

Bericht von der Arbeitstagung der AG Wissenschaftlicher Sortiments- und Fachbuchhandlungen (AWS), Bremen, 2.-4. Mai 2011 (hier: 3. Mai 2012)

Die Arbeitstagung der AWS 2011 beschäftigte sich am zweiten Tag ausführlich mit den Geschäftsbeziehungen zwischen Bibliotheken, Verlagen und dem Handel. Zuerst stellte **Alexander Graff** (Schweitzer Fachinformation) in seinem ebenso informativen wie unterhaltsamen Vortrag *Lieferant, Softwareanbieter und Berater* die Rolle des *Buchhändlers als Partner von großen Unternehmen* vor. Große Unternehmen hätten im Zuge des digital turn und der Wirtschaftskrise häufig ihre Bibliotheken abgebaut und das Erwerbungs geschäft den zentralen Einkaufsabteilungen übergeben. Für diesen fachfremden Personenkreis müssen nun die Zwischenhändler häufig wichtige Aufgaben erfüllen, so zum Beispiel die Nutzungsanalyse in Bezug auf *key performance indicators*. Viele Einkäufer haben in der digitalen Welt den Überblick verloren, diesen herzustellen sei eine wichtige Hauptaufgabe für Zwischenhändler. Dazu zählt – noch vor der Durchführung des eigentlichen Kaufs – die Beratung und die Erläuterung von Lizenzmodellen. Auch werden sogenannte *current awareness* Analysen erwartet, d.h. der Zwischenhändler soll Zeitschriften identifizieren und bestellen, in denen die jeweilige Firma häufig erwähnt wird. Auch das Hosting von Kundendokumenten (Gebrauchsanweisungen, interne Handlungsanleitungen ...) in der vom Zwischenhändler angebotenen Plattform wird als Dienstleistung gefordert.

Ein Grundproblem sei, dass Einkäufern das Verständnis für die Buchpreisbindung fehlt, so dass erst vermittelt werden muss, dass bestimmte Spielräume, die es bei anderen Waren gibt, bei Büchern nicht existieren bzw. Rabatte aus dem Service genommen werden müssen. Es wäre deshalb wünschenswert, ein Verständnis dafür zu schaffen, dass die Preisfindung zum einen den Content, zum anderen den Service umfasst. Eine Kultur der Akzeptanz von Handling & Shipping Fees, wie sie in den USA üblich sei, wäre in Deutschland aus Sicht des Handels wünschenswert, während man in der Realität auf eine *cherry picking* Mentalität trifft, in der die Kunden gerade bei den Angeboten Direktabschlüsse anstreben, bei denen Handel gerne seine Rolle sehen würde.

Nachdem Graff mit den Unternehmen die erste große Corporate-Kundengruppe für den wissenschaftlichen Sortimentsbuchhandlung dargestellt hatte, widmete sich **Branka Felba** (Missing Link) in Ihrem Beitrag ... *nicht nur vom Buch allein. Was Library Supplier können und was wissenschaftliche Bibliotheken wollen* den wissenschaftlichen Bibliotheken als Kundensegment. Sie stellte heraus, dass dieses Kundensegment in sich heterogen sei und die Anforderungen an den Handel sich bei Universitäts-, Fachhochschul- und Forschungsbibliotheken spezifisch unterscheiden. Bei den Universitätsbibliotheken mit ihrer integrierten Erwerbung gehe es primär um Preis- und Kostenoptimierung, sowie um die Entlastung der Fachreferenten einerseits (Auswahl) und der Medienbearbeitung (Erwerbung und Einarbeitung) andererseits. Eine vertiefte Kenntnis der eingesetzten Bibliothekssysteme sei für den Zwischenhändler wichtig. Fachhochschulbibliotheken würden sich durch deutlich weniger Personal auszeichnen, hier sei vor allem die Bestelloptimierung so wie die schnelle Lieferung und die Beratung im Fokus. Die FHB seien vornehmlich an einer unkomplizierten, zügigen Problemlösung interessiert. Forschungsbibliotheken schließlich führen keine Studienliteratur. Sie seien manchmal One Person Libraries, z.T. geführt durch nicht-bibliothekarisches Personal. Es besteht aber in der Regel eine hohe wissenschaftliche Kompetenz und ausgeprägte Spezialisierung. Hier gehe es, neben Bestelloptimierung und schnelle Lieferung vor allem auch um das Angebot maßgeschneiderter Prozesse. Gemeinsam sei aber den drei Typen wissenschaftlicher Bibliotheken, dass sie nur über relativ unsichere, häufig erst spät im Jahr bestätigte und tendenziell schrumpfende Etats verfügten. Sie stünden unter dem Zwang einer genauen inhaltlichen Profilierung des eigenen Angebots: Die

