

## Aufsätze

# Open-Access-Monografien in deutschsprachigen Universitätsverlagen

Claudia Schober, Universitätsbibliothek Würzburg

### Zusammenfassung:

Universitätsverlage fördern die Publikation wissenschaftlicher Monografien, insbesondere Open-Access-Monografien. Dieses Publikationsformat stellt Verlage unter anderem bei der Frage der Ausgestaltung von Open Access und Themen wie Finanzierung, Kund/inn/en und Qualitätssicherung vor Herausforderungen. Die vorliegende Arbeit untersucht mittels einer qualitativen Befragung, welche Lösungsansätze Universitätsverlage im deutschsprachigen Raum bei diesen Themen verfolgen. Es zeigt sich, dass die Lösungsansätze verschieden sind.

### Summary:

University presses support monograph publishing, especially as open access monographs. Challenges of this new publishing model arise in different areas, for example with respect to the design of open access, and topics like business models, customers and quality management. By means of a qualitative survey, this study examines the approaches taken by university presses in German-speaking countries to solve these problems. As can be shown, the approaches are various.

**Zitierfähiger Link (DOI):** <https://doi.org/10.5282/o-bib/2018H2S163-180>

**Autorenidentifikation:** Schober, Claudia: GND 1158505345

**Schlagwörter:** Open Access; Monografie; Universitätsverlag

## 1. Wissenschaftliches Publizieren<sup>1</sup>

Eine wichtige Ausdrucksform wissenschaftlicher Kommunikation ist die Publikation. In der Literatur werden als wesentliche Funktionen Registrierung, Zertifizierung, Verbreitung und Archivierung genannt.<sup>2</sup> Neben den Wissenschaftler/inne/n sind Verlage als Vertriebspartner und Organisatoren der Qualitätssicherung sowie Bibliotheken als Distributoren und Archiv wichtige Akteure dieses Prozesses.<sup>3</sup> In Zeiten, in denen Bibliotheken und Verlage von einer Zeitschriften- und teilweise auch einer Monografienkrise sprechen, ausgelöst durch hohe Preissteigerungsraten und stagnierende Bibliotheksetats, stellt sich die Frage, in welcher Form eine Publikation ihre Funktionen noch erfüllen kann. Denn zu den Konsequenzen dieser Krise des Publikationswesens zählt u.a., dass eine Art

1 Der Beitrag basiert auf Daten und Auswertungen, die im Rahmen einer Masterarbeit im weiterbildenden Masterstudiengang Bibliotheks- und Informationswissenschaft der HU Berlin erhoben bzw. erstellt wurden.

2 Niels Taubert, „Formale wissenschaftliche Kommunikation,“ in *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*, hrsg. Heinz Bonfadelli et al. (Wiesbaden: Springer, 2017), 125–39, [https://doi.org/10.1007/978-3-658-12898-2\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-658-12898-2_7).

3 Alice Keller, „Publikationskompetenz als neues Tätigkeitsfeld von Bibliotheken,“ *Bibliotheksdienst* 50, Nr. 7 (2016): 661–671, <https://doi.org/10.1515/bd-2016-0080>.

„Versorgungslücke“ entsteht, so dass Bibliotheken Wissenschaftler/inne/n Literatur nicht mehr im erforderlichen Rahmen zur Verfügung stellen können. Dadurch kann die Situation gerade im Hinblick auf die Verbreitung kritisch werden. Als ein möglicher Lösungsansatz für diese Problematik wird Open Access gehandelt. Ziel ist es dabei wissenschaftliche Informationen frei zur Verfügung zu stellen. Vor diesem Hintergrund werden Universitäten und ihre Bibliotheken selbst aktiv und unterstützen, angehalten beispielsweise durch eine Empfehlung des Wissenschaftsrats, Publikationsaktivitäten z. B. durch die Gründung von Universitätsverlagen.<sup>4</sup>

## 2. Ziele, Formen und Entwicklung von Universitätsverlagen

Als Ziel oder Auftrag eines Universitätsverlags wird die Verbreitung von wissenschaftlichen Erkenntnissen gesehen, so beispielsweise bei P. Givler.<sup>5</sup> Sie richten sich dabei gerade an die Autor/inn/en von Publikationen, die es nur schwer in die Programme kommerzieller Verlage schaffen, so beschreibt es S. Thatcher.<sup>6</sup> Dieses Kriterium findet sich auch in der Richtlinie des Universitätsverlags Göttingen.<sup>7</sup> Die Gründung von KIT Scientific Publishing, einem der größeren Universitätsverlage im deutschsprachigen Raum, war durch das Ziel, alternative Publikationsformen anzubieten, motiviert, so R. Tobias.<sup>8</sup> Diese Perspektive auf die Universitätsverlage – als Förderinstrument für alternative Publikationsmodelle – teilen auch der Wissenschaftsrat<sup>9</sup> und die Deutsche Forschungsgemeinschaft<sup>10</sup>, die zur Gründung von Universitätsverlagen aufrufen bzw. diese fördern.

Universitätsverlage werden aber nicht ausschließlich, wie es die Definition nahe legt, von einer Universität als Eigentümerin betrieben.<sup>11</sup> Es gibt Universitätsverlage, die den Zusatz „Universitäts-“ lediglich aus historischen Gründen oder wegen indirekter Verbindungen zur Universität führen. Beispiele dafür sind Universitätsverlag Winter<sup>12</sup>, Universitätsverlag Röhrig<sup>13</sup> oder der Leipziger Universitätsverlag<sup>14</sup>.

---

4 Wissenschaftsrat, *Empfehlungen zur digitalen Informationsversorgung durch Hochschulbibliotheken* (Greifswald, 2001), zuletzt geprüft am 21.01.2018, <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/4935-01.pdf>.

5 Peter Givler, „University Press Publishing in the United States,“ in *Scholarly Publishing: Books, Journals, Publishers and Libraries in the Twentieth Century*, hrsg. Richard E. Abel und Lyman W. Newman (Wiley, 2002), zuletzt geprüft am 26.04.2018, <http://www.aaupnet.org/about-aaup/about-university-presses/history-of-university-presses>.

6 Sanford G. Thatcher, „From the University Presses: What University Presses Think about Open Access,“ *Against the Grain* 22, Nr. 3 (2010): 56–58, <https://doi.org/10.7771/2380-176X.5570>.

7 Georg-August-Universität Göttingen, *Richtlinie für den Universitätsverlag Göttingen* (09.01.2015), zuletzt geprüft am 21.01.2018, <https://www.univerlag.uni-goettingen.de/dokumente/texts/Nutzungsordnung-2015-01-09.pdf>.

8 Regine Tobias, „Universitätsverlage sind ein wunderbares neues Geschäftsfeld für Bibliotheken,“ *BIT online* 18, Nr. 2 (2015): 170–176, zuletzt geprüft am 21.01.2018, <http://b-i-t-online.de/heft/2015-02-interview-tobias.pdf>.

9 Wissenschaftsrat, *Empfehlungen*.

10 „Aufforderung zur Antragstellung. „Wissenschaftliche Monographien und monographische Serien im Open Access“, Deutsche Forschungsgemeinschaft, zuletzt geprüft am 21.01.2018, [http://www.dfg.de/download/pdf/foerderung/programme/lis/ausschreibung\\_oa\\_monographien.pdf](http://www.dfg.de/download/pdf/foerderung/programme/lis/ausschreibung_oa_monographien.pdf).

11 Günther Pflug, „Universitätsverlag,“ in *Lexikon des gesamten Buchwesens: Band VII*, hrsg. Severin Corsten et al., 2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Aufl. (Stuttgart: Hiersemann, 2007), 596.

12 „Über uns,“ Universitätsverlag Winter GmbH Heidelberg, zuletzt geprüft am 21.01.2018, [https://www.winter-verlag.de/de/ueber\\_uns/](https://www.winter-verlag.de/de/ueber_uns/).

13 „Verlagsportrait,“ Röhrig Universitätsverlag GmbH, zuletzt geprüft am 21.01.2018, <http://www.roehrig-verlag.de/content/Verlag.html?XTCsid=f38f636954714d968e54d0807a790949>.

