

Die Content-Herausforderung bei vascoda: Ein Spagat zwischen Nutzerbedürfnissen und Marktverhältnissen

Ein Fazit des Content-Projekts nach der ersten vascoda Förderphase¹

Elke Roesner

„Diese Preise sind nicht verhandelbar!“ Dieser Satz war bei Lizenzverhandlungen mit kommerziellen Anbietern von STM-Journals in den letzten Jahren häufig zu hören. Sind starre, hohe Preise bei Pay-per-View-Artikeln mit den Preisvorstellungen der vascoda-Nutzer vereinbar?

Mancher wird sich vielleicht fragen, warum kommerzielle Anbieter in vascoda eine solche Rolle spielen – da viele Einzelangebote, die über vascoda zugänglich sind, kostenfreie Internetressourcen der Virtuellen Fachbibliotheken sind.² Historisch gesehen, war die Idee dieses Contentprojekts, die Lizenzverhandlungen der vier Informationsverbände GetInfo, infoconnex, EconDoc und MedPilot zu koordinieren. Hier ging es ausschließlich um lizenzpflichtige Inhalte, die im Pay-per-View-Verfahren über die Informationsverbände und dann, nach der Bündelung der Einzelangebote in vascoda, auch über das gemeinsame Portal angeboten werden sollten.

Schnell wurde bei der Projektarbeit deutlich, dass zwischen Nutzeranforderungen und den Vorstellungen der Verlage eine große Diskrepanz besteht. Ziel ist es, den heutigen und künftigen vascoda-Nutzern ein angemessenes Contentangebot zu bieten, das mit dem Markt vereinbar ist. Daher wurde in einer gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen Mummert Consulting durchgeführten Studie der Markt für wissenschaftliche Informationen näher unter-

1 Es handelt sich hierbei um ein vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördertes Projekt, das vom Januar 2002 bis Juli 2005 an der ZB MED in Köln durchgeführt wurde. Das Contentprojekt für die zweite Förderphase wird derzeit geplant.

2 Im August 2002 wurde beschlossen, dass die „Virtuelle Fachbibliotheken“ (DFG-gefördert) und „Informationsverbände“ (BMBF-gefördert) in einem gemeinsamen Portal zusammengeführt werden. Im Frühjahr 2003 wurde in Anlehnung an den portugiesischen Seefahrer und Entdecker Vasco da Gama beschlossen, das neu zu entwickelnde Portal „vascoda“ mit dem Untertitel „Entdecke Information. Discover Information“ zu nennen. www.vascoda.de ist seit der Eröffnung auf der IFLA in Berlin im August 2003 online.

sucht, die Nutzer nach ihren Erwartungen befragt³ und der Markt nach Abschluss der Studie weiterhin beobachtet.

Nutzeranforderungen und Zahlungsbereitschaft

Die lizenzpflichtigen Inhalte in vascoda sind aufgrund der verschiedenen Fächer (Naturwissenschaften, Technik, Medizin, Wirtschaft, Psychologie und Sozialwissenschaften) ausgesprochen heterogen. Die Anbieter sind es auch. Das klassische Vorurteil, dass Nutzer immer gleich sind, sie die Inhalte ausschließlich schnell und kostenlos wollen, bestätigt sich verschiedenen Umfragen⁴ zufolge nicht. Im STM-Bereich zeigt sich mit 78% ein starkes Interesse am direkten Zugriff auf elektronische Bücher oder Zeitschriften, das beispielsweise im Bereich „Arts & Humanities“ „nur“ bei 51% vorhanden ist.⁵ Mediziner, Ingenieure und Naturwissenschaftler wollen aufgrund starken Zeitdrucks die gewünschte Quelle sofort einsehen können („jetzt oder nie“), während Geistes- und Sozialwissenschaftler primär Interesse haben, die Quelle überhaupt zu bekommen.⁶ Auch die Zahlungsbereitschaft für einen Artikel oder ein Kapitel ist unterschiedlich ausgeprägt. Je besser die finanziellen Möglichkeiten sind, etwa bei Wissenschaftlern in forschenden Einrichtungen bzw. Unternehmen, desto eher ist eine Zahlungsbereitschaft gegeben. Bei einer Befragung gaben aber auch ca. 50% der befragten Studenten an, nach Bedarf einen, wenn auch eher geringen, Obolus zahlen zu können.⁷ Im Durchschnitt liegt die Bereitschaft zur Zahlung zwischen 2 und 3 Euro für einen Artikel. Der große Erfolg der Dokumentlieferung über subito zeigt allerdings, dass

