

De Gruyter Open-Access-Strategie: Integration statt Parallelität

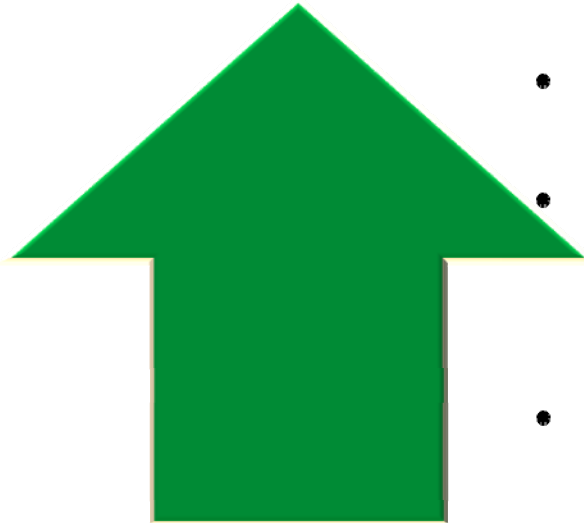
Open-Access-Tage
Göttingen, 04./05.10.2010

Dr. Sven Fund

- Grundannahmen und Ausgangsposition
- De Gruyter Open Library: Der erste Schritt
- Ehrliche Zwischenbilanz
- Weiterentwicklung des Modells

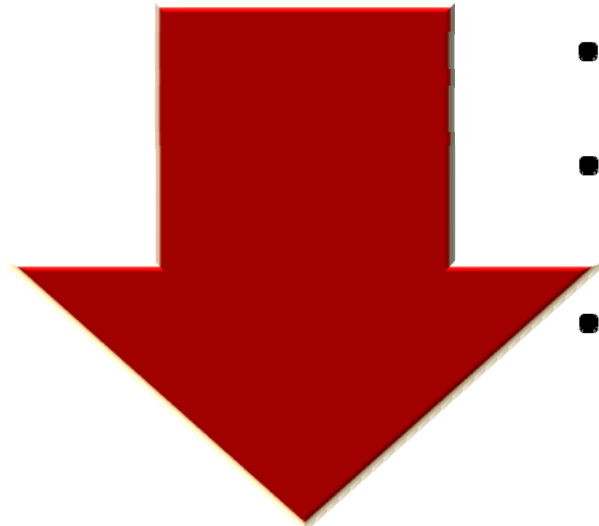
- Grundannahme: Verlage können Open Access am besten
 - Infrastruktur des Publizierens vorhanden
 - Glaubwürdigkeit als neutraler Informationsvermittler gegeben
 - Starke Inhaltemarken mit bibliometrischen Qualitäten vorhanden
- Das Open Access-Angebot darf sich nicht auf STM-Disziplinen beschränken, sondern muss auf die Humanities ausgedehnt werden.
- Open Access muss in Zeitschriften und Büchern funktionieren.
- Das Modell muss langfristig ökonomisch funktionieren (kein double dipping, kein Altruismus).
- Die Zukunft gehört einer intelligenten Verbindung von OA und Abo-Inhalten.

- | | |
|--------------------|---|
| Modell: | • Hybrid |
| Anwendungsbereich: | • Zeitschriften, Buchreihen und Sammelbände |
| Herausgeber: | • Zustimmung des Reihen- oder Bandherausgebers wird vorab eingeholt |
| Peer review: | • Kein Einfluss von OA auf den peer review-Prozess |
| Autorenservice: | • De Gruyter übernimmt link-Archivierung mit einem OA repository |
| Pricing: | • Artikel/Kapitel online ab Publikation OA |
| Kostensenkungen | • 1750€ pro Artikel, unabhängig von Beitragsumfang und Disziplin |
| | • Ab 20% kalkulatorischer Erlössteigerung durch OA werden die Produktpreise bei Büchern unmittelbar, bei Zeitschriften Zug um Zug gesenkt |



Pros:

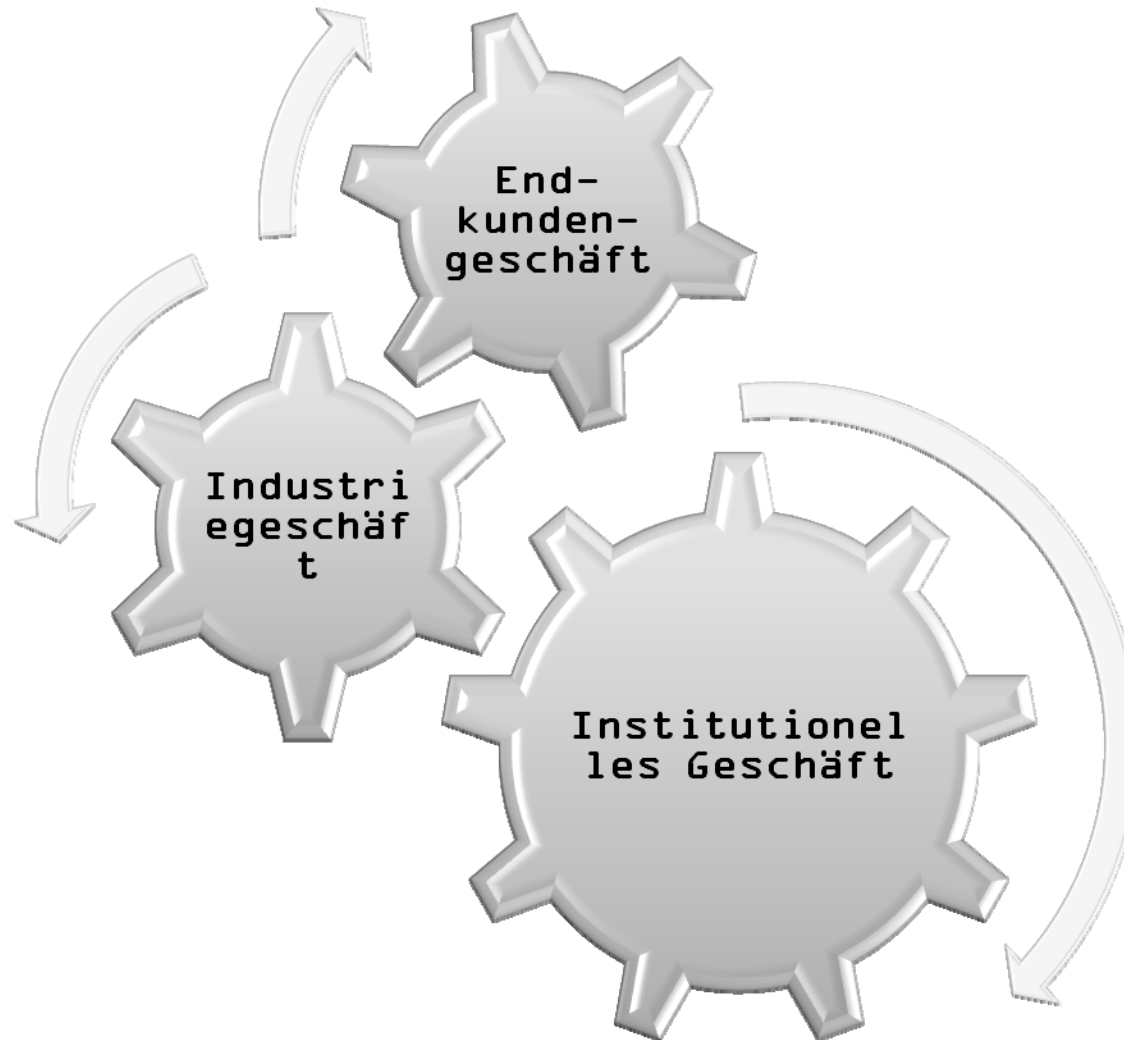
- Projekte erfolgreich gestartet, z.B. Topoi
- Herausgeber und Autoren reagieren positiv auf die Initiative „ihres“ Verlags, Verunsicherung weicht
- Erste Open Access-only Zeitschriften unter Verhandlung



