



Wie kommt das E-Book in die Bibliothek? Vertriebswege und Erwerbungsfragen



Vortrag auf der 10. InetBib-Tagung in Würzburg am
10.04.2008



Merkmale des E-Books-Marktes

- E-Books-Markt als „unvollkommener Markt“
- Inhomogene, sich rasch ändernde Produkte
- Unklare und instabile (rechtliche) Rahmenbedingungen
- Fehlende bibliographische und technische Standards
- Fehlende Markttransparenz, insbesondere infolge einer undurchsichtigen Produkt- bzw. Preispolitik und unübersichtlichen Anbieterverhältnissen



Geschäftsmodelle

- Kauf vs. Lizenzierung
- Einzeltitelauswahl vs. Paketkauf
- Unterschiedliche Zugriffsmodelle (z.B. Online-Zugriff, Ausleihmodell)
- Bundles aus E-Book und Printwerk
- Spezielle Abrechnungsmodelle, z.B. EBL-Modell (E-Book-Library, auch für Dawson ERA übernommen, dynamisches Abrechnungsmodell über „tokens“)
- Konsortialmodelle sowie Nationallizenzen



Vertriebswege

- Direkter Bezug über die Verlage (Pakete und/oder Einzeltitel)
- Einzeltitelauswahl über Aggregatoren
- Zwischenhändler (Zeitschriftenagenturen, Buchhändler/Library Supplier)
- Kombinationen aus den verschiedenen Bezugswegen



E-Books-Erwerbung über Verlage

- Meist nur Paketkauf möglich (z.B. Springer, Elsevier (Monographien), Karger, Taylor & Francis etc.)
- Individuelle Titelauswahl nur bei einigen Verlagen (z.B. Gale, Wiley)
- Bietet sich bei Paketen an, die ähnlich wie Datenbanken benutzt werden (z.B. Humanities E-Books, Cambridge Companions Online)
- Bei vorgefertigten Fachpaketen oft problematisch, da Titel mit erworben werden, die in Print nicht ausgewählt worden wären bzw. schlecht genutzt werden
- Konsortialmodelle möglich, da Rabatte direkt vom Verlag gewährt werden



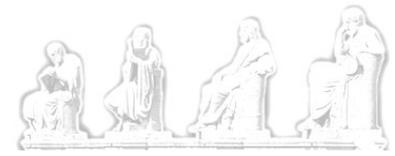
Beispiele: Springer, Karger, Oxford University Press

	Springer	Karger	OUP
Pakete/Einzeltitel	Nur Kauf ganzer Fachpakete eines Copyright-Jahres möglich, Einzeltitel über Aggregatoren	Verkauf von Paketen: - Kollektionen 2006-2008 - Backfiles 1997-2005	- Einzeltitelauswahl im Digital Reference Shelf - Fachpakete bei Oxford Scholarship Online
Preis/Rabatt	Konsortialrabatt, auch beim Bezug über Zwischenhändler	Rabatt auf den Bezug von Titeln in Print; Konsortialrabatt	Konsortialrabatt, Mengenrabatt bei OSO, Bundles bei DRS
Besonderheiten	- Zugabe früherer Jahrgänge sowie gewisser Imprints - Kauf ohne genaue Kenntnis der Titelliste	- Dauerhafter Zugang auf Verlagsplattform - Selbsthosting ist nicht möglich	- Bei OSO Kauf oder Lizenzierung - Bei DRS Kauf mit Archivrechten (XML)



E-Book-Aggregatoren

- Einheitliche Oberfläche für E-Books unterschiedlicher Verlage
- Einzeltitelauswahl möglich
- Jedoch bieten die meisten Verlage nicht alle ihre E-Books über Aggregatoren an (z.B. keine Lehrbücher, keine aktuellen Titel)
- Schwerpunkt im englischsprachigen Bereich, (noch) kaum deutsche Inhalte
- Zusätzliche Hosting-Gebühr für die Plattform fällt an
- Zum Teil höhere Preise als beim direkten Bezug über den Verlag
- Konsortialmodelle sind möglich, Berechnung meist über Gesamtbestellvolumen



Beispiele für E-Book-Aggregatoren

	Gründung	Vertrieb	Preismodell
NetLibrary	1998	OCLC/PICA	Kauf oder Lizenz, Mengenrabatt
Ebrary	1999	ebrary direkt, Gerlach Books & Online, Blackwell (ECHO)	Kauf oder Lizenz (Pakete), Konsortialrabatt nach Einkaufsvolumen
MyiLibrary	2004	Coutts, Missing Link, Swets	Kaufpreis pro Buch + jährliche Hosting-Gebühr
EBL	2004	Blackwell (früher Dawson)	Kaufpreis pro Buch + Plattformgebühr oder Vorauszahlung und Auswahl nach Benutzung
Dawson ERA	2007	Dawson	Dynamisches Abrechnungsmodell (vgl. EBL)