3 Ergebnisse sind in dem Abschlussbericht „Strategische Erfolgsfaktoren von wissenschaftlichen Portalen“, Deutsche Zentralbibliothek für Medizin, Köln 2004, enthalten; s. auch:

http://www.dl-forum.de/dateien/Endbericht_Content-Studie_DL-Forum.pdf

4 Vgl. Strategische Erfolgsfaktoren, S. 33ff.

5 vgl. „Researchers’ Use of Libraries and other Information Sources: current patterns and future trends. Final report“, HEFCE, Brighton 2002, S. 40; s. auch: <http://www.rslg.ac.uk/research/libuse/LUrep1.pdf>

6 vgl. „Nutzungsanalyse des Systems der überregionalen Literatur- und Informationsversorgung: Teil 1: Informationsverhalten und Informationsbedarf der Wissenschaft“, Infas und ULB Münster 2003, S. 10; s. auch: http://www.dfg.de/forschungsfoerderung/wissenschaftliche_infrastruktur/lis/download/ssg_bericht_teil_1.pdf

7 vgl. Strategische Erfolgsfaktoren, S. 64f.; auch an dieser Stelle sind die Angaben von Wissenschaftlern in Forschungseinrichtungen stark abweichend von Studenten, die im Mittelwert 139,- Euro pro Jahr an Ausgaben für elektronische Informationen angeben.

die tatsächlich gezahlten Beiträge für Artikel etwas höher sind. Nach eigenen Angaben geben Studenten Euro 139,-, Wissenschaftliche Mitarbeiter und Professoren Euro 2615,- und Wissenschaftler in Forschungseinrichtungen und Unternehmen Euro 2755,- pro Jahr für die Beschaffung elektronischer Informationen aus.⁸ Bei jüngeren Wissenschaftlern ist eher eine Zahlungsbereitschaft vorhanden als bei den älteren.⁹

Pay-per-View und seine „Grenzen“

Der Markt der wissenschaftlichen Zeitschriften ist zur Zeit durch einen starken Umbruch gekennzeichnet. Deutsche Verlage steigen erst nach und nach auf elektronische Inhalte um, während internationale Großverlage ihre Inhalte nahezu vollständig auch oder nur elektronisch anbieten.

Der internationale Zeitschriftenmarkt wird von wenigen starken Playern wie Elsevier, Mc Graw Hill, Wiley, Taylor & Francis, Springer Science + Business Media dominiert.¹⁰ Wenn überhaupt, so gibt es nur einen geringen Verhandlungsspielraum für die Gestaltung der Endnutzerpreise. Mit dem Argument, die selben Inhalte zu den selben Konditionen weltweit anbieten zu wollen, versuchten Verlage Vorstöße abzuschmettern, für den deutschen Markt angemessene Preise herauszuhandeln. Nicht nur der Preis ist den großen Verlegern ein Dorn im Auge, sondern auch das Pay-per-View-Modell an sich. Die große Angst vor der „Kannibalisierung“ der sonstigen Vertriebsformen ist allenthalben vorhanden: *Das traditionelle Geschäft mit den Subskriptionen soll trotz hinzugekommener elektronischer Medien nicht gefährdet werden!* Subskriptionen für Print oder Print + E-journals sind nach wie vor das Kerngeschäft, ein zusätzliches Geschäft mit Pay-per-View ist nur dann willkommen, wenn es die bislang garantierten Umsätze nicht gefährdet.