14 „Verlagsportrait,“ Röhrig Universitätsverlag GmbH, zuletzt geprüft am 27.06.2018, <https://www.roehrig-verlag.de/ueber-uns>.

Eine engere Verbindung zur Universität stellen Kooperationen mit kommerziellen Verlagen dar. Beispiel dafür ist der Regensburger Universitätsverlag, bei dem die Universität Regensburg nur einen kleinen Anteil hält. Solche Kooperationen treten zunehmend in Form von Imprint-Modellen auf. Dabei fungiert die Universität als Namensgeber, während der Verlag als Imprintnehmer agiert, der sich Vorteile aus dem Namen der Universität als Label erhofft.<sup>15</sup> Diese Kooperationsform findet sich beispielsweise im Angebot von V&R unipress, bei der ein Großteil der Verlagsarbeit von V&R unipress übernommen wird und die Universität im Rahmen eines wissenschaftlichen Beirats mitwirkt.<sup>16</sup> Es existieren aber auch Modelle, die der Universität mehr Einfluss ermöglichen, wie beispielsweise die unterschiedlichen Angebote für Universitätsverlage von readbox unipress.<sup>17</sup> Eine Variante ist dabei die Organisation einer Schriftenreihe in Kooperation mit readbox unipress, wobei das Institut oder die Hochschule den eigenen ISBN-Nummernkreis nutzt und der Dienstleister neben dem Druck auch den Vertrieb inklusive der Meldung an das Verzeichnis Lieferbarer Bücher und weitere Buchhandelsverzeichnisse übernimmt.

Einige neugegründete Universitätsverlage nutzen solche Imprint-Modelle, z.B. Mainz University Press oder Vienna University Press in Kooperation mit V&R unipress.<sup>18</sup> Daneben gibt es im deutschsprachigen Raum natürlich Universitätsverlage, die im Sinne der Definition von G. Pflug von der Universität als Eigentümerin betrieben werden.<sup>19</sup> Eine Besonderheit des deutschsprachigen Raums ist, dass die Tradition der Universitätsverlage nicht sehr weit zurückreicht. Als ältester Verlag, der von der Universität selbst betrieben wird, gilt der Verlag der Technischen Universität Berlin, gegründet 1969.<sup>20</sup> Viele Universitätsverlage wurden erst nach dem Jahr 2000 gegründet.<sup>21</sup> Dieser Gründungszeitraum der Universitätsverlage im deutschsprachigen Raum ist deutlich kürzer im Vergleich zur langen Tradition der Universitätsverlage beispielsweise im angloamerikanischen Raum, wo die Wurzeln einzelner Verlage bis ins 15. Jahrhundert zurückreichen.<sup>22</sup> Dort kam es vor allem in den 1950er Jahren, in denen der Bildungsbereich allgemein stark gefördert wurde, zu einer Hochphase der Verlagsaktivitäten an Universitäten.<sup>23</sup> Charakteristisch für diese Verlage ist die Anbindung an die Universität, die in unterschiedlichem Umfang erfolgen kann, beispielsweise durch ein Reporting gegenüber der Universitätsleitung oder der Bibliothek. Universitätsverlage des deutschsprachigen Raums, die über diese Form der Einbindung verfügen, haben sich z.B. in der Arbeitsgemeinschaft Universitätsverlage

15 Eduard Schönstedt und Thomas Breyer-Mayländer, *Der Buchverlag: Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing* (Stuttgart: Metzler, 2010), 68–69.

16 Sabine Häußermann, „Aspekte der Gründung eines Universitätsverlages am Beispiel Heidelberg,“ *Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft* 255 (Berlin: Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2009), 44, <http://nbn-resolving.de/urn/resolver.pl?urn:nbn:de:kobv:11-10099919>.

17 „Leistungen,“ readbox unipress, zuletzt geprüft am 21.01.2018, <https://readboxunipress.wordpress.com/leistungen/>.

18 „Verlage der Universitäten Bonn, Mainz, Osnabrück und Wien,“ V&R unipress, zuletzt geprüft am 30.04.2017, <http://www.v-r.de/de/universitaetsverlage/c-377>.

19 Pflug, „Universitätsverlag“.

20 Margo Bargheer und Jutta Pabst, „Being Small is Not a Fault: Making Sense of the Newer Generation of German-Language University Presses,“ *Learned Publishing* 29 (2016): 335–341, <https://doi.org/10.1002/leap.1053>.

21 Ebd.

22 Axel Halle, „Universitätsverlage. Eine vergleichende Perspektive,“ *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie* 51, Nr. 5/6 (2004): 277–283, zuletzt geprüft am 26.04.2018, [http://zfbib.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal\\_derivate\\_00001709/j04-h5-6-auf-2.pdf](http://zfbib.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal_derivate_00001709/j04-h5-6-auf-2.pdf).

23 Alison Mudditt, „The Past, Present, and Future of American University Presses: A View from the Left Coast,“ *Learned Publishing* 29 (2016): 330–334, <https://doi.org/10.1002/leap.1047>.

organisiert.<sup>24</sup> Die Einbindung bzw. Anbindung an die Universität bedeutet, so M. Bargheer und J. Pabst, dass die Universität oder Bibliothek einen starken Einfluss auf die Entwicklung des Verlages nehmen kann, so auf Budget, Personal, Verlagsprogramm und Zielgruppen.<sup>25</sup> Dabei ist Open Access als ein Publikationsmodell natürlich auch ein Thema; die Arbeitsgemeinschaft der Universitätsverlage legt sogar Open-Access-Affinität als Mitgliedschaftskriterium an.<sup>26</sup>

Wieso besteht aber überhaupt eine Notwendigkeit, Open-Access-Publikationen durch Universitätsverlage zu fördern?

### 3. Monografien und Open Access

Ein einheitliches Verständnis von Open Access findet man nicht überall. Nicht ohne Grund wird im Mission Statement der Berlin 11 Conference on Open Access die Etablierung eines Standards gefordert.<sup>27</sup> Basis dafür und auch für die Definition von Open Access an anderen Stellen ist die Berliner Erklärung.<sup>28</sup> In ihrem Sinn bedeutet Open Access, dass einige wesentliche Unterschiede zu herkömmlichen Veröffentlichungswegen bestehen:

- Freier Zugang zur Publikation für den Leser, damit zwingend eine elektronische Veröffentlichung
- Einräumung von Rechten zur Nachnutzung, wie beispielsweise Verbreitung, Bearbeitung, öffentliche Wiedergabe u. v. m. sofern die Urheberschaft korrekt angegeben wird
- Speicherung der Publikation in einem Online-Archiv zur Langzeitarchivierung

Sofern diese Kriterien unmittelbar erfüllt werden, spricht man von Gold Open Access. Dieses Modell der Veröffentlichung ist im STM-Bereich, in dem die Artikelpublikation das wesentliche Kommunikationsmedium ist, bereits gängig. Für den Bereich der Monografien verhält sich dies etwas anders.<sup>29</sup> Die Monografie, eine umfassende ausführliche Darstellung zu einem Thema, oft sehr spezialisiert,<sup>30</sup> gilt im Bereich der Geistes- und Sozialwissenschaften als eines der wichtigen Kommunikationsmedien. Für diese Form ist die Umsetzung von Open Access aus unterschiedlichen Gründen schwierig. V. Schallehn und R. Schimmer nennen unter anderem die Langlebigkeit der Monografie, z.B. im Hinblick auf die Relevanz der präsentierten Forschungsergebnisse, den im Vergleich zu Zeitschriften langsameren Übergang zu digitalen Publikationsformen und den Lesekomfort der gedruckten

24 „Kriterien für Mitgliedschaft,“ Arbeitsgemeinschaft der Universitätsverlage, zuletzt geprüft am 21.01.2018, [https://blog.bibliothek.kit.edu/ag\\_univerlage/?page\\_id=912](https://blog.bibliothek.kit.edu/ag_univerlage/?page_id=912).