Budgetsituation erfordere eine exakte Kalibrierung der Erwerbung am Bedarf der Nutzerinnen und Nutzer. Felba bringt die Erwerbungspolitik wissenschaftlicher Bibliotheken auf die Kurzformel „Klasse statt Masse“.

Im weiteren Vortrag schilderte Felba die Tätigkeiten der Supplier, die sich je nach erworbenem Medientyp unterscheiden. Bei der Erwerbung von ebooks sieht sie generell einen hohen Beratungs- und Vermittlungsbedarf gegenüber den Bibliothekaren angesichts der sehr heterogenen Geschäftsmodelle. Ein wichtiger Service sei die Bereitstellung von Nachweisen von elektronisch verfügbaren Titel und von deren Lizenzkonditionen, dazu gehöre auch Expertise im Verstehen von Vertrags- und Lizenztexten sowie ein guter Überblick über versteckte Kosten, wie sie z.B. durch eine Vielzahl separat zu schließender Lizenzverträge entstehen könnten. Das Metadatenhandling sei ein besonders wichtiges Problem. Bei großen Paketen werde dies durch die Zusammenarbeit von Verlagen und Verbänden gelöst, was für die Zwischenhändler durchaus vorteilhaft sei. Bei kleineren Titelmengen seien die Supplier jedoch aktiv und agierten als Mittler zwischen Verlagen, Bibliotheken und Verbänden. Ein Grund für diese Anforderung sei die nach wie vor bestehende Diskrepanz zwischen bibliothekarischen und verlegerischen Metadatenstandards.

Felba stellt einen aktuellen Wandel der eBookwelt in Richtung nutzergesteuerter Erwerbung (patron driven acquisition) fest – dieser Wandel bringe veränderte Anforderungen mit sich. Für Library Supplier seien hier die Vorauswahl möglicher Titel und den Abgleich dieser Titel mit dem Opac zu erfüllende Anforderungen.

In dem Block „*Digitale Welt – Ende oder Beginn einer neuen Partnerschaft zwischen Handel, Verlag und Bibliotheken?*“ gab es zwei grundsätzliche Referate aus Bibliotheks- (Dr. Hildegard Schäffler, BSB) bzw. Händlersicht (Anne Bein, Swets), bevor dann im Rahmen einer Podiumsdiskussion mit Zuschauerbeteiligung die Thematik diskutiert wurde.

In ihrem Vortrag *Der Buchhandel zwischen Baum und Borke? Bibliotheksansichten zur Rolle des Zwischenhandels im digitalen Zeitalter* machte **Hildegard Schäffler** (BSB) deutlich, dass die Frage nach der Möglichkeit bzw. Ausgestaltung von Kooperationen sich je nach erworbenem Medientyp unterscheidet. Dabei stellte sie drei verschiedene Szenarien dar:

Szenario 1: Zeitschriften-Erwerbung durch die Bibliothek / Einzelabos

In diesem Szenario sieht sie nach wie vor das Kerngeschäft der Agenturen, auch wenn dieses durch die Bedingungen des E-Zeitalters komplexer geworden ist. Allerdings stelle es für die Agenturen ein Problem dar, wenn die Bibliotheken – wie die Unternehmen (s.o.) - im Zuge des „cherry picking“ mit großen Verlagen den Erwerb von Paketen selbst verhandeln wollen und für die Agenturen nur die mühevolle Kleinarbeit bei den eher weniger umsatzträchtigen und komplizierten Einzelabos des long tails wenig genutzter Journals bleibt.

