

Prof. Dr. Achim Oßwald

Anwendung der Datenverarbeitung im Informationswesen

FHBD Köln

Telefon 0221 / 8275-3388

Fax 0221 / 331 85 83

Claudiusstr. 1

50 678 Köln

Telefon 069 / 73 29 36

Fax 069 / 739 24 68

Schwalbacher Str. 22

60 326 Frankfurt am Main

## **Elektronische Publikationen in Bibliotheken - Strukturwandel zu wessen Lasten?<sup>1</sup>**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

die guten Erfahrungen und interessanten Gespräche, die ich gerade in den vergangenen Monaten mit Verlagsvertretern gemacht habe, haben es mir zu einer doppelten Freude gemacht, Ihrer Einladung nachzukommen und Ihnen heute einige, die Diskussion vielleicht auch anregende Sichten vorzustellen.

Im Rahmen einer Untersuchung zum Markt elektronischer Publikationen in Deutschland<sup>2</sup>, die ich für Die Deutsche Bibliothek durchgeführt habe, hatte ich u.a. Gelegenheit mit Ihren Kollegen Herrn Gallus und Herrn Dr. Saur ausführlicher über die Situation und Entwicklung des deutschen Marktes für elektronische Publikationen zu sprechen. Wir hatten - wie ich meine - sehr anregende Gespräche. Elektronische Publikationen wurden dabei von beiden Kollegen als selbstverständliche Erweiterung der Angebotsformen von Publikationen betrachtet. Jede Zielgruppe könne so in der entsprechenden Anwendungssituation auf eine für sie adäquate Angebotsform zurückgreifen. Diese Offenheit ist Ausgangspunkt meiner Betrachtungen. Ich möchte heute aufzeigen, welche Konsequenzen sich daraus für die Bibliotheken und ihre Nutzer ergeben.

Schon seit Jahren differenziert sich die Angebotssituation im Bereich des Publikationswesens: Neben Printprodukten sind z.B. Mikrofiche, Schallplatten und Videos selbstverständliche Produkte der Informationsindustrie. Zu ihnen sind elektronische Publikationen auf Diskette, CD-ROM oder beispielsweise CD-I hinzugekommen. Mittlerweile erfahren diese auf Datenträgern angebotenen elektronischen Publikationen bald schon weniger Aufmerksamkeit als die über internationale Kommunikationsnetze angebotenen. Dennoch werde ich mich - aus ganz praktischen Gründen -

---

<sup>1</sup> Schriftliche Fassung des gleichnamigen Vortrags in Leipzig im Rahmen der Sitzung der AG CD-ROM / Informationsorientiert des AK Elektronisches Publizieren im Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. am 18.3.1994.

<sup>2</sup> Oßwald, Achim: Projekt EPMARKT: Analyse des Angebotes elektronischer Publikationen im Hinblick auf die Sammelaufgaben DER DEUTSCHEN BIBLIOTHEK. Eine Studie im Auftrag Der Deutschen Bibliothek, Frankfurt am Main, Januar 1994

heute auf diese physischen Datenträger konzentrieren, und ich erlaube mir dabei, keine konkreten Produkte anzusprechen, sondern die Situation ein wenig allgemeiner zu betrachten.

Wenn die unterschiedlichen Angebotsvarianten so selbstverständlich nebeneinander stehen würden, wie das in der oben formulierten Zielvorstellung anklang, dann könnte es ja auch für Bibliotheken selbstverständlich sein, diese Produkte anzubieten. Neben Büchern stünden dann PCs mit elektronischen Publikationen auf Disketten und CD-ROMs. Sie einzukaufen und verfügbar zu machen wäre also aus Sicht der Bibliotheken kein Problem. Leider stellt sich die Sache für die Bibliotheken nicht so einfach dar.