Sollte es aus Verlagssicht zu günstigen Endnutzerpreisen bei ausländischen Portalen kommen, befürchten manche Verleger, dass ihre Kunden die Angebote dieser Portale nutzen könnten. Kunden hätten dann die Möglichkeit, auf die Angebote eines deutschen Portals auszuweichen anstatt das eigene, teurere Angebot zu nutzen. Eine „Chinese Wall“, die einen limitierten Zugriff für Nutzer aus Deutschland ermöglicht, wurde daher von Verlegern gefordert. Technisch umsetzbar ist dies, wobei ein Missbrauch nicht gänzlich auszu-

8 vgl. a.a.O., S. 64 die genannten Zahlen basieren auf einem gemittelten Wert der Befragungsergebnisse.

9 Vgl. Nutzungsanalyse, S. 71

10 vgl. im folgenden Strategische Erfolgsfaktoren, S. 78 ff. und http://www.kpmg.de/library/pdf/030110_Fachverlage_in_Deutschland_de.pdf, S. 2

schließen ist.¹¹ Ein solches Modell stünde aber im Gegensatz zu der Philosophie der globalen Zugriffsmöglichkeit auf die Inhalte. Das Nutzungsszenario eines Fernzugriffs durch einen Nutzer im Ausland soll möglich sein¹².

Hürden: Vorwürfe gegenüber subito und DRM

Erschwerend kam bei den Verhandlungen mit großen Verlagen die „subito-Problematik“ hinzu. Der Vorwurf, dass subito gegen das Urheberrecht verstoße, keine Lizenzgebühren abgeführt habe bzw. diese niemals bei ihnen angekommen seien, wurde von vielen Verlegern erhoben.¹³ Einrichtungen, die sowohl an vascoda als auch an subito beteiligt sind, sind für viele Verhandlungspartner zunächst suspekt. Das Geschäftsmodell, das die in vascoda beteiligten Informationsverbände im Sinne hatten, basiert auf einer individuellen Geschäftsgrundlage mit den Verlagen, bei denen die Abrechnung unmittelbar mit diesen erfolgt und keine Wege über Abrechnungsgesellschaften wie der VG Wort oder internationalen Clearinghouses notwendig sind. Die Änderungen im deutschen Urheberrecht werden von Verlagen mit Skepsis beobachtet.

11 a.a.O., S. 109 f. beschreibt Mummert Consulting, dass das Problem der Zwischenschaltung von sog. Proxy-Servern zu lösen ist: „Es gibt auf dem Markt mehrere Produkte (z.B. www.maxmind.com), die eine Lokalisierung von IP-Adressen und Proxy-Servern erlauben. Damit kann ein Missbrauch nicht gänzlich ausgeschlossen werden, aber zumindest erheblich reduziert werden. Werden IP-Adressen als Proxy-Server identifiziert, so sind die Teilnehmer auszuschließen. Neben dem Einsatz solcher Software-Lösungen sollte in den Geschäftsbedingungen fixiert werden, dass der Zugang vom Ausland über einen Proxy-Server nicht erlaubt ist und rechtliche Konsequenzen nach sich zieht. Damit könnte den Verlagen signalisiert werden, dass starke Anstrengungen unternommen werden, um den Zugriff nur auf Deutschland zu beschränken.“

12 Seit Januar diesen Jahres arbeitet ein neues BMBF-gefördertes Projekt an dem Thema „Authentifizierung, Autorisierung und Rechteverwaltung“ (AAR), bei dem, basierend auf Shibboleth, ein Single-sign-on den Zugriff auf verschiedene in vascoda eingebundene Angebote ermöglichen soll: „Die Einrichtung verwaltet und authentifiziert ihre Mitglieder, und der Anbieter kontrolliert den Zugang zu seinen Ressourcen, wobei der in AAR zu entwickelnde Rechteserver eingesetzt werden kann.“ s. http://aar.ub.uni-freiburg.de/docs/management_report.pdf, S. 1. Vorteil für den Nutzer ist, dass die Nutzung von Ressourcen unabhängig von Standort und Zugriffsweg möglich ist. Auf diese Weise ist z.B. ein Nutzungsszenario machbar, bei dem ein Wissenschaftler aus Köln auf seiner Dienstreise nach Tokio Zugriff auf die von seiner Heimatinstitution abonnierten elektronischen Inhalte hat.