Szenario 2: Zeitschriftenkonsortien

Schäffler sieht die Rolle der Agenturen bei *Lizenzverhandlungen* als begrenzt an, konzidiert aber, dass es Ausnahmen geben könne, z.B. wenn Verlage ohne eigene Vertriebsstrukturen (z.B. ausländische Verlage) sich durch Agenturen vertreten lassen. Auch bei Angebote mit geringem Verhandlungsspielraum könnten Agenturen aktiv werden, da hier die Konsortien die Finger davon lassen würden. Bei der *Administration* seien die Chancen für eine Beteiligung des Handels höher, allerdings sei zu fragen, wer die Agenturdienstleistung bezahlen soll, wenn sie in einem Konsortium nicht von allen Teilnehmern benötigt wird. In der Sache problematisch sei auch, dass die Abos bei verschiedenen Händlern laufen. Erste Versuche haben unterschiedliche Ergebnisse gebracht, es steht nicht in jedem Fall fest, dass

das Ergebnis für die Bibliotheken bei Händlerbeteiligung besser sei. Ein zentrales Thema sei die Veränderung der zugrundeliegenden *Geschäftsmodelle* der Verlage. Eine Änderung der Modelle im Hinblick auf eine Entkopplung von den Abos wird von der Allianz Initiative unterstützt, da dies in der Logik der digitalen Welt liege. Dies sei aber nicht gegen die Agenturen gerichtet, gleichwohl habe der sich vollziehende Wandel der Geschäftsmodelle Konsequenzen für Dienstleistungsspektrum der Agenturen.

Szenario 3: eBooks

Bei der Auswahl auf Titelebene hat der Zwischenhandel nach wie vor eine bündelnde Funktion, die aber evtl. gar nicht durch alle Arten von Zwischenhändlern geleistet werden könne. Vielmehr vollziehe sich im Lager der Händler durchaus auch eine Binnendifferenzierung nach dem Motto „Wer kann ebooks?“. Bei der Erwerbung von Paketen gebe es fast alle möglichen Konstellationen. So gibt es konsortiale Rahmenverträge, die eine Bestellung der Bibliotheken bei einem Händler der Wahl beinhalten. Es gebe aber auch Verlage, die gar nicht, und andere, die nicht mit jedem Händler zusammen arbeiten wollen (z.T. da die Mehrwertdienstleistung letzterer nicht erkennbar ist). Schließlich gebe es auch eine aggressive Politik einzelner Händler, die auf Exklusivvertretungen abziele. Andererseits gebe es auch eine problematische Vertriebspolitik einzelner Händler, die konkurrierende Angebote an Konsortien und Händler herausgeben. Insgesamt konstatiert sie anhaltende Unklarheiten bei den Vertriebsstrukturen auf dem eBook-Markt.

Frau Schäffler kommt zu folgendem Fazit:

1. Die Bedienung des long tail stellt langfristig für den Zwischenhandel keine ausreichende Geschäftsgrundlage dar
2. Konsortiale Lizenzverhandlungen werden im Regelfall von den Bibliotheken selbst geführt
3. Finanzströme zwischen Verlag, Agenturen und Bibliotheken sind zum Teil neu zu definieren: Wer zahlt für welche Dienstleistung?
4. Die Weiterentwicklung der Geschäftsmodelle im digitalen Zeitalter wirkt sich auf das Geschäft der Händler aus
5. Optimierung der Vertriebsstruktur bei eBooks nötig
6. Wenn der Zwischenhandel geeignete Dienstleistungen in der digitalen Welt anbietet, dann sind diese willkommen.