*Aus Sicht der Bibliotheken ist in diesem Zusammenhang nämlich mit mindestens drei Problemen umzugehen:*

Diese sind a) Geld, b) Geld und c) wiederum Geld. Im einzelnen:

- a) Zwar gehören auch nach Auffassung von zunehmend mehr BibliothekarInnen elektronische Publikationen in ihre Einrichtungen, bedauerlicherweise sehen dies aber die Unterhaltsträger nicht immer so - und geben daher kaum zusätzliche Mittel für deren Anschaffung.
- b) Im Gegensatz zu den Büchern sind für elektronischen Publikationen nicht nur die Objekte, sondern auch spezielles technisches Gerät zur Wiedergabe anzuschaffen - und dafür ist erst recht kein Geld verfügbar.
- c) Und schließlich wollen die Verlage - aus Gründen, die für Bibliotheken nur bedingt nachvollziehbar sind - für die elektronischen Produkte zumeist mehr Geld als beispielsweise für eine parallele MF- oder Printausgabe.

Es liegt nahe, bei einem Treffen von Verlegern den dritten Aspekt ein wenig zu vertiefen: Hauptargument der Verlage für diese Preispolitik ist die Überlegung, daß - um es einmal informationswissenschaftlich auszudrücken - elektronische Publikationen einen höheren informationellen Mehrwert haben als ihre parallelen Printprodukte. Dieser Mehrwert drückt sich vor allem in drei Aspekten aus:

- ca) Elektronische Publikationen ermöglichen eine leichtere und gezieltere Suche nach Publikationsinhalten und erlauben deren anwenderbestimmte Ausgabe.
- cb) Elektronische Publikationen sind parallel nutzbar
- cc) Elektronische Publikationen können unaufwendig, schnell und unter bestimmten Voraussetzungen auch so kopiert werden, daß Original und Kopie nicht mehr unterscheidbar sind.

Im einzelnen:

*Zu ca):*

Elektronische Produkte ermöglichen eine leichtere und gezieltere Suche nach Publikationsinhalten und deren anwenderbestimmter Ausgabe.

Dies ist ein sicher schon von jedem erkannter und genossener Vorteil. Aber die Verlage bieten in ihren Produkten solche Möglichkeiten wohl kaum aus purer Menschenfreundlichkeit an, sondern vor allem deshalb, weil sie wissen, daß ihre Produkte andernfalls im Markt kaum eine Chance hätten. Solche Möglichkeiten sind der elektronischen Angebotsform aus Marktsicht faktisch immanent.

Klar nachgewiesen ist auch, daß elektronische Produkte vielfach Ausfluß von Veränderungen in der Produktionsweise sind, also einem Bereich, der lange Zeit von den Verlagen vorrangig mit dem Stichwort elektronisches Publizieren assoziiert wurde. Publikationen können so schneller, selektiver und gegebenenfalls effizienter auf den Markt gebracht werden.

Die elektronische Aufbereitung ist also ein Weg, um die eigenen Produkte und damit die eigene Organisation konkurrenzfähig zu halten. Die sog. Verlegerstudie<sup>3</sup>, die im Auftrag der EU durchgeführt wurde, weist dies ja auch deutlich nach.

*Zu cb):*

Elektronische Publikationen sind parallel nutzbar. Diese Möglichkeit kommt bei zwei Situationen zum Tragen:

- wenn ein Produkt im Arbeitszusammenhang Vieler unentbehrlich ist (z.B. ein Nachschlagewerk)
- wenn aus einer großen Gruppe potentieller unregelmäßiger Nutzer tatsächlich einmal mehrere gleichzeitig die Publikation nutzen wollen - was beim Printprodukt ja auch der Fall ist, aber dort - im Gegensatz zum elektronischen Produkt - anders realisiert wird: nämlich durch kopieren.

Ökonomisch problematisch wird dies vor allem durch die Möglichkeit aus der Ferne auf eine elektronische Publikation zugreifen und dadurch faktisch beispielsweise ein oder mehrere selten nachgefragte Nachschlagewerke abbestellt werden können.

*Zu cc):*

Elektronische Publikationen unaufwendig, schnell und unter bestimmten Voraussetzungen auch so kopiert werden, daß Original und Kopie nicht mehr unterscheidbar sind.

