

# Protokoll

10.10.2008 von Franziska Wulschke

## ***Workshop 6. Gründung und Betrieb eines (Open-Access) Universitätsverlages von Isabella Meinecke und Dagmar Schobert***

Zwischen 1990 und 2005 wurden fast alle Universitätsverlage in Deutschland gegründet. Eine Ausnahme ist die Universität Weimar, deren Verlag bereits seit 1954 besteht. Im Jahr 2005 haben sich die Universitätsverlage in der „Arbeitsgemeinschaft Universitätsverlage“ (AG Univerlage, <http://www.ag-univerlage.de>) zusammengeschlossen. Die AG bietet eine Plattform, um Know-how zu praktischen Fragen und zu Themen wie bspw. dem elektronischen Publizieren auszutauschen und weitere publikationsrelevante Themen zu diskutieren sowie Interessierten eine zentrale Anlaufstelle zu bieten. Die Universitätsverlage haben alle verschiedene Profile, unterstützen aber alle Open Access.

Ein großer Vorteil von Universitätsverlagen ist der hohe Verbreitungsgrad der Publikationen: Ein Grund dafür ist, dass die meisten Verlage das hybride Publizieren, d. h. das parallele Publizieren im Print und online ermöglichen, wobei die Online-Veröffentlichung in der Regel frei verfügbar ist.

Universitätsverlage sind darüber hinaus ein Marketinginstrument für die Universität. Sie bieten kostengünstige Produktion und ermöglichen folglich ein kostengünstiges Angebot von wissenschaftlicher Literatur. Es gibt keinen Publikationszwang im Universitätsverlag für Wissenschaftler einer Einrichtung. Die Verlage haben mit der Zeit aber mit ihrer Qualität überzeugt und sich etabliert.

Bei der Gründung eines Universitätsverlags sind die Fragen nach der Zielsetzung und nach den zur Verfügung stehenden Ressourcen wesentlich. Fast alle Universitätsverlage sind an einer Bibliothek angesiedelt. Die vorherrschenden Rechtsformen sind zurzeit GmbH, BgA (Betrieb gewerblicher Art), aber auch keine besondere Rechtsform (zum Beispiel als Serviceeinrichtung der jeweiligen Universität oder Bibliothek). Auch unterscheiden sich Universitätsverlage nach ihrer finanziellen Ausstattung – sie sind jedoch generell Non-Profit-Unternehmen. Die finanzielle Situation von Universitätsverlagen ist abhängig von ihrer finanziellen Grundausstattung, ihren personellen Ressourcen, aber auch von ihrem Profil.

Im Alltagsgeschäft ist die rechtliche Absicherung für einen Universitätsverlag sehr wichtig. So sollte gewährleistet sein, dass die Texte (inklusive Abbildungen und Schriftarten) frei von Forderungen Dritter sind (Verlagsrecht) und das einfache Verbreitungsrecht (Online) gewährleistet wird. Auch die Vernetzung der Universitätsverlage, die Kooperation mit Amazon, Google Books (eignet sich zur Verbreitung), die eigene Webseite mit Kaufoption sowie der uni-eigene Buchshop sind wesentlich für das wirtschaftliche Gelingen eines Universitätsverlages. Immer zu bedenken bleibt, wie die Ziele des Universitätsverlages gesetzt sind. Daran schließen sich die Fragen der Sichtbarkeit und der Gewinnorientierung an. In der Regel wird die Leistung der Universitätsverlage durch die Auftraggeber (Autor/inn/en, herausgebende, Institute) bezahlt; manche Verlage haben aber auch zum Teil recht ausgeklügelte Honorierungsmodelle.