25 So zeigt es die Aufzählung, die sich bei Bargheer und Pabst, „Being small is not a fault“ findet.

26 Vgl. Anm. 24.

27 „Mission Statement at the Berlin 11 Open Access Conference of the Max Planck Society (20 Nov 2013),“ zuletzt geprüft am 21.01.2018, [https://openaccess.mpg.de/mission-statement\\_en](https://openaccess.mpg.de/mission-statement_en).

28 „Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities,“ zuletzt geprüft am 21.01.2018, <https://openaccess.mpg.de/Berliner-Erklarung>.

29 Volker Schallehn und Ralf Schimmer, „Open Access,“ in *Praxishandbuch Bibliotheksmanagement*, hrsg. Rolf Griebel et al., Reference (Berlin: de Gruyter Saur, 2016), 311–338, <https://doi.org/10.1515/9783110303261.311>; Frances Pinter, „Open Access for Scholarly Books?,“ *Publishing Research Quarterly* 28, Nr. 3 (2012): 183–191, <http://doi.org/10.1007/s12109-012-9285-0>; Eelco Ferwerda, „Open access monograph business models,“ *Insights: the UKSG journal* 27, s1 (2014): 35–38, <http://doi.org/10.1629/2048-7754.46>.

30 Pinter, „Open Access for Scholarly Books?“.

Ausgabe als Gründe.<sup>31</sup> Eine Studie von K. Rosenbaum zeigt, dass die Umsetzung von Open Access für Monografien von Fachgebiet zu Fachgebiet sehr unterschiedlich sein kann.<sup>32</sup> So spielt Open Access für juristische Publikationen kaum eine Rolle, es wird vorwiegend gedruckt oder in kostenpflichtigen elektronischen Formaten publiziert. Als Ursachen dafür werden bei K. Rosenbaum u.a. die beherrschende Stellung eines Verlags, der große Marktanteil der juristischen Praxis und teilweise bestehende Vergütungsmöglichkeiten z.B. für Kommentare genannt. In der Kunstgeschichte stellt oft die Frage der Bildrechte ein Hindernis dar, da diese zunächst für den entsprechenden Publikationszweck und die jeweilige Publikationsform eingeholt bzw. erworben werden müssen. Dabei werden in der Kunstgeschichte die Vorteile digitaler Publikationen oder paralleler digitaler Publikationen durchaus gesehen. In anderen Fachgebieten, beispielsweise der Wissenschaftsgeschichte, ist Open Access vor allem auch eine Frage der Finanzierung.

Diese Frage nach der Finanzierung ist nicht nur für die Autor/inn/en relevant, sondern auch für die Verlage. Wissenschaftliche Publikationen müssen in vielen Fällen wegen des begrenzten Zielpublikums durch Druckkostenzuschüsse, Subskriptionen oder Ähnliches finanziert werden,<sup>33</sup> so dass der Verlag zumindest keinen Verlust macht.<sup>34</sup> Durch den Wegfall von Käufer/inne/n als Bestandteil der Finanzierung verlagert sich diese in vielen Fällen hin zu einem Author-pays-Modell, wie es beispielsweise auch im Zeitschriftenbereich angewendet wird. Die Kosten für die Publikation von Monografien, die ggf. zusätzlich in gedruckter Form erscheinen, sind jedoch deutlich höher als beispielsweise die Kosten einzelner Artikel, die Open Access zur Verfügung gestellt werden.<sup>35</sup> Daher werden Alternativen zum Author-pays-Modell gesucht, z. B. in Projekten wie Knowledge Unlatched, das Crowdfunding nutzt.<sup>36</sup> Daneben gibt es noch weitere Formen zur Finanzierung u.a. durch die eigene Institution, Förderorganisationen oder Mitgliedschaftsmodelle für Bibliotheken.<sup>37</sup> Die Verlagerung der Ausrichtung der Verlage vom bisherigen Fokus auf die Produktion hin zu einem Service

31 Schallehn und Schimmer, „Open Access“.

32 Konstanze Rosenbaum, „Von Fach zu Fach verschieden. Diversität im wissenschaftlichen Publikationssystem,“ in *Wissenschaftliches Publizieren: Zwischen Digitalisierung, Leistungsmessung, Ökonomisierung und medialer Beobachtung*, hrsg. Peter Weingart und Niels Taubert (Berlin: de Gruyter, 2016), 41–74, <https://doi.org/10.1515/9783110448115-002>.

33 Niels Taubert, „Open Access und digitale Publikation aus der Perspektive von Wissenschaftsverlagen,“ in Weingart; Taubert, *Wissenschaftliches Publizieren*, 75–102, <https://doi.org/10.1515/9783110448115-003>.

34 Wulf D. von Lucius, *Verlagswirtschaft: ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen*, 3., neubearbeitete und erweiterte Aufl. (Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft, 2014), 146–147

35 Article Processing Charges bewegen sich meist in einem Bereich von 1.400 bis 1.600 EUR. Das Projekt OpenAPC, das Angaben zu APC an wissenschaftlichen Institutionen bündelt, verzeichnet in Deutschland einen durchschnittlichen Betrag von 1.417 EUR für Artikel (ohne hybrid) im Jahr 2015 (Bielefeld University). Dabei ist jedoch die Fördergrenze der DFG im Rahmen der Förderlinie „Open Access Publizieren“ zu bedenken, vgl. Johannes Fournier und Roland Weihberg, „Das Förderprogramm »Open Access Publizieren« der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Zum Aufbau von Publikationsfonds an wissenschaftlichen Hochschulen in Deutschland,“ *Zeitschrift für Bibliotheks- und Bibliographie* 60, Nr. 5 (2013): 236–243, <https://doi.org/10.3196/186429501360528>. Martin P. Eve, „Open Access publishing and scholarly communications in non-scientific disciplines,“ *Online Information Review* 39, Nr. 5 (2015): 717–732, <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2015-0103> gibt für die Publikation von Open-Access-Monografien Beträge von 11.000 GBP bei Palgrave und 15.000 EUR bei Springer an.

36 „Knowledge Unlatched macht weitere 343 Titel Open Access verfügbar,“ Knowledge Unlatched, Pressemitteilung, 23.02.2017, zuletzt geprüft am 21.01.2018, [http://content.schweitzer-online.de/static/content/uploads/StoreFront/file/000/110/000110714//Pressemitteilung\\_KU.pdf](http://content.schweitzer-online.de/static/content/uploads/StoreFront/file/000/110/000110714//Pressemitteilung_KU.pdf).

37 Eelco Ferwerda, Frances Pinter und Niels Stern, *A Landscape Study On Open Access And Monographs: Policies, Funding And Publishing In Eight European Countries* (2017), 36–37, <https://doi.org/10.5281/zenodo.815932>.

für Autor/inn/en hat Konsequenzen für das Handeln der Verlage.<sup>38</sup> Denn für die Verlagstätigkeit als Service für Autor/inn/en stellen sich natürlich Fragen nach den verschiedenen Dienstleistungen wie Textsatz oder Korrektorat, ebenso wie die für Autor/inn/en wichtige Frage, wie der Verlag die Sichtbarkeit der Publikationen unterstützt.