Hier habe ich das Gefühl, daß man in technischer und organisatorischer Ratlosigkeit wie das Kaninchen auf die Schlange starrt und dadurch keine Lösungen findet. Bei physischen Produkten kann das *Kopierproblem* durch bestimmte Vorgaben bei der Nutzung (z.B. keine Diskettenstationen oder - wie im Buchhandel - kopieren nur auf speziell kodierte Disketten) relativ weit eingeschränkt werden. Dies bedeutet zwar auch eine Einschränkung für jene Kopieraktionen, die vom Gesetz

---

<sup>3</sup> Die Verlegerstudie 1993 (Consulting Trust GmbH; Kommission der Europäischen Gemeinschaften (Hrsg.): Neue Geschäftsmöglichkeiten für Verlage im Markt für Informationsdienstleistungen. Zusammenfassung, Brüssel-Luxemburg, Januar 1993 (Report EUR 14925)) gibt Einschätzungen und Vorschläge für Verhaltensstrategien der Verlage in der EU zum Thema EP und Vorschläge der KEG zur Marktstimulierung. Vgl. a. Laukamm, Thomas: Think big - start small. - In: Börsenblatt 11 / 9.2.1993, 62-68  
Vgl. zur Diskussion dieser Problematik im AK EP: Berg, Helmut von: Falsche Sichtweisen. Zukunft des Arbeitskreises Elektronisches Publizieren. - In: Börsenblatt 59 / 27.7.1993, 7-10

prinzipiell erlaubt sind - aber das könnte man als Entgegenkommen der Nutzer gegebenenfalls erwarten. Begleitdisketten zu Büchern könnten in speziellen Bibliotheksvarianten ausgeliefert werden, die einen speziellen Kopierschutz haben oder die Selbstzerstörung des Produktes nach einem bestimmten Zeitpunkt auslösen. Dieses Konzept könnte auch allgemein eingesetzt werden. Gleichzeitig würde sich dies als eine gute Gelegenheit zur Fehlerbeseitigung und Aktualisierung anbieten. Im Nebeneffekt würde zudem eine engere Kundenbindung erreicht.

*Die Frage ist nun, ob die veränderten Nutzungsmöglichkeiten, die den elektronischen Produkten als Mehrwertoptionen weitgehend immanent sind, wirklich auch einen höheren Preis rechtfertigen?*

Vordergründig aus *Sicht der Bibliotheken* wohl eher nicht. Für sie bedeuten elektronische Publikationen erst einmal Probleme, die den vermuteten Mehrwert überlagern. Nur weil Verlage dies so anbieten, sollen die Bibliotheken nun zwei parallele Produkte erstehen<sup>4</sup>. Diese machen zudem mehr als doppelt Arbeit, denn das elektronische Produkt wird ja nicht einfach ins Regal gestellt. Es erfordert das schon erwähnte technische Gerät und löst zusätzlichen Erklärungsbedarf gegenüber den Kunden aus. Auch im Zusammenhang mit den veränderten Kopiermöglichkeiten kommt - so oder so - zusätzliche Arbeit auf die Bibliotheken zu. Und außerdem belastet das Parallelprodukt den zumeist eh schon reduzierten Beschaffungsetat. Andere Publikationen bleiben daher auf der Strecke. Die möglichen Erleichterungen durch elektronische Publikationen kommen für die Bibliothek allein schon deshalb häufig nicht deutlich zum Tragen, weil sie durch die konkreten Angebote oder wegen einer gesunden Vorsicht die gedruckten Angebotsformen weiterhin parallel halten bzw. halten müssen.

