

Zwischen Effizienzdruck und Innovationspotenzial

David Best

Bericht zum Status quo des Fachinformationsmarkts in Deutschland nach der Analyse, wie sie auf der Fachkonferenz „THE MARKETS - Global Publishing Summit“ am 13. Oktober 2015 in Frankfurt vorgetragen wurde. Drei Thesen daraus: Die Marktmacht der Großen nimmt zu, der Markt der Fachinformationsdienstleister wird sich weiter konsolidieren, und innovative Ansätze zeigen den Weg.

Zunächst ein Blick auf die Faktenlage. Sie zeigt ein klares Bild der Relevanz der Fachverlage auf: Fast die Hälfte des im Jahre 2014 generierten Gesamtumsatzes der hundert umsatzstärksten Verlage in Deutschland entfallen laut buchreport auf den Bereich Wissenschafts- und Fachinformation. Das entspricht etwa 2,7 Mrd. Euro. Der Verein „Deutsche Fachpresse“ beziffert den Gesamtumsatz seiner rund 350 Mitgliedsverlage im Jahr 2014 gar auf 3,25 Mrd. Euro. Publierte Zeitschriften machen nach Angaben des Vereins mit 1,85 Mrd. Euro den mit Abstand größten Umsatzanteil aus. Elektronische Medien liegen mit 0,6 Mrd. Euro in etwa gleichauf mit Fachbüchern und Loseblattwerken. Die Wachstumsraten der letzten Jahre zeigen auf, dass sich die Rangfolge just ändert: In den Jahren 2012 bis 2014 wurde bei den elektronischen Medien jährlich – wenn auch mit leicht sinkender Tendenz – ein Umsatzwachstum von bis zu 10% generiert.

Die Anzahl herausgegebener Zeitschriften veranschaulicht die globale Bedeutung der Sparte. Alleine Springer Science + Business Media (ohne die Nature Publishing Group) gibt über 2.900 Fachzeitschriften heraus. In Deutschland ist Springer der größte Fachverlag nach Umsatz (472 Mio. € in 2014) – durch den Zusammenschluss mit Holtzbrinck zu Springer Nature wird die Marktmacht weiter wachsen.

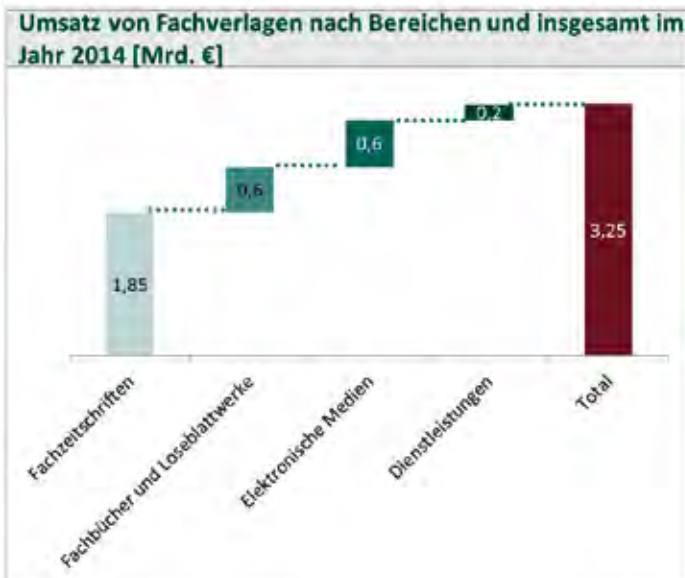
Auch der Markt der Fachinformationsdienstleister wird sich konsolidieren. So konnte der Marktführer, Schweitzer Fachinformationen, seine Marktstellung aufgrund der Swets-Insolvenz ausbauen. Nach der Übernahme von mehr als einem Drittel des Deutschlandgeschäfts von Swets prognostiziert der buchreport für Schweitzer Fachinformationen über 200 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2015.

Bei den Intermediären im Fachinformationssektor können zwei Gruppen unterschieden werden. Zum einen solche mit hoher Relevanz des Filialgeschäfts wie z.B. Schweitzer Fachinformationen, Lehmanns und die Sack Mediengruppe. Zum