13 Vgl. auch Rosemann, Uwe: „subito und die Entwicklungen im deutschen Urheberrecht“, IFLA 2005, S. 2; http://www.ifla.org/IV/ifla71/papers/097g_trans-Rosemann.pdf

Die Sorge der Verleger vor einem unberechtigtem Zugriff auf ihre Inhalte lässt verstärkt den Ruf nach entsprechenden Technologien laut werden, die den Zugriff auf bestimmte limitierte Aktionen der Nutzer, wie beispielsweise einmaliges Downloaden eines Volltextes mit einmaliger Möglichkeit des Druckens beinhaltet. Daher wurde im subito-Kontext erwogen, ein solches Digital Rights Management System (DRM) einzuführen.¹⁴

Die Dokumentlieferung von subito lässt sich aber schon rein preislich meist nicht mit dem Pay-per-View-Angebot der vascoda Partner vergleichen.¹⁵ Dennoch gab es auch hier die Forderung mancher Verlage, mittels DRM eine unsachgemäße Weiterleitung von Dokumenten zu verhindern. „No DRM, no deal“ war mehrfach die Botschaft. Bei näherer Beschäftigung mit dem Thema wurde deutlich, dass der Einsatz von DRM potentiell eine Hürde für den Nutzer bedeutet. So gibt es Systeme, bei denen ein Plug-in heruntergeladen werden muss, das Schwierigkeiten bei der Installation mit sich bringen kann. Negative Konsequenzen sind auch eine eingeschränkte Langzeitverfügbarkeit durch Bindung an Hardware und mögliche Fehlermeldungen. Das bedeutet eine unerwartete Hürde für den Nutzer und kann diese von der weiteren Nutzung vascodas abschrecken. Der schnelle Zugriff mit wenigen Mausclicks auf den gewünschten Volltext kann durch ein DRM-System erschwert werden. In einem recht hohen Preissegment, in dem sich die Pay-per-View-Angebote derzeit meist bewegen, ist eine solche Hürde aus Nutzersicht schwer zu vertreten.¹⁶ Da zudem Kosten

14 Auf diese Weise könnte eine Einigung bezüglich der Dokumentlieferung auf Basis von elektronischen Ressourcen erzielt werden. Diese Strategie hat sich bei der British Library bereits bewährt. Hier gibt es entsprechende Vereinbarungen mit Verlegern, die eine Dokumentlieferung auf Basis von elektronischen Ressourcen bei Einsatz von DRM ermöglichen. Vgl. Braid, Andrew : The use of a Digital Rights Management Systems for Document Supply, S. 4; <http://www.ifa.org/IV/ifla71/papers/096e-Braid.pdf>

15 Je nach Quelle differieren die Pay-per-View-Preise bei den in vascoda eingebundenen Informationsverbänden erheblich. So bietet beispielsweise EconDoc Volltexte in einer Preisspanne zwischen Euro 1,39 und Euro 34,80 an. Die Preisspanne liegt bei MedPilot zwischen Euro 2,78 und Euro 42,92. Bei GetInfo überwiegen die Preise ab ca. Euro 15 und deutlich höher. Angebote großer kommerzieller Verlage befinden sich im hochpreisigen Segment.

16 Eine umfangreiche Studie zu dem Thema „DRM“ wurde im Rahmen des Content-Projekts durchgeführt. Vgl. auch „Abschlussbericht Digital Rights Management für vascoda“, Deutsche Zentralbibliothek für Medizin 2004; s. auch: http://www.dl-forum.de/dateien/abschlussbericht_v1.3.pdf
Auch der Kostenaspekt mit sämtlichen Aufwänden für DRM-Lizenzen, Testphasen, Maintenance-fees, Wartung, Administration etc. muss bei der Entscheidung für oder gegen ein solches System berücksichtigt werden. Vgl. Abschlussbericht, S. 101 ff.

und Zeitaufwand für DRM-Systeme sehr hoch sind, sollte ein Einsatz derartiger Systeme nach Möglichkeit vermieden werden.¹⁷

Betont sei an dieser Stelle, dass von Verlagen widersprüchliche Haltungen signalisiert wurden. Auf der einen Seite konnten wir die Verlage zunehmend von vascoda überzeugen, nahm das Interesse an einer Zusammenarbeit auf Verlagsseite im Laufe der Projektarbeit zu. Auf der anderen Seite wurden auch die Hürden immer größer. Trotz dieser Schwierigkeiten konnten diverse Verträge ausgehandelt werden.

