich höchst professionelle Möglichkeit der Veröffentlichung von Forschungsergebnissen zu ermöglichen. Insbesondere eben auch für Publikationen, die vor dem Hintergrund ihrer inhaltlichen Spezialisierung ansonsten kaum eine Chance am traditionellen Verlagsmarkt hätten. ■



Ralf Bieseemeier

ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der readbox publishing GmbH in Dortmund, einem der führenden Lösungsanbieter für Contentproduktion, -vermarktung und -vertrieb.
readbox publishing GmbH
Rheinische Str. 171, 44147 Dortmund
<https://www.readbox.net>
post@readbox.net



Jörg-Christoph Pieper

Head of Institutional Business
Dussmann das
KulturKaufhaus GmbH
Friedrichstraße 90
10117 Berlin
Tel. +49 30 2025-1859
Mobil +49 15155754845
Mail: joerg.pieper@dussmann.de
<https://www.kulturkaufhaus.de>