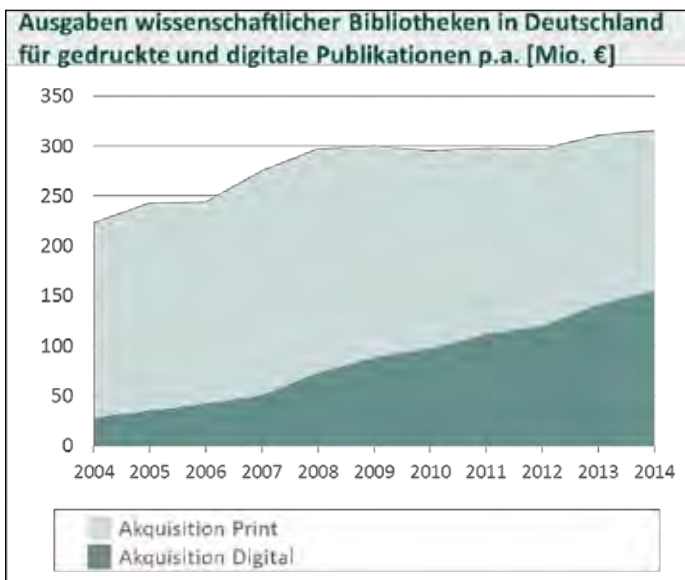
anderen Anbieter, die ihren Schwerpunkt auf direktem Vertrieb und Service haben wie z.B. BFD, LSL, im Internationaler Medien Service. Da viele wichtige Intermediäre im Eigentum von Fachverlagen sind, weist der Markt horizontal und vertikal Konzentrationstendenzen auf. So ist Lehmanns eine 100%ige Tochter des Deutschen Ärzteverlags, die Sack Mediengruppe gehört zur Verlagsgruppe Otto Schmidt, LSL zu Haufe und last but not least können die Schweitzer Fachinformationen der Beck'schen Firmengruppe zugeordnet werden.

Welche Geschäftschancen bestehen international? Im Jahr 2014 war China das führende Land für Lizenzvergaben in den Warengruppen Geisteswissenschaften, Kunst und Musik, Sozialwissenschaften, Recht und Wirtschaft sowie Naturwissenschaften, Medizin, Informatik und Technik. Dies gilt vor allem im Bereich STM (Science, Technology, Medicine) mit 281 der 389 Lizenzvergaben nach China im Jahr 2014. In den Geisteswissenschaften, Kunst und Musik, Recht und Wirtschaft sowie Sozialwissenschaften spielen zudem Lizenzvergaben ins europäische Ausland eine große Rolle – fast die Hälfte aller Lizenzvergaben können hier „europäischen“ Sprachen (ausgenommen Englisch) zugeordnet werden.

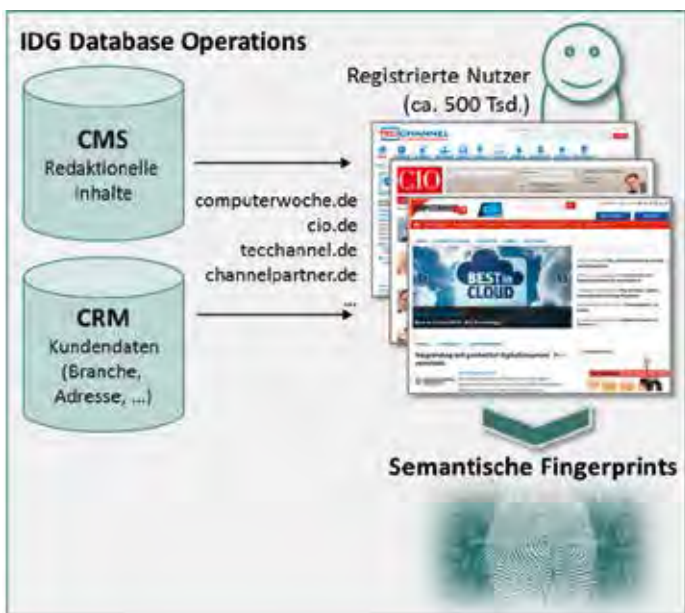
David Best ist Berater bei der Unternehmensberatung für Medien und Kommunikation Kirchner + Robrecht management consultants. Er hat an der Universität Mainz Medienmanagement mit den Wahlfächern Filmwissenschaft und Buchwissenschaft studiert und dort seinen Abschluss als Dipl. Medienwirt erworben. Nach Praktika bei Print- und Funkmedien arbeitete er zwei Jahre für die Verlags-, Musik- und Buchhandelsfirma Zweitausendeins, bevor er vor viereinhalb Jahren zu Kirchner + Robrecht management consultants kam.



Quelle: Verein Deutsche Fachpresse: Fachpresse Statistik 2014



Quelle: Deutsche Bibliotheksstatistik (DBS)



Quelle: VDZ-Newsletter Best Selling 3/2014

Deutschland gilt gemeinhin als Markt für Übersetzungen, an erster Stelle für belletristische Titel. Dennoch sind Übersetzungen auch im Bereich Fach- und Wissenschaftsinformationen wichtig – Titel aus dem Bereich STM liegen hierbei ebenfalls an erster Stelle; so können laut „Buch- und Buchhandel in Zahlen 2015“ rund 800 übersetzten Novitäten im Jahre 2014 der Warengruppe Technik, Medizin und angewandte Wissenschaften und 109 Titel der Warengruppe Naturwissenschaften zugeordnet werden (Doppelzählungen möglich).