Autor/inn/en stellen für jeden Verlag als Inhaltslieferanten eine wichtige Zielgruppe dar. In der Regel erfolgt die Autorenakquisition bei Eigenverlagen, wie es Universitätsverlage sind, eher passiv.<sup>39</sup> Bereits C. Woll empfiehlt hier 2010 ein aktiveres Vorgehen.<sup>40</sup>

Gerade bei wissenschaftlichen Publikationen spielt die Qualitätssicherung eine entscheidende Rolle. Dabei geht es nicht nur um die objektiv sichtbare Qualität, sondern vornehmlich um die wissenschaftliche oder inhaltliche Qualität einer Arbeit. Hier ist der Verlag eher als Organisator einer Form von Qualitätssicherung gefragt,<sup>41</sup> beispielsweise durch das Anlegen von Mindestanforderungen bei Prüfungsarbeiten oder durch die Unterstützung bei der Organisation eines Peer-Review-Prozesses oder des Herausbergremiums. Das Peer Review ist ein weiterer Punkt, der den Publikationsprozess von Monografien und Zeitschriften unterscheidet. Die Begutachtung einer Monografie ist langwierig und aufwändig, in vielen buchaffinen Disziplinen kommt die Problematik der Akzeptanz und Etablierung des Peer Review hinzu, da es nicht in allen Fachgebieten gleichermaßen stark verankert ist.<sup>42</sup>

## 4. Methode

Die oben geschilderte Problematik, die bei der Publikation von Monografien im Allgemeinen und bei Open-Access-Monografien im Speziellen auftritt, betrifft alle wissenschaftlichen Verlage. Sieht man Universitätsverlage nun als eine Antwort auf die Frage, wie Open Access im Monografienbereich gefördert werden kann, so kann man diesen Gedanken weiter führen zur Frage: Wie gehen Universitätsverlage mit diesen Themen um? Diese Frage lässt sich untergliedern: Wer sind die Autor/inn/en und Kund/inn/en? Welche Dienstleistungen werden geboten? Wie können die Zielgruppen erreicht werden? Wie ist die Qualitätssicherung organisiert? Wie gestaltet sich die Finanzierung? Wie geht der Verlag mit dem Thema Open Access um?

Diese und weitere Fragen wurden im Rahmen einer Online-Befragung im März 2017 an institutionelle Eigenverlage im deutschsprachigen Raum versandt.<sup>43</sup> Die Befragung wurde qualitativ gestaltet, um möglichst viele Varianten erfassen zu können. Dies bedeutet für die Ergebnisse, dass alle Angaben

38 Sven Fund, „Will Open Access Change the Game?“, *BIBLIOTHEK Forschung und Praxis* 39, Nr. 2 (2015): 206–209, <https://doi.org/10.1515/bfp-2015-0025>.

39 Verena Huber, „Zur Typologisierung der aktuellen deutschen Verlagslandschaft.“ *Alles Buch : Studien der Erlanger Buchwissenschaft* 46 (Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, 2012), 37, <http://nbn-resolving.de/urn/resolver.pl?urn:nbn:de:bvb:29-opus4-58742>.

40 Christian Woll, *Bibliotheken als Dienstleister im Publikationsprozess: Herausforderungen und Chancen alternativer Formen des wissenschaftlichen Publizierens* (Saarbrücken: VDM Verlag Müller, 2006), 76.

41 Sven Fund, „De Gruyter Open Library – Das Open Access-Modell eines Universalwissenschaftsverlags für Bücher und Zeitschriften.“ *BIBLIOTHEK Forschung und Praxis* 35, Nr. 2 (2011): 157–160, <https://doi.org/10.1515/bfup.2011.021>.

42 Vgl. Rosenbaum, „Von Fach zu Fach verschieden“

43 Der Fragebogen ist im Anhang abgedruckt.

zu Häufigkeiten mit Vorsicht interpretiert werden müssen. Es wurden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben, daher besteht immer die Möglichkeit, dass eine Angabe vielleicht von einem Verlag vergessen oder nicht genannt wurde, da sie z.B. als selbstverständlich oder unwichtig bewertet wurde. Daher sind die Ergebnisse dieser Studie vor allem als Einblick zu verstehen.

Im Mittelpunkt stand dabei die Produktion von Open-Access-Monografien. Um die dabei vorhandene Breite dennoch sinnvoll eingrenzen zu können, wurde der Kreis der angefragten Verlage anhand von drei Kriterien definiert: Zunächst richtete sich die Befragung nur an Verlage des deutschsprachigen Raums, da für sie auch die Problematik eines durch die Publikationssprache unter Umständen zusätzlich eingeschränkten Kundenkreises hinzukommt.<sup>44</sup> Als weiteres Kriterium wird eine gewisse Professionalisierung des Verlags vorausgesetzt, so dass dieser als solcher nach außen sichtbar ist, und beispielsweise über eine eigene Homepage verfügt. Dabei wurde ein weites Verständnis des Begriffs Universitätsverlag zugrunde gelegt, also der Universitätsverlag im Sinne eines Eigenverlags einer wissenschaftlichen Institution. Als letztes Kriterium wird schließlich die Möglichkeit zur Publikation von Open-Access-Monografien angelegt. Insgesamt konnten so 36 Verlage ermittelt werden,<sup>45</sup> von denen sich 24 an der Befragung beteiligten.

Die Fragebögen wurden anonymisiert und mit einer qualitativen inhaltlich-strukturierenden Inhaltsanalyse nach U. Kuckartz ausgewertet,<sup>46</sup> wobei die Kategorien, die den Textstellen zugeordnet wurden, teilweise deduktiv aus den gestellten Fragen, teilweise induktiv aus dem vorliegenden Material generiert wurden. Die übergeordneten Kategorien wie Autorenakquisition, Open Access oder Organisationsform ergaben sich aus dem Fragebogen. Die einzelnen Subkategorien wurden aus den Antworten der Befragten abgeleitet. Beispielsweise für „Teil der Bibliothek“ als Subkategorie zu „Organisationsform“; diese Subkategorie wurde für Antworten wie „Abteilung der Bibliothek“, „Teil der Universitätsbibliothek“, „zur Verfügung gestellt durch die Universitätsbibliothek“ vergeben und somit wurde es möglich die Antworten zu einem gewissen Grad zu bündeln.

## 5. Ergebnisse

Ausgehend von der gewählten Befragungsmethode können die hier präsentierten Ergebnisse nur als Spiegel dessen, was die Verlage selbst für wichtig erachten, verstanden werden. Die Verlage, die an der Befragung teilgenommen haben, sind in ihrer Zusammensetzung sowohl hinsichtlich des Zeitraums des Bestehens (von über 50 bis 1 Jahr) als auch hinsichtlich der publizierten Bücher (von 1 bis über 200, mit einem Anteil von 0 bis 100 % an Open-Access-Monografien) sehr unterschiedlich.

44 Vgl. Bargheer und Pabst, „Being small is not a fault“

45 Die Zahl von 36 Universitätsverlagen ergab sich aus den Mitgliedern der AG Universitätsverlage (Stand Februar 2017 24, vgl. [https://blog.bibliothek.kit.edu/ag\\_univerlage/?page\\_id=535](https://blog.bibliothek.kit.edu/ag_univerlage/?page_id=535)) sowie durch Auswertungen des Publisher's International ISBN Directory und einigen persönlich bekannten Verlagen, darunter: Axia Academic Publishers, Edition Donau Universität Krems, Edition Open Access, interact Verlag, Mannheim University Press, Verlag des Römisch-Germanischen Zentralmuseums, Schriftenreihe Schiffsbau, TUM.University Press, Universitätsverlag Graz, Universitätsverlag Hildesheim, Verlag der Fachhochschule Potsdam und der Westdeutsche Universitätsverlag.

46 Udo Kuckartz, *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*, 3., überarbeitete Auflage, Grundlagen-Methoden (Beltz, 2016).

## 5.1. Autor/inn/en und Autorenakquise

Die Autor/inn/en der befragten Universitätsverlage sind zumeist Wissenschaftler/innen der eigenen Institution, in der Regel beginnend mit Promovierenden, die ihre Dissertation publizieren können. Einzelne Verlage publizieren auch Arbeiten von Masterstudierenden. Dazu kommt die Gruppe „Externer“, die vor allem innerhalb von Schriftenreihen oder Tagungs- oder Sammelbänden die Möglichkeit zur Publikation haben oder durch Kooperationen mit anderen wissenschaftlichen Institutionen vor Ort.

Autor/inn/en gelangen auf unterschiedlichen Wegen zu den Universitätsverlagen. Einzelne Verlage gehen aktiv auf Autor/inn/en zu. Einige bewerben den Verlag im Rahmen von Veranstaltungen, über Social-Media-Kanäle, E-Mails oder setzen auf Herausgeber/innen zur Einwerbung von Autor/inn/en. Die Homepage ist ebenfalls ein häufig genutzter Weg, um Autor/inn/en zu gewinnen. Die Werbung über Mund-zu-Mund-Propaganda wird von vielen Verlagen als Instrument zur Gewinnung von Autor/inn/en bewertet. Auffallend ist, dass die Verlage auf verschiedene Wege zur Gewinnung von Autor/inn/en setzen, nur in wenigen Fällen verlässt sich der Verlag auf einen Weg.