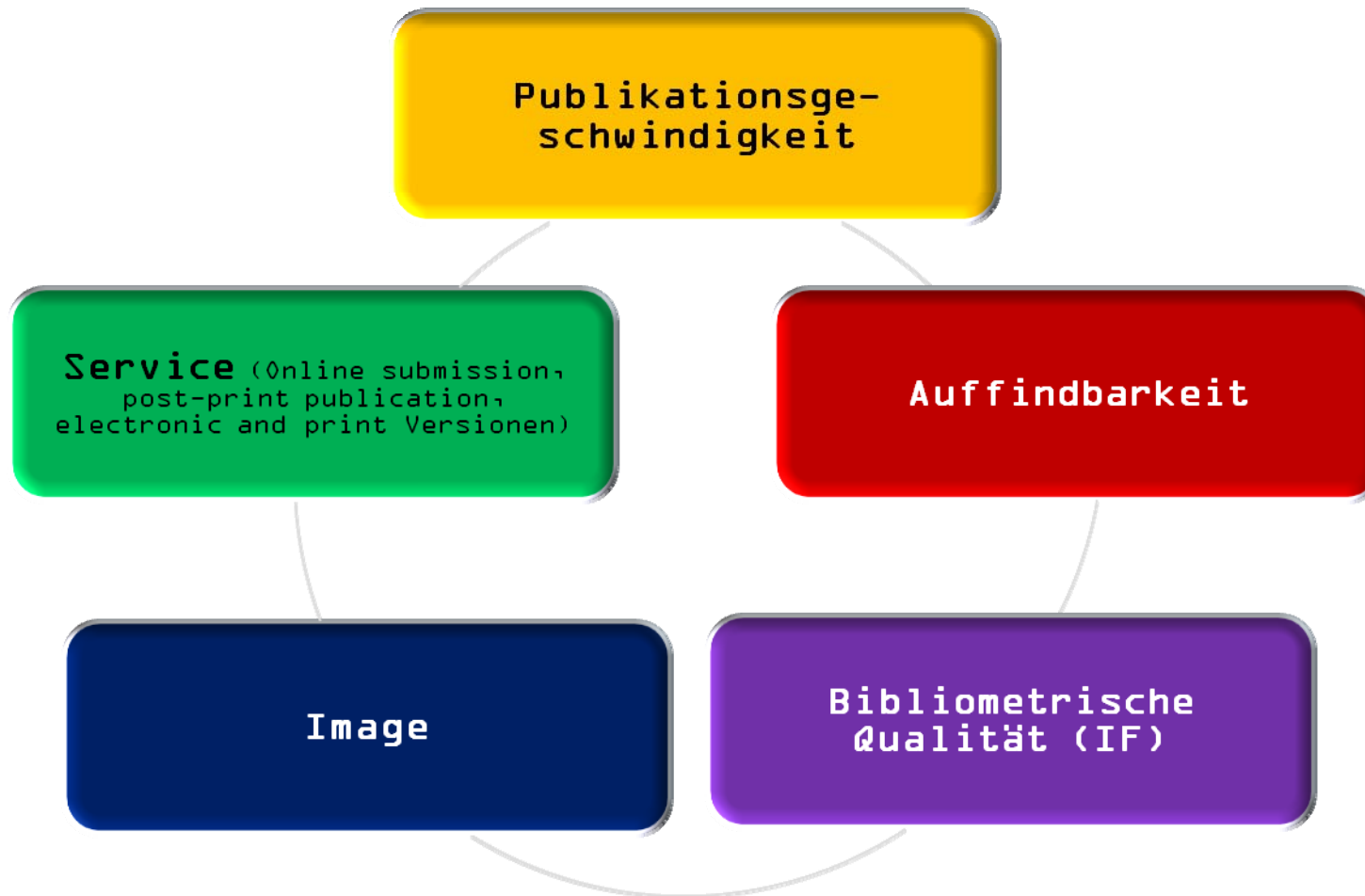
Cons:

- Etablierte Autoren nach wie vor skeptisch gegenüber Open Access
- z.T. wenig durchdachte und nachhaltige Förderpolitik großer Institutionen
- Geringe Anzahl publizierter OA-Artikel macht klarere Positionierung und bessere Zielgruppenausrichtung erforderlich

Erkenntnis fürs Kerngeschäft: Verlage müssen ihre Geschäftsmodelle breiter diversifizieren