Preise und neue Entwicklungen: Open Access

Die neuen Technologien bieten eine Fülle von Zugriffsmöglichkeiten, die in der Konsequenz innovative Geschäftsmodelle nach sich ziehen müssten. Das Angebot von Pay-per-View-Artikeln, das im Portfolio der Verlage lediglich einen Anteil von etwa 2% einnimmt, bedeutet einen ersten Schritt in diese Richtung.¹⁸ Solange über das traditionelle Subskriptionsgeschäft die Masse des Umsatzes generiert wird, gibt es auf Verlagsseite keinen Zwang zur Änderung der Vertriebsstrategie. Teilweise wird ein Pay-per-View-Preis von bis zu \$ 42,- angesetzt, um die Subskriptionen zu schützen. Dieser Preis wird von den Nutzern selten bezahlt. Ein Elsevier-typischer Preis von \$ 30,- wird von „Personen in Wissenschaft und Forschung (öffentlich und privatwirtschaftlich)“¹⁹, auf die vascoda primär abzielt, kaum akzeptiert. Nur manche Budgets von Wissenschaftlern in forschenden Einrichtungen ermöglichen eine Nutzung auch zu diesen Konditionen. Bei diesen Wissenschaftlern variiert die Zahlungsbereitschaft deutlich von der sonstigen vascoda Zielgruppe.²⁰

Immerhin ist zu bemerken, dass die Verlage ansatzweise ihre bisherige Preispolitik revidieren.

17 Inzwischen gibt es neue, möglicherweise echte alternative, Technologien, wie z. B. Wasserzeichen, die Raubkopien verhindern sollen.

18 Die Zahl von 2% wurde inoffiziell bei persönlichen Gesprächen genannt und kann nicht unbedingt als repräsentativ gelten. Alice Keller erwähnt ebenfalls, dass es „keine gesicherten Angaben zur Verbreitung und Nutzungshäufigkeit von Pay-per-View-Angeboten von Verlagen“ gibt. Vgl. Keller, Alice: Elektronische Zeitschriften. Grundlagen und Perspektiven, Wiesbaden 2005, S. 232.

19 s. Strategie vascoda, S. 16; http://www.dl-forum.de/dateien/strategie_vascoda.pdf

20 Hiermit sind grundsätzlich „alle Personen, die ein Interesse an – primär interdisziplinären – ‚wissenschaftlichen Informationen‘ haben“, gemeint, s. Strategie vascoda, S. 16

Der zunehmende Druck von Bibliotheken auf die großen kommerziellen Verleger zeigt erste Erfolge, der sich neuerdings in einer geringeren Preiserhöhung der Subskriptionen bei Marktführern widerspiegelt.²¹

Eine weitere wichtige Rolle im Markt der wissenschaftlichen Informationen spielen die Universitätsverlage bzw. die Fachgesellschaften. Preislich bewegen sich die Produkte der Fachgesellschaften in einem mittleren Marktsegment zwischen ca. 5–15 Euro pro Artikel. Zu diesen aus Nutzersicht tendenziell akzeptablen Preisen kann Zugriff auf qualitativ hochwertige Inhalte ermöglicht werden.²² Bei verschiedenen Anbietern gibt es das Modell der so genannten „Moving wall“, bei dem die Inhalte von Fachzeitschriften nach einer bestimmten Periode, beispielsweise 6 Monate, frei zugänglich sind. Gerade bei Universitätsverlagen, Fachgesellschaften sowie kleineren Verlagen wurde ein starkes Interesse an Kooperationen mit vascoda betont.