## 5.2. Dienstleistungen

Die Verlagstätigkeit besteht aus unterschiedlichen Dienstleistungen, die die Verlage für ihre Autor/inn/en erbringen. Zum Kern der Dienstleistungen, die fast alle Verlage nennen, zählen der Bereich Layout und Coverdesign, in den neben dem Textsatz auch das Bereitstellen von Formatvorlagen fällt; daneben auch Druck – in den meisten Fällen wird parallel zur elektronischen Ausgabe eine gedruckte Ausgabe produziert –, in vielen Fällen ist darunter die Kommunikation mit einem Druckdienstleister oder das Einholen von Angeboten zu verstehen, und Vertrieb. In die Kategorie Vertrieb fallen eine Vielzahl einzelner Services, die der Sichtbarkeit der Publikationen dienen, und damit auch in vielen Fällen der Gewinnung von Kund/inn/en. Beispielhaft zu nennen sind hier die Vergabe von DOIs, Eintrag in das Verzeichnis Lieferbarer Bücher, ISBN- und ISSN-Vergabe, Verzeichnung bei Barsortimentern und im Online-Buchhandel, Verteilung im Rahmen des Pflichtexemplarrechts und auch des Schriften-tauschs, Vertrieb über den Online-Shop des Verlags. Um Kund/inn/en oder Leser/innen zu gewinnen, spielen neben der Verzeichnung im Buchhandel und in Bibliothekskatalogen auch die Indexierung in Suchmaschinen wie BASE oder Google Scholar eine Rolle, in einem Fall wird hierfür sogar Suchma-schinenoptimierung betrieben. Auch die auf Open-Access-Monografien spezialisierten Plattformen wie DOAB, OAPEN Library und Open Edition werden von einigen Verlagen genutzt.<sup>47</sup> Fachlich spe-zialisierte Datenbanken, bei denen sich der Verlag u.U. aktiv um die Aufnahme seiner Publikationen bemüht, werden nur von wenigen Verlagen genannt. Daneben nutzen die Universitätsverlage auch Werbemittel wie Verlagskataloge bzw. -programme, Newsletter, Produktflyer oder Werbepostkarten. Eine physische Bewerbung, so ein gedrucktes Exemplar erstellt wird, wird vereinzelt unter anderem in Form von Vitrinen, auf Messen und Tagungen durchgeführt. Social Media spielt als Werbemittel in diesem Bereich nur eine Nebenrolle. Auch die Cover werden zu Werbezwecken genutzt.

Im Kontext der Verbreitung über den Schriftentausch ist es unter anderem ein Ziel, die Vorgaben der VG Wort, die eine Ausschüttung einer Autorentantieme für die Autoren ermöglichen, zu erfüllen;

47 <https://www.doabooks.org/>; <http://www.oapen.org/>; <https://www.openedition.org/>.



daher wird die VG Wort als weiterer Service genannt.<sup>48</sup> Nur ein Verlag bietet ein Autorenhonorar ab dem achten verkauften (Druck-)Exemplar an. Vereinzelt nennen die Verlage die Übernahme redaktioneller Aufgaben, die Erstellung von (Nutzungs-)Statistiken und das Einwerben von Drittmitteln. Weitere für die Verlage wichtige Dienstleistungen sind die Autorenbetreuung, also vom Kostenvoranschlag über Fördermöglichkeiten bis zu Fragen der Rechte rund um die Publikation; das Lektorat, dessen Spektrum sehr unterschiedlich gefasst ist – es kann sowohl die Vermittlung von Korrekturen oder Lektoraten oder ein formales Lektorat bedeuten, aber genauso ein Fachlektorat; in Verbindung damit steht die Qualitätssicherung, die explizit als Serviceleistung genannt wurde.

### 5.3. Qualitätssicherung

Wie funktioniert Qualitätssicherung in den Universitätsverlagen? Für die Beurteilung der Qualität des Produktes Monografie sind sowohl formale als auch inhaltliche Kriterien relevant.

Um die formale Qualität der Bücher, vor allem im Rahmen typografischer Richtlinien, der Druckqualität und der Qualität der Datei, sicherzustellen, werden die meisten Verlage selbst aktiv.

Um inhaltliche Qualität zu überprüfen, lassen sich acht verschiedene Konzepte identifizieren. In einzelnen Fällen kommt eine automatisierte Plagiatsprüfung mittels Software zum Einsatz. Erfahrung mit dem Erscheinungsbild wissenschaftlicher Manuskripte kann ein weiteres Indiz für die inhaltliche Qualität sein. Einige Verlage lassen die Frage der inhaltlichen Qualität vollständig in der Verantwortung der Autor/inn/en. Häufiger vertraut man jedoch auf die Beurteilung des Manuskripts durch einzelne andere Wissenschaftler/innen, beispielsweise im Rahmen von Prüfungsverfahren,<sup>49</sup> oder durch persönliche Bestätigung. Herausgeber/innen nehmen ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Qualitätssicherung ein, insbesondere bei Verlagen, deren Publikationen ausschließlich in Schriftenreihen erscheinen. Einige Verlage arbeiten mit einem Wissenschaftlichen Beirat bzw. einem Editorial Board, das die inhaltliche Prüfung der eingereichten Manuskripte übernimmt. Die Zusammensetzung ist dabei unterschiedlich, wobei in der Regel Vertreter/innen unterschiedlicher Fachdisziplinen im Beirat tätig werden. Eine Prüfung im Rahmen eines Peer-Review-Verfahrens wird nur bei einigen Verlagen angewandt, unter Umständen nur für Publikationen, die durch keinen anderen Prüfungsmechanismus abgedeckt wurden. Nur wenige Verlage verlassen sich allein auf ein Prüfungsverfahren, sondern bringen, teilweise abhängig vom Publikationstyp, unterschiedliche Verfahren zum Einsatz.

### 5.4. Open Access

Eine zentrale Frage ist, wie die befragten Universitätsverlage das Thema Open Access genau handhaben. Der Anteil der Open-Access-Publikationen in den Verlagsprogrammen variiert deutlich. Ein Teil der Verlage verpflichtet sich ausschließlich Gold Open Access zu publizieren, ein anderer Teil bietet Gold Open Access als eine Publikationsoption neben anderen an. Einige Verlage nutzen den grünen Weg, um Publikationen nach einer Embargofrist von 3 - 12 Monaten zugänglich zu machen. An dieser Stelle weisen einige Verlage ausdrücklich auf die unterschiedlichen fachlichen Gepflogenheiten hin,

---

48 Dieser Punkt ist vor allem für parallele Druckausgaben relevant. Im Bereich Wissenschaft fordert die VG Wort hier, dass eine angemessene Verbreitung in Bibliotheken erfolgt ist (<http://www.vgwort.de/verguetungen/auszahlungen/wissenschaftliche-publikationen.html>).

49 Ein häufig genanntes Beispiel ist das Erfordernis einer Mindestnote für die Veröffentlichung von Dissertationen.

die in einigen Fällen diese verschiedenen Verfahren bedingen. Neben der Unterscheidung zwischen grünem und goldenem Weg stellt sich die Frage, welche Lizenzen genutzt werden, um den Kriterien, die an Open Access angelegt werden, gerecht zu werden. Dabei finden sich unter den genannten Lizenzen alle Varianten der Creative-Commons-Lizenzen. Einige wenige Verlage legen sich dabei auf die Verwendung einer Lizenz wie CC BY, CC BY-SA oder CC BY-NC-ND fest. An Stelle dieser international bekannten Lizenzen besteht bei manchen Verlagen die Möglichkeit hauseigene Lizenzen zu vergeben, die sich am deutschen Urheberrecht orientieren.