Die meisten Universitätsverlage sind „Kinder“ des digitalen Zeitalters. Sie veröffentlichen fast alle parallel im Print, Crossmedia oder in einem Offline-Medium (CD, DVD) sowie online. Das Buch wird nach wie vor gelesen und von Wissenschaftlern nicht zuletzt als physischer Beweis ihrer Leistung geschätzt. Bei der Recherche wird häufig nur ein Abstract, egal ob in digitaler oder gedruckter Form, gelesen. Die Online-Verfügbarkeit wissenschaftlicher Literatur erleichtert den Zugang und erhöht die Sichtbarkeit. Dies regt auch zum Kauf einer gedruckten Version an. Auch bei Autor/inn/en zeigt sich zunehmend der Wunsch, ihr Werk in einem Universitätsverlag zu publizieren. Das preisbewusste Denken eines/r Wissenschaftlers/in, der Wunsch nach erhöhter Sichtbarkeit (Open Access), der Wunsch nach einem breiteren Leistungsspektrum (pro Univerlag: Print + Online + Open Access + Erschließungsleistungen einer wissenschaftlichen Bibliothek) sowie der „Universitätsabsender“ als „gute Marke“ lassen den Universitätsverlag gegenüber den privatwirtschaftlichen Verlagen an Konkurrenzfähigkeit gewinnen.

Universitätsverlage bieten mit ihren Leistungsspektren zunehmend attraktive Dienstleistungen (s.o.). Wie bereits am Anfang deutlich gemacht wurde, stellt sich hier erneut die Ressourcenfrage, vor allem personell. Soll der Universitätsverlag Print, Video, Audio, Bild, pdf, html, Streaming etc. umfassen, braucht man relativ viele Ressourcen, finanziell und personell. Auch die Frage, ob ein Universitätsverlag primär Monografien/Sammelbände oder Zeitschriften publiziert, eventuell sogar beides, oder ob der Verlag für Online-Zeitschriften sogar eine Publikationsinfrastruktur (Workflow + Präsentation + Erschließung) zur Verfügung stellt, ist eine Ressourcen- und Zielsetzungsfrage.

Universitätsverlage sind in der Regel keine universitären „Inhouse“-Unternehmen. Sie kooperieren häufig, zum Beispiel im Bereich des Drucks, mit externen Dienstleistern.

Wie geht ein Universitätsverlag mit externen Anfragen um? Dies ist abhängig vom Profil des jeweiligen Verlages. Einige Universitätsverlage haben ihr Angebot zum Beispiel auf über die Universität hinausgehende wissenschaftliche oder städtische Einrichtungen erweitert. Universitätsverlage können darüber hinaus mit anderen wissenschaftlichen Verlagen kooperieren und zum Beispiel Online-Varianten von Printpublikationen umsetzen.

Zusammenfassend lässt sich folgendes festhalten:

*Was muss man beim Gründen eines Universitätsverlages beachten?*

- **Profil / Zielsetzung**
- **Ressourcenfrage** (Welche habe ich? Welche brauche ich? Wenige Ressourcen am Anfang sind okay, aber man sollte sich möglichst bald Unterstützer suchen.)
- **Geschäftsmodell / Rechtsform** (GmbH, BgA etc.)
- **Finanzierung** (Anhängig von Rechtsform, bei GmbH eine Rentabilitätsrechnung erforderlich, eine Kosten/ Leistungsrechnung ist in jedem Fall empfehlenswert)
- **Format der Produkte** (Hardcover, Softcover, multimedial, pdf, pdf/a, html etc.)

- **Kooperationen** (Partner, Versand, Projektpartner, Partner der eigenen Universität, Verlage untereinander, Projekte)
- **Aneignung der Fähigkeiten** (studentische Mitarbeiter/in, Bibliothekar/in, Informatiker/in, Mediengestalter/in)
- **Zielgruppe**

*Wo kommt die Initiative her?*

- Universitätsleitung
- Universitätsbibliothek (UB)
- Teuerung der wissenschaftlichen Publikationen in den 90er Jahren (sog. Monografien- und Zeitschriftenkrise)
- Wunsch nach Open Access seitens der Wissenschaftler/in, des Präsidenten/in, der Institute

Auch stellt sich die Frage der Qualitätssicherung. Häufig liegt diese in der Zuständigkeit eines Beirates. Qualifikationsarbeiten wie Dissertationen und Habilitationen sind als solche schon begutachtet. Zeitschriftenartikel sowie Schriftenreihen werden meist vom herausgebenden Institut oder Herausbergremium geprüft.

Als Fazit der noch relativ jungen Geschichte der Universitätsverlage lässt sich sagen, dass sie sich in einem Lernprozess befinden und seit ihrer Gründung nicht Konkurs gegangen sind. Meistens waren es ideelle Gründungen, die sich erst später wirtschaftlich rechtfertigen mussten.