Der Marktanteil von Open Access Artikeln, die frei über das Internet, z. B. über eigene Open Access Zeitschriften, Hochschulschriften-, oder Postprint-server zugänglich sind, steigt. Signal ist auch, dass kommerzielle Verlage dieses Modell adaptieren, bei dem die Kosten von den Autoren bzw. deren Institutionen getragen werden. Open Access nimmt an Bedeutung zu, auch wenn die vorhandenen Geschäftsmodelle ihre Nachhaltigkeit noch beweisen müssen.²³ Allerdings zeigt sich, dass es bei vielen Wissenschaftlern eine erstaunliche Unkenntnis zu Open Access, dessen Publikationsmöglichkeiten sowie der so genannten Open Access Bewegung gibt.²⁴ vascoda fördert ausdrücklich Open Access und bietet Zugang zu Open Access Journals.²⁵

21 So fällt z. B. die Preiserhöhung für 2006 bei Elsevier vermutlich geringer aus als in den Vorjahren.

22 Mummert empfiehlt Endnutzerpreise zwischen Euro 4,- und Euro 8,- für akademische und zwischen Euro 10,- und Euro 15,- für kommerzielle Nutzer. Vgl. Strategische Erfolgsfaktoren, S. 107; Zugriff auf die Publikationen amerikanischer Fachgesellschaften ist vielfach über das Portal von HighWire, <http://www.highwire.com>, möglich. HighWire tritt den Fachgesellschaften gegenüber als Dienstleister auf und hostet beispielsweise die Inhalte, ermöglicht den Zugriff oder übernimmt im Auftrag die Gestaltung individueller Angebote.

23 Die Publikationskosten für die Autoren variieren bei den einzelnen Anbietern wie BioMed Central, Public Library of Science oder Springer Open Choice sehr stark.

24 Vgl. „Publikationsstrategien im Wandel? Ergebnisse einer Umfrage zum Publikations- und Rezeptionsverhalten unter besonderer Berücksichtigung von Open Access“, Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn 2005, S. 39 ff.; s. auch http://www.dfg.de/zahlen_fakten/

25 vgl. Strategie vascoda, S. 4

vascoda Contentstrategie und Ausblick

„Die Analysen haben gezeigt, dass sich vascoda als offener Marktplatz für kommerziellen als auch nicht kommerziellen Content positionieren sollte.“²⁶

Zur Zeit kann Pay-per-View lediglich eine Zugriffsoption sein. Außer dieser kostenpflichtigen Zugriffsmöglichkeit gibt es in vascoda andere, die laufend optimiert werden. So bildet die EZB in vascoda die Lizenzsituation elektronischer Zeitschriften der beteiligten Einrichtungen mittels kontextsensitiver OpenURL-Technologie ab, die ZDB in Zukunft analog die der Printbestände. Zukünftig wird durch den Aufruf des lokalen Linkresolvers die lokale Sicht für den einzelnen Nutzer dargestellt. Über die vascoda Verfügbarkeitsrecherche bzw. die *lokale* Verfügbarkeitsrecherche werden dann sämtliche Zugriffsalternativen aufgezeigt, so dass der Nutzer, sofern kein kostenfreies Angebot vorhanden ist, verschiedene Dokumentlieferdienste wählen kann. Ist ein sofortiger Zugriff auf die gewünschten Inhalte erforderlich, so kann Pay-per-View, bei vorhandener Lizenz, eine Alternative sein.

Nach der vascoda Strategie soll jeder Nutzer das für ihn angemessene Angebot nach dem Grundsatz der „appropriate copy“ erhalten, „d.h. Beschaffung des Volltextes vom für Nutzerinnen und Nutzer günstigsten Lieferanten entsprechend den jeweils individuellen Prioritäten.“²⁷ Diese Strategie des schnellen Zugriffs zu möglichst günstigen Konditionen entspricht den Nutzeranforderungen. vascoda ist hier auf dem richtigen Weg. Nach wie vor fehlen Zugriffsmöglichkeiten auf manche Inhalte. Dennoch ist vascoda mit seinen Einzelangeboten insbesondere für Hochschulangehörige interessant, die über ihre Standortlizenzen Zugriff zu vielen Quellen haben und über vascoda eine interdisziplinäre Suche starten können. Für externe Nutzer können insbesondere die vielen eingebundenen Fachinformationsführer mit ihren freien Quellen interessant sein. vascoda ist ein Weg, Nutzer über die interdisziplinäre Suche zu ihnen möglicherweise unbekanntem Einzelangeboten hinzuleiten und somit eine gute Einstiegsmöglichkeit in die weitere Recherche. Neue Geschäftsmodelle wie „Moving Wall“ oder der Einkauf von Kontingenten, beispielsweise über große Zeitschriftenagenturen, sowie Nationallizenzen²⁸, können das künftige vascoda Angebot abrunden.