### 5.5. Finanzierung

Die vorangegangenen Ausführungen zeigen ein sehr breites Dienstleistungsspektrum. Wie werden diese Services finanziert? Eingangs ist festzustellen, dass der Großteil der befragten Verlage an eine Institution nicht nur angebunden ist, wie es der Befragung zugrunde gelegt wurde, sondern keine eigenständige Rechtsform besitzt. Nur wenige Verlage sind als GmbH organisiert, ebenso wenige als Betrieb gewerblicher Art.

Bei der Finanzierung der Open-Access-Publikationen zeigt sich, dass zumeist eine Mischung unterschiedlicher Komponenten zum Einsatz kommt. Neben die Finanzierung durch Autor/inn/en treten dabei potentielle Verkaufserlöse der zusätzlich angebotenen Printexemplare oder eine Unterstützung durch die übergeordnete Institution vor allem im Hinblick auf Personalkosten und Infrastruktur; diese Kosten können vollständig oder teilweise übernommen werden. Drittmittel, Sponsoring und auch Verkaufserlöse aus Merchandise-Artikeln sind weitere Möglichkeiten zur Finanzierung.

### 5.6. Perspektiven

Die Verlage befinden sich in sehr unterschiedlichen Entwicklungsstadien, manche stehen noch ganz am Anfang, einige bestehen schon seit mehreren Jahren. Daher ist im Zusammenhang mit der Frage, wie die Verlage Open-Access-Monografien publizieren, interessant, welche Perspektiven sie dabei erwarten. Im Ergebnis lassen diese sich in vier Themenkomplexe gliedern: Dienstleistungen und Formate, Qualität und Reputation, Sichtbarkeit und Open Access, Wachstum und Entwicklung.

Was erwarten die Verlage dabei? Zum einen wurden Themen wie die Ausweitung des bestehenden Dienstleistungsangebots, der Ausbau der Online-Publikationen und die Einführung neuer Publikationsformate, wie EPUB, dynamische Publikationen oder auch die Möglichkeit medienneutraler Publikationsworkflows, genannt.

Daneben ist es für einzelne Verlage wichtig, ihr Renommee weiter auszubauen.

Publikationen sichtbar zu machen, ist ein wesentliches Anliegen des Open-Access-Publizierens. Daher sind die Universitätsverlage bemüht, die Sichtbarkeit ihrer Publikationen zu erhöhen. Maßnahmen hierzu sind beispielsweise die Registrierung bei einschlägigen Plattformen wie dem DOAB oder OAPEN. Ganz grundsätzlich sehen einige Befragte in diesem Bereich aber ebenso Ausbaubedarf im Hinblick auf ihre Open-Access-Publikationen.

Einen generellen Wachstumsbedarf lassen einige Verlage im Rahmen der Befragung erkennen, um das Fortbestehen des Verlages sichern zu können, aber auch um der bereits bestehenden Nachfrage besser gerecht werden zu können.

## 6. Diskussion

Die Universitätsverlage des deutschsprachigen Raums zeigen sich im Rahmen dieser Befragung sehr heterogen. Dies betrifft nicht nur den Zeitraum des Bestehens und die Anzahl der Publikationen. Insbesondere geht es im Hinblick auf Gold-Open-Access-Monografien um Fragen der Umsetzung von Open Access, des Wachstums oder auch der Weiterentwicklung. Diese Untersuchung kann aufgrund ihrer qualitativen Anlage nur einen Einblick und keinen absoluten Überblick bieten. Dennoch lassen sich aus den Ergebnissen einige Rückschlüsse gewinnen, wie sich die Situation der Universitätsverlage in ausgewählten Bereichen gestaltet.

### 6.1. Umgang mit Open Access

Unter den Begriff „Open Access“ wird oft Unterschiedliches verstanden, gerade im Hinblick auf die übertragenen und vorbehaltenen Rechte. Daher muss man sich bei der Themenstellung auch fragen, wie mit Gold Open Access für Monografien umgegangen wird. Betrachtet man konkret die Gruppe der Verlage, die tatsächlich ein Modell für Gold-Open-Access-Monografien anbieten, fallen zwei Aspekte auf: Was ist eigentlich unter Open Access zu verstehen und wie können überhaupt Autor/inn/en für Open Access gewonnen werden? Als Antwort auf den ersten Teil kann man feststellen: Die Auffassung scheint unterschiedlich zu sein. Als Open-Access-konform im Sinne der Berliner Erklärung würde man erwarten, dass die Verlage für Open-Access-Publikationen in der Regel eine Lizenz wie CC BY oder CC BY-SA vergeben, die dieses Kriterium erfüllen.<sup>50</sup> Es finden sich jedoch zahlreiche weitere Varianten in Form von CC-Lizenzen bzw. hauseigenen Lizenzen, die in der Regel kaum den Kriterien der Berliner Erklärung entsprechen. Diese Bandbreite an verschiedenen Lizenzen spiegelt sich auch in der Auswertung des DOAB bei E. Ferwerda, F. Pinter et al. wieder und beschränkt sich nicht nur auf den deutschsprachigen Raum.<sup>51</sup>

Gleichzeitig sind die Verlage an einigen Stellen mit der Problematik der Umsetzung von Open Access bei den Autor/inn/en konfrontiert. Dies zeigt sich speziell für Verlage, die sich in einem Umstellungsprozess zu Open Access befinden und nicht bereits als reine Open-Access-Verlage gegründet wurden. Vor allem wird dies am Anteil der Open-Access-Publikationen an den Gesamtpublikationen eines Verlages deutlich, der zwischen 0 und 100 % schwankt. Dabei kann der grüne Weg ebenfalls eine Lösung darstellen, um Autor/inn/en und Herausgeber/innen an das Konzept von Open Access heranzuführen.

---

50 „Lizenzen,“ Informationsplattform Open Access, zuletzt geprüft am 21.01.2018, <http://open-access.net/informationen-zu-open-access/rechtsfragen/lizenzen/>.

51 Ferwerda, Pinter und Stern, 39.

## 6.2. Autoren & Wachstum

Die Autor/inn/en als Inhaltslieferanten sind für die Universitätsverlage essentiell. Diese für eine Publikation im eigenen Verlag zu gewinnen, kann von Verlag zu Verlag unterschiedlich herausfordernd sein, ebenso sind die Wege hierzu verschieden. Viele Verlage setzen bei ihrer Vorgehensweise darauf, dass Autor/inn/en auf den Verlag aufmerksam werden und dem Verlag ihr Manuskript anbieten. Dieses eher passive Verhalten könnte für Verlage, die darauf abzielen ihre Publikationszahlen zu erhöhen, eher hinderlich sein. Andererseits weisen einige Verlage darauf hin, dass aufgrund knapper personeller Ressourcen eine Steigerung der Publikationszahlen kaum möglich ist. Hier zeigt sich, was ein weiterer Einflussfaktor für das Wachstum der Verlage sein kann. Mit Blick auf die unterschiedlichen Alter und Größen der Universitätsverlage wird aber deutlich, dass das Wachstumsziel nicht absolut für die Zweckerfüllung der Verlage ist. So bestehen einige Verlage über viele Jahre hinweg mit relativ kleinen Publikationszahlen.

## 6.3. Das Dienstleistungsangebot

Universitätsverlage bieten ein breites Spektrum an Verlagsdienstleistungen an, zu dieser Feststellung kam bereits A. Halle 2006.<sup>52</sup> Dieses erweitert sich noch. Relevante Themen sind neben Lektorat, Druck und Vertrieb u.a. die Betreuung und Beratung von Autoren. Dies zeigt nicht nur das Ergebnis der Befragung, sondern z. B. auch ein Beitrag von R. Tobias zu KIT Scientific Publishing.<sup>53</sup> Darüber hinaus besteht ein Bedarf zur Weiterentwicklung der Services. Dies gilt speziell im Hinblick auf innovative Publikationsformate, die über die Veröffentlichung eines PDFs hinausgehen. Dies spiegelt zu einem gewissen Grad auch die sich verändernden Publikationsgewohnheiten.