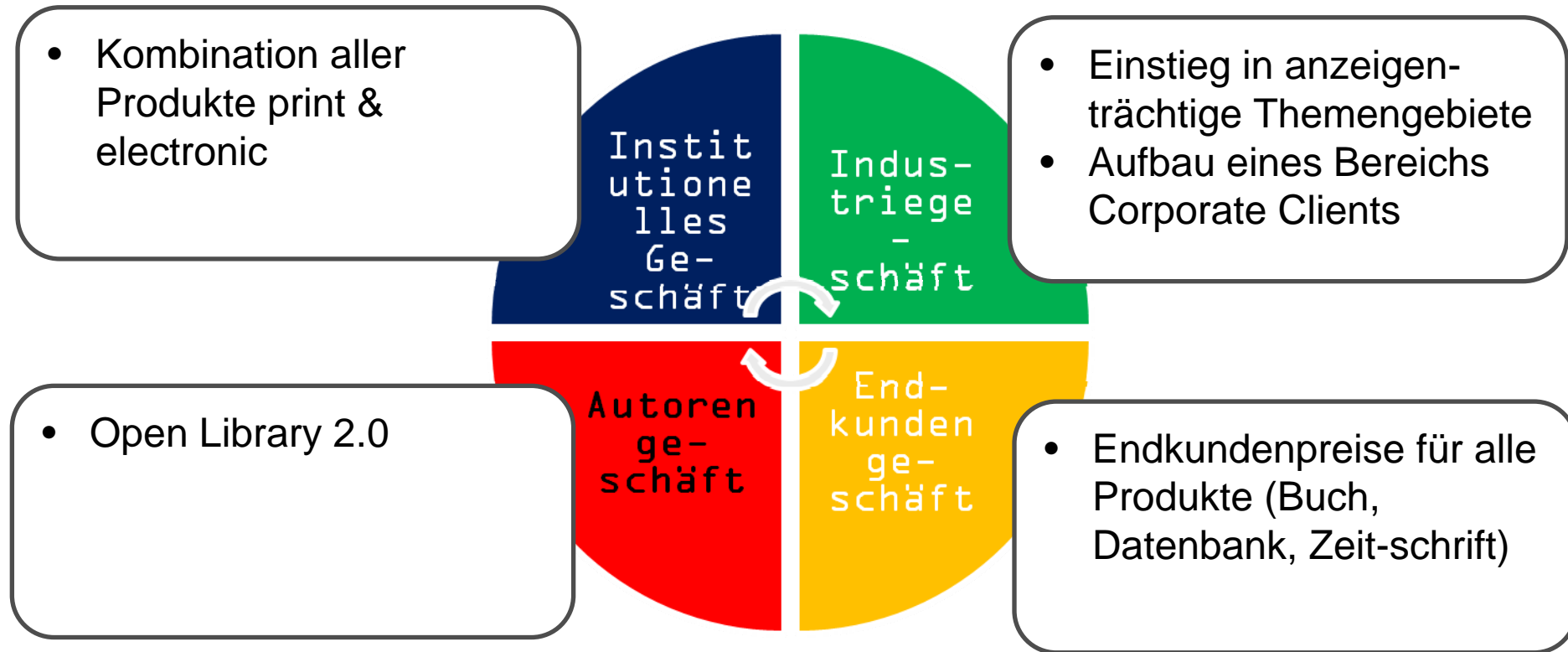


► **Dilemma: Mit Open Access allein können weder die strategischen Verlagsziele noch jene der OA-Bewegung befriedigend erreicht werden.**



► **Verlage brauchen bei Open Access 2.0 ein neues Kundenverständnis: Von der Bibliothek zum Wissenschaftler/Förderer**

Das Ziel: Open Access als ein Baustein im kundenbasierten Portfolio von De Gruyter



- Verfeinerung des Hybrid-Modells
 - De Gruyters stärkste Journals und Buchreihen geben ihre Qualitäten Open Access –Publikationen mit
 - Bibliometrische Parameter
 - Marken
- Zugleich wird das Portfolio thematisch geschlossen: Ausgewählte new launches in bisher unterrepräsentierten Bereichen
- Vermeidung des Aufbaus eines Parallelgeschäfts, stattdessen Übertragung der Stärken des Kerngeschäfts



Nur wenn die Wandlung existierender Zeitschriften in Open Access langfristig gelingt, profitieren alle Akteure.