Allenfalls könnte nach meiner Ansicht der *parallele Zugriff* mehrerer Kunden auf eine Ausführung des Produktes einen höheren Preis rechtfertigen. Anstelle mehrerer wird nur eine CD-ROM im Netz oder eine sonstige Netzwerkpublikationen bestellt und bereitgestellt. Auf diese Weise tritt tatsächlich ein Absatzverlust ein. Daß Bibliotheken für eine solche Netzwerkinstallation beachtliche Vorleistungen auf der technischen Seite erbringen müssen, sollte zumindest erwähnt werden, denn es fließt mit in ihre Gesamtkalkulation und die Abwägung der Vorteile für Kunden und Administration ein. Dies gilt auch für Performanzkriterien, denn eine CD-ROM, die von zu vielen Anwendern gleichzeitig genutzt wird, hat vermutlich nur noch wenig von der Attraktivität des Einplatzproduktes. Bezüglich der Preispolitik müßte auch dies seinen Niederschlag finden - tut es aber bislang nicht.

Aus *Sicht der Kunden* der Bibliothek ist das neue Produkt vielleicht schon eher einen höheren Preis wert, denn sie haben ja den eigentlichen Nutzen davon - vorausgesetzt ihre Bibliothek kann sich den Spaß überhaupt leisten. Zahlen aber tun normalerweise nicht die Kunden, sondern die Trägerorganisation - und damit sind wir beim oben schon erwähnten Problem.

---

<sup>4</sup> Oft sind die Angebote ja tatsächlich aneinander gekoppelt.

Aus *Sicht der Verlage* scheint die Preisfrage hauptsächlich eine Marketingfrage zu sein - anders sind die verschiedenen Preismodelle kaum zu erklären. Faktisch stellt es sich die Situation jedoch als gute Gelegenheit dar, die Kosten des Strukturwandels im Publikationsbereich auf andere zu verlagern - mit vordergründig durchaus guten Argumenten, das sei zugestanden.

Bislang habe ich mich mit meinen Betrachtungen nur auf der Ebene der *Parallelpublikationen* bewegt. Wer die Verlegerstudie genau gelesen hat weiß aber, daß dort die Zukunft des elektronischen Publizierens schon bald nicht mehr liegen soll. Diese Einschätzung ist zwar nicht unumstritten, aus meiner Sicht jedoch zutreffend.

Dann aber erweisen sich jene Produkte als erfolgreiche, die die Potentiale der digitalen Repräsentation von Sachverhalten voll ausschöpfen. Sie sind multimedial und haben Hypermedia-Features. Sie sind interaktiv, regen neue Erlebniswelten an und erlauben neue Formen der Wissensvermittlung bis hin zum Edutainment. Bei solchen Produkten ist die *Sicht der Bibliotheken* erstmal jedoch kaum anders.

Die Unterhaltsträger werden sich ebenfalls kaum anders verhalten als zuvor. Die technische Ausstattung zur Wiedergabe wird noch teurer und komplizierter sein, als sie das bislang schon ist. Die Produkte aber werden wirklich teuer werden, weil für sie nämlich ein wirklich neues Produktdesign notwendig ist - und so etwas ist teurer, als die bisherigen "einfachen" Umsetzungen aus dem Printbereich bzw. eine entsprechende Parallelverwertung .

Die *Kunden* haben dann ein wirklich neues Produkt mit einem anderen Erlebnischarakter und Mehrwertoptionen, die die Kreativität beflügeln können.

Was sind die Kunden bereit hierfür zu bezahlen? An die Bibliothek vermutlich kaum etwas. Dies nicht nur deshalb, weil sie gewohnt sind, dort gebührenfrei bedient zu werden, sondern weil sie in die Bibliothek wohl in erster Linie zum Kennenlernen der Produkte, des Überblicks wegen gehen. Sie betreiben dort praktische Vorstudien für einen eventuellen späteren Einkauf - was viele ja auch heute beispielsweise mit Reiseführern machen. Die Bibliothek ist damit faktisch eine Art Sonderfall des Buchhandels - allerdings ohne Verkaufszintention und damit auch ohne die damit verbundenen Vorteile.

Und wie steht es mit dem *Kopieren*? Macht es überhaupt noch Sinn, Teile einer Multimediapublikation von mehreren zig Megabyte zu kopieren. Vermutlich nicht, denn die Multimediapublikation konstituiert sich vor allem aus ihrem Kontext heraus, vom Runtime-Modul einer entsprechenden Anwendungssoftware einmal ganz abgesehen. Kopieren macht hier also wesentlich weniger Sinn als bei den klassischen, textorientierten Publikationen.