## 6.4. Begutachtungsverfahren wissenschaftlicher Monografien

Zentral für wissenschaftliche Publikationen ist ihre wissenschaftliche Qualität. Die Absicherung der wissenschaftlichen Qualität der Publikationen erfolgt, wie es auch A. Halle beschreibt,<sup>54</sup> nach wie vor häufig durch Wissenschaftler/innen der eigenen Institution, beispielsweise bei der Begutachtung von Qualifikationsarbeiten. Den vielfach angestrebten Standard, ein Peer-Review-Verfahren durchzuführen, wie es in den Aufnahmekriterien des DOAB gefordert wird,<sup>55</sup> erfüllen nur wenige Verlage. Dass dieses Ziel für Monografien unter Umständen schwierig zu erreichen ist, da die fachlichen Gepflogenheiten unterschiedlich sind, räumt OAPEN ein.<sup>56</sup> Die Studie von K. Rosenbaum zeigt dasselbe,<sup>57</sup> gleichzeitig auch, dass der Aufwand für die Durchführung eines Peer-Review-Verfahrens sehr hoch ist und dabei auch zu zeitlichen Verzögerungen führen kann.

52 Axel Halle, „Universitätsverlage. Stand und Entwicklungsperspektiven,“ *Bibliotheksdienst* 40, Nr. 7 (2006): 809–817, <https://doi.org/10.1515/bd.2006.40.7.809>.

53 Vgl. Tobias, „Universitätsverlage sind ein wunderbares neues Geschäftsfeld für Bibliotheken“.

54 Axel Halle, „Wissenschaftliche Publikationskultur und Hochschulverlage,“ *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie* 50, Nr. 5 (2003): 243–250, zuletzt geprüft am 26.04.2018, [http://zfbh.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal\\_derivate\\_00001626/j03-h5-auf-1.pdf](http://zfbh.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal_derivate_00001626/j03-h5-auf-1.pdf).

55 „Information for Publishers,“ Directory of Open Access Books, zuletzt geprüft am 21.01.2018, <http://www.doabooks.org/doab?func=about&uiLanguage=en>

56 „Description of the Peer Review process per partner,“ OAPEN, zuletzt geprüft am 21.01.2018, <http://oapen.org/content/peer-review-process-introduction>.

57 Rosenbaum, „Von Fach zu Fach verschieden.“

## 7. Fazit

Open Access trägt bei Monografien dazu bei, Erkenntnisse weiter zu verbreiten als dies in traditionellen Formaten möglich ist. Universitätsverlage haben dadurch eine Chance, ihrem Auftrag, Erkenntnisse zu verbreiten, in besonderer Weise gerecht zu werden. Für die Universitätsverlage des deutschsprachigen Raums zeigt sich, dass sich ihre Antworten auf die Fragen der Autorengewinnung, der Verbreitung, der Dienstleistungen, der Finanzierung des Angebots, der Qualitätssicherung und schließlich auch der konkreten Umsetzung von Open Access in vielerlei Hinsicht unterscheiden. Deutlich wird aber, dass einige Themen besonders wichtig sind, etwa die Frage, wie Open Access definiert wird; und darüber hinaus auch Themen des Publizierens an sich, z.B. wie Autor/inn/en für dieses Publikationsformat gewonnen werden können und wie Qualitätssicherung mit Unterstützung durch die Wissenschaftler/innen erfolgen kann und soll.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Die Studie von Ferwerda, Pinter und Stern zieht ebenso den Schluss, dass Open-Access-Publizieren von Monografien auch eine Beschäftigung mit Fragen des Publizierens erfordert, die über Open Access hinaus gehen.

## Anhang: Fragebogen

Open-Access-Monografien in Universitätsverlagen

### **Willkommen zur Umfrage „Open-Access-Monografien in Universitätsverlagen“**

Schwerpunkt der Umfrage sind Autoren, Kunden, Geschäftsmodell und Qualitätssicherung für Open-Access-Monografien in Universitätsverlagen. Ziel der Masterarbeit ist eine Beschreibung der Universitätsverlage im deutschsprachigen Raum anhand dieser Bereiche und möglicher Entwicklungsperspektiven. Um einen breiten Einblick in das Feld mit einer einheitlichen Datenbasis zu bekommen, ist es wichtig, dass sich möglichst viele Universitätsverlage an der Befragung beteiligen.

Die Umfrage beinhaltet 15 Fragen. Die Antworten erfolgen, bedingt durch die qualitative Herangehensweise, vorwiegend in Form von Freitextfeldern. Eine Antwort in Form von Stichpunkten ist möglich. Sie können Eingaben speichern und zu einem späteren Zeitpunkt mit der Beantwortung fortzufahren.

Ende der Umfrage: 8. März 2017

Bei Fragen zu dieser Umfrage können Sie mich gerne kontaktieren: ...

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

### **Thema: Autoren & Kunden**

*Autoren und Leser sind wichtige Zielgruppen für wissenschaftliche Verlage. Bitte beantworten Sie im Folgenden einige Fragen zu Ihren Autoren und Lesern.*

Bitte definieren Sie die Zielgruppen Ihres Verlags.

Wie gewinnen Sie Autoren für eine Publikation in Ihrem Verlag?

Welche Dienstleistungen bzw. Services bietet Ihr Verlag für Autoren an?

Für den Autor ist es wichtig, dass seine Arbeit gefunden und gelesen wird. Bitte beschreiben Sie, wie die Bücher bis hin zum Leser verbreitet und beworben werden.

### **Thema: Qualitätssicherung**

*Qualität ist ein Kriterium zur Bewertung von Dienstleistungen.*

Wie stellt Ihr Verlag die inhaltliche Qualität der Manuskripte fest?

Neben der inhaltlichen Qualität ist auch die technische und formale Qualität der elektronischen bzw. der gedruckten Version wichtig. Wie sichert Ihr Verlag die formale und technische Qualität eines Buchs?

Wie sichern Sie eine gleichbleibende Qualität der Dienstleistung, z.B. im Sinne eines Qualitätsmanagements?

### Thema: Geschäftsmodell

Welche Organisationsform hat Ihr Verlag?

Wie deckt Ihr Verlag die ihm entstehenden Kosten, beispielsweise Druckkosten, Personal, Infrastruktur? Bitte berücksichtigen Sie hier ggf. auch Kosten und Infrastruktur (z. B. Räume), die von Ihrer Einrichtung bereitgestellt werden.

Wie handhabt Ihr Verlag das Thema Open Access? Welche Lizenzen bieten Sie an?

Welche Perspektiven sehen Sie für die Weiterentwicklung Ihres Universitätsverlags?

### Angaben zum Verlag

Um Ihre Antworten in den richtigen Kontext einordnen zu können, bitte ich Sie zum Abschluss der Umfrage um einige allgemeine Angaben.

Name des Verlags:

Gründungsjahr des Verlags:

Wie viele Bücher hat Ihr Verlag in den vergangenen Jahren veröffentlicht?

Anzahl der Bücher insgesamt	davon Open Access
2016	
2015	
2014	
2013	
2012	

Möchten Sie noch etwas ergänzen?

### Einwilligungserklärung zur Verwendung der Daten

Mit dem Absenden der Umfrage erklären Sie sich einverstanden, dass die Daten für meine Masterarbeit genutzt werden und eine Einsichtnahme durch die Gutachter erfolgen kann. Die im Rahmen dieser Befragung erhobenen Daten werden vorübergehend auf einem Server der Humboldt-Universität gespeichert und nach Abschluss der Befragung gelöscht.

Bitte wählen Sie im Folgenden aus, welchen darüberhinausgehenden Nachnutzungsmöglichkeiten der Daten Sie zustimmen.

Bei Rückfragen oder für eine Änderung Ihrer Einwilligung erreichen Sie mich per E-Mail:

**Im Falle einer (Open-Access-)Veröffentlichung der Masterarbeit, stimme ich der Verwendung der Daten zu.**

Ja / In anonymisierter Form

**Einer Nachnutzung der Daten für wissenschaftliche Zwecke und gegebenenfalls durch Teilnehmer der Befragung stimme ich zu. \***

Ja / Nur in anonymisierter Form / Nein

**Einer Veröffentlichung der Daten als Open Data stimme ich zu. \***

Ja / Nur in anonymisierter Form / Nein

Vielen Dank für Ihre Antwort!