In ihrem Beitrag *Gesunder Mischwald oder Monokultur: Möglichkeiten des Handels im digitalen Dschungel. Erfahrungen – Aktionsfelder – Perspektiven* verwies **Anne Bein** (Swets) zunächst auf die Situation in benachbarten Ländern, wie z.B. die Niederlande, in denen sich das Geschäftsumfeld in den letzten Jahren als problematisch für den Zwischenhandel erwiesen habe. Auch wenn die Struktur des wissenschaftlichen Fachbuchhandels in Deutschland relativ stärker sei als in diesen Ländern, so bestehe doch Anlass zur Besorgnis auf Grund sinkender Umsätze. Vor allem die Entwicklung des Print zum Beiprodukt, das in einigen Jahren geschätzt nur noch für 5% der Verlagsumsätze im Wissenschaftsbereich generieren dürfte, stelle ein Problem dar. In Deutschland sei durch die föderalen, verteilten Strukturen das Geschäft einigermaßen komplex, so gebe es 21 GASCO-Mitglieder, mit jeweils unterschiedlichen Strukturen und Anforderungen, auch in Bezug auf Konsortialmodelle. Frau Bein stellte folgende zwei Szenarien gegenüber:

Perspektive A: Horrorszenario – Direktgeschäft ohne Handel

In diesem „Horrorszenario“ laufen die entscheidenden, gewinnträchtigen (*big deals*) ohne Beteiligung des Zwischenhandels direkt zwischen den Bibliotheken / Konsortien mit den

Verlagen. Schon heute gingen die Konsortialabschlüsse weitgehend am Handel vorbei. Eine Verstärkung des zentralen Einkaufs – z.B. im Zuge der Allianzinitiative – würde diese Tendenz verstärken.

Perspektive B: Neue Aktionsfelder - Mehrwert des Handels

In diesem Positivszenario gelingt es dem Handel über neue Dienstleistungen einen Mehrwert zu kreieren, die ihn unverzichtbar machen. Diese Dienstleistungen sind zum einen beratend und informierend, zum anderen software-technischer Natur. Als Beispiel wurden *renewal tools* genannt, aber auch Dienstleistungen im Bereich *access & delivery* (also Zugangsfreischaltung und Reklamationsdienste etc.) sowie vor allem in der Informationsvermittlung über Konditionen. Die Kernkompetenz des Zwischenhandels bleibe weiter das Bündeln von Services, aber die Umstände, die Technik und die Methoden werden sich weiterhin ändern. Das Geschäft werde in Zukunft immer weniger abobasiert und immer stärker transaktionsbasiert sein. Das Gesamtsystem der Erwerbung müsse unter dem Aspekt der Vollkosten analysiert werden, anstatt nur die reinen Akquisekosten zu betrachten. Bei den strukturbildenden Maßnahmen der Gegenwart müsse darauf geachtet werden, dass nicht bereits in der Privatwirtschaft existierende Verwaltungsstrukturen, Serviceangebote und Systeme dupliziert würden.

Mit den Vorträgen aus Bibliothekssicht und Händlersicht war die Bühne bereitet für eine ausgiebige *Podiumsdiskussion* zu der Gesamthematik der Marktbeziehungen aller drei Parteien (Bibliothek, Verlag, Handel). Auf die Frage der Moderatorin, warum Verlage überhaupt Direktgeschäfte abschließen, antwortet Sven Fund (de Gruyter), dass der Umsatz der Verlage noch nie alleine durch den Handel generiert worden sei. Viele Verlage haben eigene Direktvertriebsstrukturen und gerade auch international zeigt sich, dass damit die Umsätze steigen – was auch den Umsätzen der Händler zugutekomme. Es würden also mehr Umsätze generiert, und nicht die Umsätze des Handels auf den Verlag umgeschichtet. Die Diskussion konzentrierte sich in der Folge sehr stark auf die Frage nach zentralen Strukturen auf Seiten der Bibliotheken bzw. der öffentlichen Hand. Kritisiert wurde, dass der Handel in der Perspektive von Allianzinitiative, DFG und der Kommission Zukunft der Informationsinfrastruktur (KII) gar nicht vorkomme, obwohl es letztlich um den Umsatz von vielen Millionen Euro gehe. Der Handel könne durchaus damit leben, dass der Kunde entscheidet (also z.B. in einer Konsortialkonstruktion sich die Bibliotheken für einen Direktabschluss entscheiden), es dürfe aber nicht sein, dass der Handel per se ausgeschlossen werde, weil der Verlag sich das Direktgeschäft vorbehält. Der Handel werde vom Kleingeschäft alleine nicht leben können. Zugespißt wurde formuliert, dass einzelne Konsortien explizit gegen eine Einbindung des Handels agieren würden.