26 s. Strategische Erfolgsfaktoren, S. 94

27 s. Strategie vascoda, S. 4

28 DFG-geförderte Nationallizenzen, die die Backfiles digitaler Publikationen in zahlreichen Fächern enthalten, werden derzeit von verschiedenen Bibliotheken und Fachinformationszentren (SBB, IZ Soz. Bonn, UB Frankfurt, SUB Göttingen, TIB Hannover, IFW Kiel, ZB MED Köln und BSB München) verhandelt. Diese Inhalte sollen auch über vascoda zugänglich gemacht werden. Die Verhandlung von Nationallizenzen zu Current Contents wird ebenfalls im vascoda Kontext diskutiert.

Fazit

Die Projektarbeit war durch den Entwicklungsprozess von vielen Einzelangeboten zu einem kumulierten Gesamtangebot geprägt. Da vascoda während der Projektlaufzeit entstanden ist, mussten sowohl generell für vascoda als auch für den Contentbereich Strategien und Strukturen entwickelt werden. Daher ging die Projektarbeit weit über die ursprüngliche Aufgabenstellung hinaus. Es hat sich gezeigt, dass es derzeit kein vergleichbares wissenschaftliches Portal gibt, das diesen umfassenden Handlungsansatz mit lizenzpflichtigen Inhalten zu endnutzergerechten Preisen und kostenfreien Online-Dienstleistungen hat.²⁹ Die internen Aufgabenstellungen machen die Arbeit an vascoda in der Kombination mit den dynamischen Veränderungen am Zeitschriftenmarkt und neuen technischen Möglichkeiten auf Jahre spannend und unberechenbar.

Der Zeitschriftenmarkt wird durch zwei gegensätzliche Trends geprägt: Den freien, ungehinderten Zugang zu wissenschaftlichen Inhalten im Internet, Open Access, sowie den limitierten Zugriff auf Inhalte kommerzieller Verlage mittels DRM. Dazwischen gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Verlagstypen und Zugriffsmöglichkeiten, etwa über die Dokumentlieferdienste, Fernleihe und Standortlizenzen der Bibliotheken.

Der Übergang von Print- zu Online-Zeitschriften macht neue Geschäftsmodelle möglich. Zugriffsmöglichkeiten über verschiedene Nutzungsszenarien auf relevante Inhalte erfordern andere Lizenzierungsformen als die derzeit vorhandenen. Das Pay-per-View-Modell unter den jetzigen Marktbedingungen ist in den meisten Fällen zu teuer und trifft nur auf eine mäßige Akzeptanz bei den Nutzern. Wenn die Verlage ihre Pay-per-View-Preise den am Markt akzeptierten Preisen angleichen würden, könnten sich sowohl für Verlage als auch für Bibliotheken und Nutzer neue Perspektiven ergeben, die sich in Umsatz und Nutzung widerspiegeln würden.

Die zukünftig realisierte Verfügbarkeitsrecherche in vascoda ermöglicht den Nutzern im Idealfall eine Palette verschiedener Zugriffsmöglichkeiten. Nationallizenzen, Moving Wall oder kostengünstige Einzelartikelabrufe, die über Kontingente eingekauft werden, können nach dem Prinzip der „appropriate copy“ eine gute Ergänzung zu Standortlizenzen, eingebundenen Dokumentlieferdiensten und Pay-per-View sein. Auf diese Weise kann vascoda unabhängiger von der Marktmacht der Verlage agieren. Perspektivisch wird der Spagat zwischen Nutzerbedürfnissen und Marktbedingungen daher immer kleiner.

29 Vgl. Strategische Erfolgsfaktoren, S. 7f.