## Literaturverzeichnis

- Bargheer, Margo und Jutta Pabst. „Being small is not a fault’: Making sense of the newer generation of German-language university presses.“ *Learned Publishing* 29 (2016): 335–341. <https://doi.org/10.1002/leap.1053>.
- Eve, Martin P. „Open Access publishing and scholarly communications in non-scientific disciplines.“ *Online Information Review* 39, Nr. 5 (2015): 717–732. <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2015-0103>.
- Ferwerda, Eelco. „Open access monograph business models.“ *Insights: the UKSG journal* 27, s1 (2014): 35–38. <https://doi.org/10.1629/2048-7754.46>.
- Ferwerda, Eelco, Frances Pinter und Niels Stern. *A Landscape Study On Open Access And Monographs: Policies, Funding And Publishing In Eight European Countries*. 2017. <https://doi.org/10.5281/zenodo.815932>.
- Fournier, Johannes und Roland Weihberg. „Das Förderprogramm »Open Access Publizieren« der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Zum Aufbau von Publikationsfonds an wissenschaftlichen Hochschulen in Deutschland.“ *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie* 60, Nr. 5 (2013): 236–243. <https://doi.org/10.3196/186429501360528>.
- Fund, Sven. „De Gruyter Open Library – Das Open Access-Modell eines Universalwissenschaftsverlags für Bücher und Zeitschriften.“ *BIBLIOTHEK Forschung und Praxis* 35, Nr. 2 (2011): 157–160. <https://doi.org/10.1515/bfup.2011.021>.
- Fund, Sven. „Will Open Access Change the Game?“ *BIBLIOTHEK Forschung und Praxis* 39, Nr. 2 (2015): 206–209. <https://doi.org/10.1515/bfp-2015-0025>.
- Georg-August-Universität Göttingen. *Richtlinie für den Universitätsverlag Göttingen* (09.01.2015). Zuletzt geprüft am 21.01.2018. <https://www.univerlag.uni-goettingen.de/dokumente/texts/Nutzungsordnung-2015-01-09.pdf>.
- Givler, Peter. „University Press Publishing in the United States.“ In *Scholarly Publishing: Books, Journals, Publishers and Libraries in the Twentieth Century*, herausgegeben von Richard E. Abel und Lyman W. Newman. Wiley, 2002. <http://www.aaupnet.org/about-aaup/about-university-presses/history-of-university-presses>.
- Halle, Axel. „Wissenschaftliche Publikationskultur und Hochschulverlage.“ *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie* 50, Nr. 5 (2003): 243–250. Zuletzt geprüft am 26.04.2018. [http://zfbib.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal\\_derivate\\_00001626/j03-h5-auf-1.pdf](http://zfbib.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal_derivate_00001626/j03-h5-auf-1.pdf).



- Halle, Axel. „Universitätsverlage. Eine vergleichende Perspektive.“ *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie* 51, 5/6 (2004): 277–283. Zuletzt geprüft am 26.04.2018. [http://zfbib.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal\\_derivate\\_00001709/j04-h5-6-auf-2.pdf](http://zfbib.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal_derivate_00001709/j04-h5-6-auf-2.pdf).
- Halle, Axel. „Universitätsverlage. Stand und Entwicklungsperspektiven.“ *Bibliotheksdienst* 40, Nr. 7 (2006): 809–817. <https://doi.org/10.1515/bd.2006.40.7.809>.
- Häußermann, Sabine. „Aspekte der Gründung eines Universitätsverlages am Beispiel Heidelberg.“ *Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft* 255. Berlin: Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2009. <http://nbn-resolving.de/urn/resolver.pl?urn:nbn:de:kobv:11-10099919>.
- Huber, Verena. „Zur Typologisierung der aktuellen deutschen Verlagslandschaft.“ *Alles Buch: Studien der Erlanger Buchwissenschaft* 46. Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, 2012. <http://nbn-resolving.de/urn/resolver.pl?urn:nbn:de:bvb:29-opus4-58742>.
- Keller, Alice. „Publikationskompetenz als neues Tätigkeitsfeld von Bibliotheken.“ *Bibliotheksdienst* 50, Nr. 7 (2016): 661–671. <https://doi.org/10.1515/bd-2016-0080>.
- Kuckartz, Udo. *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 3., überarbeitete Auflage. *Grundlagentexte Methoden*. Beltz, 2016.
- Lucius, Wulf D. von. *Verlagswirtschaft: ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen*. 3., neubearbeitete und erweiterte Aufl. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft, 2014.
- Mudditt, Alison. „The Past, Present, and Future of American University Presses: A View from the Left Coast.“ *Learned Publishing* 29 (2016): 330–334. <https://doi.org/10.1002/leap.1047>.
- Pflug, Günther. „Universitätsverlag.“ In *Lexikon des gesamten Buchwesens: Band VII*, herausgegeben von Severin Corsten et al. 2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Aufl., 596. Stuttgart: Hiersemann, 2007.
- Pinter, Frances. „Open Access for Scholarly Books?“ *Publishing Research Quarterly* 28, Nr. 3 (2012): 183–191. <https://doi.org/10.1007/s12109-012-9285-0>.
- Rosenbaum, Konstanze. „Von Fach zu Fach verschieden. Diversität im wissenschaftlichen Publikationssystem.“ In *Wissenschaftliches Publizieren: Zwischen Digitalisierung, Leistungsmessung, Ökonomisierung und medialer Beobachtung*, herausgegeben von Peter Weingart und Niels Taubert, 41–74. <https://doi.org/10.1515/9783110448115-002>.

- Schallehn, Volker und Ralf Schimmer. „Open Access.“ In *Praxishandbuch Bibliotheksmanagement*, herausgegeben von Rolf Griebel et al., 311–38. Reference. Berlin: de Gruyter Saur, 2016. <https://doi.org/10.1515/9783110303261.311>.
- Schönstedt, Eduard und Thomas Breyer-Mayländer. *Der Buchverlag: Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing*. Stuttgart: Metzler, 2010.
- Taubert, Niels. „Open Access und digitale Publikation aus der Perspektive von Wissenschaftsverlagen.“ In *Wissenschaftliches Publizieren: Zwischen Digitalisierung, Leistungsmessung, Ökonomisierung und medialer Beobachtung*, herausgegeben von Peter Weingart und Niels Taubert, 75–102. <https://doi.org/10.1515/9783110448115-003>.
- Taubert, Niels. „Formale wissenschaftliche Kommunikation.“ In *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*, herausgegeben von Heinz Bonfadelli et al., 125–39. Wiesbaden: Springer, 2017. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-12898-2\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-658-12898-2_7).
- Thatcher, Sanford G. „From the University Presses: What University Presses Think about Open Access.“ *Against the Grain* 22, Nr. 3 (2010): 55–58. <https://doi.org/10.7771/2380-176X.5570>.
- Tobias, Regine. „Universitätsverlage sind ein wunderbares neues Geschäftsfeld für Bibliotheken.“ *BIT online* 18, Nr. 2 (2015): 170–176. Zuletzt geprüft am 21.01.2018. <http://b-i-t-online.de/heft/2015-02-interview-tobias.pdf>.
- Weingart, Peter and Niels Taubert, Hrsg. *Wissenschaftliches Publizieren: Zwischen Digitalisierung, Leistungsmessung, Ökonomisierung und medialer Beobachtung*. Berlin: de Gruyter, 2016.
- Wissenschaftsrat, *Empfehlungen zur digitalen Informationsversorgung durch Hochschulbibliotheken*. Greifswald, 2001. Zuletzt geprüft am 21.01.2018. <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/4935-01.pdf>.
- Woll, Christian. *Bibliotheken als Dienstleister im Publikationsprozess: Herausforderungen und Chancen alternativer Formen des wissenschaftlichen Publizierens*. Saarbrücken: VDM Verlag Müller, 2006.