Ein stetiges Wachstum weisen die digitalen Akquisitionen der wissenschaftlichen Bibliotheken auf; sie machten im Jahr 2014 etwa die Hälfte aller Akquisitionen aus. Die steigende Relevanz des digitalen Vertriebs ist somit unbestreitbar. Weitere Chancen bietet das digitale Geschäft hinsichtlich internationaler Kooperationen. Zahlreiche Fallbeispiele machen dies deutlich. So kooperiert WoltersKluwer mit den Universitäten Trinity College Dublin, Oxford University und der Universität Leipzig im Rahmen des Big-Data-Forschungsprojekts „ALIGNED“. Dieses mit 4 Mio. Euro geförderte Forschungsprojekt hat das Ziel, neue Wege zu finden, IT Systeme zu erstellen und zu betreiben, die große Datenmengen aus dem Web nutzen. WoltersKluwer ist mit seiner juristischen Informationsplattform Jurion hierfür ein wichtiger Testfall. Auch deutsche Startups machen mit internationalen Kooperationen von sich reden. Nur eines von vielen Beispielen ist das Berliner Startup „Labfolder“. Labfolder hat ein digitales Laborbuch zur Sammlung, Verwaltung und gemeinsamen Bearbeitung von Laboraten entwickelt. Seit letztem Jahr kooperiert Labfolder mit dem als Scientific-Social-Network ausgelegten Literaturverwaltungsnetzwerk Mendeley, so dass z.B. die generierten Forschungsergebnisse mit Literatursuchen verknüpft werden können. Auch bieten sich regelmäßig internationale Kooperationsmöglichkeiten im Vertrieb. Ein Beispiel hierfür ist die im Frühjahr bekanntgegebene Vertriebskooperation von De Gruyter und der Columbia University Press bei elektronischen Publikationen. De Gruyter bietet hierbei ausgewählte Novitäten und eine Backlist von 1.000 E-Books auf de Gruyter online an. Im Rahmen eines Digitalisierungsprojekts sollen zudem 3.000 bisher vergriffene Titel als E-Books und Hardcover verfügbar gemacht werden. Ein weiteres Beispiel ist die kürzlich verkündete Ausweitung der Kooperation von Schweizer Fachinformationen und dem Informationsdienstleister ProQuest. Schweizer Fachinformationen plant, Fachhochschulen zukünftig auch die Datenbanken und Softwarelösungen des US-amerikanischen Unternehmens anzubieten.

Die Digitalisierung ist somit einer der wichtigen Treiber der Marktentwicklungen und Trends, die den Bereich Fach- und Wissenschaftsinformationen in Deutschland derzeit prägen. Ein zentraler Trend: Lösungen, die dem Kunden über den Content hinaus eine effiziente Prozessabwicklung und Mehrwerte auch in den Bereichen Fort- und Weiterbildung bieten. Ein Beispiel hierfür ist

der Georg Thieme Verlag mit „CNE.online“ (CNE=Certified Nursing Education), einer digitalen Weiterbildungsplattform im Bereich Gesundheits- und Krankenpflege. Zielgruppen sind sowohl Krankenhäuser als auch Einzelpersonen im Pflegebereich. Die Lösung umfasst zahlreiche Module zur Information und Weiterbildung in diesem Bereich. So beinhaltet beispielsweise das E-Learning-Modul fachspezifische Weiterbildungen und allgemeine Pflichtunterweisungen, z.B. zu Notfällen, Brandschutz oder Arbeitsschutz. Zusätzlich stehen eine Bibliothek und eine Mediathek zur Verfügung und Nutzer können Experten befragen. Letztes Jahr wurde das Portal umfassend überarbeitet; neben einem Redesign wurden weitere Funktionsmodule eingeführt. Jetzt kann das Klinik-Management über individuelle Trainingsziele und verpflichtende Lernpläne die Aus- und Weiterbildung steuern und kontrollieren. Ein „ideales Beispiel einer Workflow-Lösung für Fachinformationen“ – auch nach Ansicht der Deutschen Fachpresse, die CNE.online als beste Workflow-Lösung 2015 auszeichnete.