Was machen die *Kunden* stattdessen? Nach dem Schnuppern in der Bibliothek *kaufen* sie die Produkte - vorausgesetzt diese sind gut und günstig kalkuliert. Als *logische Konsequenz* aus dieser Überlegung ergibt sich, daß Verlage Bibliotheken bei elektronischen Publikationen das gewähren sollten, was für sie bei Buchhändlern - unter anderen Rahmenbedingungen - selbstverständlich ist:

nämlich deutliche Rabatte. Allzu lange haben es die Verlage gerade bei elektronischen Publikationen geschafft, die Bibliotheken zu ihrem Schaufenster zu machen und diese dafür auch noch bezahlen zu lassen. Die Bibliotheken aber haben sich als Vertriebsstützpunkte instrumentalisieren lassen und die Verlage wurden in ihrer Promotion faktisch von der öffentlichen Hand unterstützt.

Damit komme ich zurück auf die Ausgangsfrage meines Beitrages:

*Zu wessen Lasten geht der Strukturwandel durch elektronische Publikationen?*

Folgt man dem Dargelegten, dann sind es bislang die Bibliotheken, die die Folgen zu tragen haben - und das bedeutet faktisch natürlich die Kunden der Bibliotheken. Ohne ein entsprechendes Entgegenkommen der Verlage *drohen* daher die *Bibliotheken* allmählich ihre bislang *zentrale Vermittlerfunktion zu verlieren*. Die Verlage aber müssen sich fragen lassen, ob sie das wollen, d.h. auch verantworten wollen. Innovative Buchhändler sind auf diesem Gebiet schon aktiv bzw. stehen schon in den Startlöchern und auch andere Akteure warten nur darauf, ihr Geschäftsfeld erweitern zu können.

Da man davon ausgehen muß, daß die Lage der Unterhaltsträger von Bibliotheken sich wohl kaum verbessern wird, demzufolge in Bibliotheken eher weniger investiert wird - selbst wenn das in einem rohstoffarmen Land widersinnig ist, sind Bibliotheken dazu verdammt, nur zu *reagieren*. Sie tun dies so, daß sie mit möglichst wenig Aufwand möglichst viel, d.h. auch möglichst viele Kunden erreichen. Das bedeutet, daß nicht so sehr die Vielfalt, als vielmehr jene Produkte präsentiert werden, die viele Nachfrager haben. Die Verlage aber müssen entscheiden, ob sie die Bibliotheken durch ihre Preispolitik noch mehr in diese Richtung treiben wollen. Dies gilt insbesondere für jene Verlage, die mit ihren Produkten nicht vorrangig den populären Konsumentenmarkt bedienen. Sie bleiben schon bald auf ihren elektronischen Publikationen sitzen, zumal diese wegen geringer Nachfrage auch nicht günstiger angeboten werden können. Wir kennen das in vergleichbarer Weise vom Zeitschriftenmarkt.

Dann aber ergeben sich Ausweichreaktionen, wie wir sie im Bereich des Publizierens in weltweiten Kommunikationsnetzen schon erkennen können. Die *notwendigen* Produkte werden dort mangels Angebote von den Anwendern selbst entwickelt - nicht von den Verlagen. Diese steigen meist erst ein, wenn das Produkt eine gewisse Nachfrage erfahren hat. Bei solch einer Entwicklung aber dürfte es gerade für nationalsprachige Verlage wesentlich schwieriger werden, ihre Position zu behaupten.

### **Fazit:**

Es liegt nach meiner Meinung im eigenen Interesse der Verlage, den Strukturwandel im Publikationsbereich für die Bibliotheken mitzufinanzieren und sie bei der Bereitstellung von elektronischen Publikationen zu unterstützen - und sei es nur, weil sie eine billigere Promotion eigentlich kaum bekommen können.