Hildegard Schäffler (BSB) und Jochen Johannsen (Hochschulbibliothekszentrum Nordrhein-Westfalen) stellten demgegenüber klar, dass es weder seitens der Allianz noch seitens der regionalen Konsortien eine Politik gegen den Handel gibt. Sowohl die AG Lizenzen der Allianzinitiative als auch die DBV-Kommission für Erwerbung und Bestandsaufbau hätten deutlich gemacht, dass der Handel dort, wo er sinnvolle Angebote hat, seinen Platz auch in konsortialen Strukturen haben kann. Voraussetzung sei nicht nur, dass Bibliotheken dies wünschen, sondern auch, dass die Verlage dazu bereit sind; dies sei nicht immer der Fall. Beide verwiesen auch darauf, dass sich die aktuellen Infrastrukturstudien (DFG, Wissenschaftsrat, KII) auf einer Ebene bewegen, auf der Aussagen über Vertriebswege ohnehin nicht angebracht sind. Der *digital turn* bringe aber zweifellos Entwicklungen mit sich, die von dem Handel als eine Herausforderung begriffen werden müssen, sich neue Geschäftsfelder zu erschließen.

Fazit:

Insgesamt handelte es sich in diesem Tag um eine interessante Veranstaltung, die deutlich gemacht hat, dass auf Seiten des Handels durchaus eine gewisse Verunsicherung besteht. Auf dem hart umkämpften Feld „Kunde Bibliothek“ sieht der Handel seine Gewinnmargen bedroht, zumal die Kunden Serviceleistungen erwarten, die nach Aussagen des Handels nicht immer nicht immer profitabel erbracht werden können. Selbstkritisch wurde angemerkt, dass man sich zu lange im Althergebrachten eingerichtet habe, während der *digital turn* schnell die Geschäftsgrundlage verändere. Für die schwierige Situation (mit) verantwortlich gemacht werden die zentralen Erwerbungsstrukturen im öffentlichen Bereich und die Verlage, die bereit sind, mit diesen Direktgeschäfte einzugehen. Insofern erklärte sich eine fast schon obsessive Fixierung der Diskussion auf die großen Paketkäufe und auf die Konsortial- bzw. Zentralstrukturen. Fast gar nicht diskutiert wurde, dass die *big deals* im ebook-Bereich tendenziell zu Gunsten von pda-Modellen in den Hintergrund treten könnten, was wiederum eine Veränderung der Geschäftsgrundlage bedeuten könnte – und zwar eher zu Gunsten des Handels. Nur am Rande wurde thematisiert, dass es im Lager der Händler Konkurrenzsituationen und Konzentrationsprozesse gibt. Während einige große Player in der Lage sind, Tools zu entwickeln, die auch technisch auf die Marktsituation des *digital turn* reagieren können, wird das Leben für viele kleinere Händler vermutlich schwieriger. Insgesamt brachte die Veranstaltung viele interessante Einsichten in die Problemlagen mit sich, denen sich Sortiment- und Fachbuchhandlungen gegenüber sehen, sowie die Einsicht, dass es stets lohnt, miteinander zu sprechen.

Das Tagungsprogramm und die einzelnen Vorträge sind auf der Veranstaltungswebseite dokumentiert: http://www.aws-online.info/tagung11_programm.html (letzter Abruf 23.03.2012).

Dr. Jochen Johannsen