Ein weiterer Trend: Für Fachverlage ist „Big-Data“ kein Buzzword, sondern ein Geschäftstreiber. Hierbei gibt es verschiedene Anwendungsfelder, zum Beispiel datengetriebene Produkte – wie das bereits angeführte digitale Instrument zur quellenübergreifenden Verwaltung von Rechtsinformationen, Jurion, von WoltersKluwer zeigt. Zudem können Big-Data-Technologien bei der Ermittlung des „Impacts“ von Artikeln eingesetzt werden. Hier kann z.B. das britische Startup Altmetric genannt werden, das mit Einsatz von Big-Data-Technologie eine Metrik auf Basis von Diskussionen und Links im Web errechnet. Gemeinsam mit Springer Science + Business Media brachte Altmetrics zudem im Jahr 2015 die Plattform Bookmetrix auf den Markt. Sie kalkuliert in Echtzeit Metriken zur Nutzung von Büchern und Buchkapiteln auf Springer-Link. Hierbei fließen Größen wie Lesehäufigkeit, Downloads, Rezensionen, Zitate im Internet u.a. ein. Fachverlage sollten mit Hilfe von Big Data zudem Wege suchen, ihren spezifischen Content und ihre über verschiedene „Touchpoints“ generierbaren Zielgruppendaten zu verknüpfen. Einer der Vorläufer in diesem Feld ist IDG. IDG hat Contents und Kundendaten so verknüpft, dass sogenannte „semantische Fingerprints“ erstellt werden können. Mit diesen werden für die auf den IT- und Technik-Webportalen des Verlags registrierten Nutzer relevante Themenfelder ermittelt. Je Nutzer wird eine Punktzahl auf Basis des Surfverhaltens und weiterer zuordenbarer Daten ermittelt. Wenn eine bestimmte Mindestpunktzahl überschritten ist, können automatisiert E-Mail-Kampagnen ausgelöst werden, sowohl für eigene Produkte als auch für Werbepartner. Anrufe durch die Kundencenter erfolgen nur dann, wenn auch die E-Mails geöffnet werden. Insgesamt ein hocheffizienter Weg zur Vermarktung eigener Inhalte und Zielgruppenkontakte.

Ein weiterer Schlüsseltrend sind effiziente Lizenz- und Sourcingmodelle. Im Business-Bereich werden bei Ausschreibungen zur Versorgung mit Fachinformationen vermehrt Einkaufs- und IT-Abteilungen einbezogen, um elektronische Sourcing-Lösungen auswählen, einführen und betreiben zu können. Die Ausschreibungen werden entsprechend kom-

plexer und schwieriger. Gleichzeitig ist der Preisdruck hoch, denn das Sourcing von Fachinformationen stellt für Unternehmen keinen Kernprozess dar und wird mitunter als „C-Teile“-Einkauf verbucht. Anders ist das bei Bibliotheken. Für sie stellt die Beschaffung von Titeln einen Kernprozess dar. Die Vielfalt an Lizenzmodellen für Bibliotheken ist groß, um nicht zu sagen unüberschaubar – von klassischen Subskriptionsmodellen über Patron-Driven-Acquisition („kundengesteuerte Erwerbung“, d.h. der Erwerb von Titeln geht von der Nutzung bzw. Nachfrage durch den Nutzer aus) und Flatrates sind viele Modelle denkbar. Bibliotheken fordern einfache und effiziente Erwerbungsmodelle. Die in 2014 abgeschlossene Vereinbarung zwischen Springer Science + Business Media und einem Konsortium baden-württembergischer Universitäten und Hochschulen ermöglicht z.B. 51 Universitäten und Hochschulen bis 2017 den Zugriff zu allen elektronischen Journals im Rahmen einer Flatrate. Ein für die westliche Bibliothekswelt neuartiger Weg, der ein Schritt in Richtung langfristigerer Lizenzmodelle sein kann.

Auch bei den Intermediären wird die Effizienz im Sourcing immer wichtiger. Ein Beispiel hierfür ist das Schweizer Mediacenter, das im September gelauncht wurde. Der größte Fachinformationsfilialist bietet nun eine Lösung an, die ein zentrales Login, eine gebündelte Lizenzverwaltung und umfassende Such- und Sourcing-Möglichkeiten bieten soll und auch mobil nutzbar ist. Die Lösung wurde unter Einbeziehung der Zielgruppe entwickelt und getestet – ein guter Weg, um neue Lösungen weg von Feature-Listen und nah an den Kundenbedürfnissen zu entwickeln.

Somit machen im deutschen Markt zahlreiche Praxisfälle deutlich, wie man den Marktherausforderungen begegnen und die sich ergebenden Chancen nutzen kann. ■

Quellen:

- buchreport.magazin, April 2015
- buchreport, März 2015
- STM: The STM Report, 2015
- Verein Deutsche Fachpresse: Fachpresse Statistik 2014
- Verein Deutsche Fachpresse: Fachpresse Statistik 2013
- Verein Deutsche Fachpresse: Fachpresse Statistik 2012
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.: Buch und Buchhandel in Zahlen 2015
- Deutsche Bibliotheksstatistik (DBS)
- VDZ-Newsletter Best Selling 3/2014
- buchreport.de
- boersenblatt.net
- deutsche-fachpresse.de
- gruenderszene.de
- siliconrepublic.com