Zwischenhändler

- EIN Ansprechpartner für viele Verlage
- Vermittlung zwischen Verlagen und Bibliotheken
- Bieten kundenspezifische Aufstellungen von fachgebietsrelevanten und verlagsübergreifenden E-Book-Titeln
- „Neutrale“ Beratung, Unterstützung bei Verhandlungen (auch Konsortialverhandlungen)
- Einheitliche Rechnungsstellung
- Allerdings ist nicht jedes E-Book über jeden Händler erhältlich



Bsp. Zeitschriftenagenturen

	Swets	EBSCO
Angebot	Verkauf von E-Book-Paketen einzelner Verlage (z.B. Cambridge University Press, Springer, Taylor & Francis, RSC,...)	Vertrieb von mehr als 60 E-Book-Kollektionen großer STM-Verlage (z.B. Springer, Elsevier, Karger, Wiley,...)
Aggregato	Kooperation mit MyiLibrary	Keine Kooperation mit Aggregator
Plattform	Integration der Einzeltitel in SwetsWise geplant	Eigene Plattform „A-to-Z“ für E-Medien, Verlinkung zu OPAC-Suche und anderen Katalogen möglich
Service	Herausgabe eines „E-Book-Guides“	Neuerscheinungsdienst für E-Books



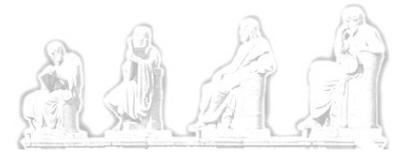
Bsp. Buchhändler und Library Supplier

	Blackwell	Lehmanns	Dreier
Angebot	Einzeltitelauswahl mit dauerhaften Zugriffsrechten	Kooperation mit deutschen Verlagen beim Aufbau von E-Book-Portalen	Vertrieb von E-Books ohne DRM, ohne Beschränkung auf Simultanzugriffe, mit remote access
Aggregator	Kooperationsverträge mit ECHO (ebrary) und EBL	Keine Kooperation	Gespräche mit Aggregatoren, Einbindung dt. Titel in internationale Aggregatorplattformen
Service	Erwerbungsauswahl über „Blackwell’s Collection Manager“	Verhandlungen mit Verlagen, die noch keine E-Books anbieten	Verkauf von E-Books kleiner Wissenschaftsverlage ohne eigene Plattform



Kombination aus unterschiedlichen Vertriebswegen

- Kombination aus Verlag und Zwischenhändler:
 - Die meisten Verlage bieten die Möglichkeit an, ihre E-Book-Pakete über Zwischenhändler zu beziehen
 - Beispiel Springer: Konsortialverhandlungen direkt mit Verlag, aber Bestellungen über Agenturen/Buchhändler
- Kombination aus Aggregator und Zwischenhändler:
 - Hauptsitz der großen Aggregatoren liegt nicht in Deutschland (meist USA)
 - Deshalb haben die Aggregatoren deutsche Vertriebspartner
 - Für Zwischenhändler ist der Einzeltitelverkauf oft nur über Aggregatoren möglich
 - Beispiele: Gerlach Books & Online für ebrary, Missing Link bzw. Swets für MyiLibrary

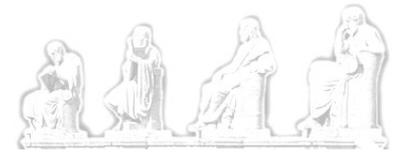


Vor- und Nachteile der Vertriebswege

1. Verlage:

- + Preise werden ohne Aufschläge weitergegeben
- + Sinnvoller Paketkauf bei datenbankähnlichen E-Book-Kollektionen
- + Konsortialmodelle möglich

- Zwang zur Abnahme ganzer Pakete
- Einzeltitelauswahl nur bei wenigen Verlagen möglich
- Nicht gewünschte Titel werden mit erworben
- Z.T. Entscheidung ohne Kenntnis der genauen Titelliste



Vor- und Nachteile der Vertriebswege

2. Aggregatoren:

- + Einheitliche Oberfläche für E-Books unterschiedlicher Verlage
- + Einzeltitelauswahl möglich
- + Konsortialmodelle sind möglich

- Oft wenige aktuelle Titel
- Wenig deutsche Inhalte
- Nur eine Auswahl aus dem Verlagsprogramm wird über Aggregatoren angeboten
- Zusätzliche Hosting-Gebühr
- Zum Teil höhere Preise pro E-Book



Vor- und Nachteile der Vertriebswege

3. Zwischenhändler:

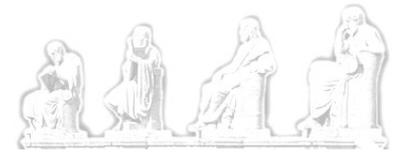
- + Einheitlicher Ansprechpartner für viele Verlage
- + Vermittlung zwischen Verlagen und Bibliotheken
- + Unterstützung bei Verhandlungen
- + Einheitliche Rechnungsstellung

- Evtl. Preisaufschlag gegenüber Direktbezug bei Verlagen
- Einzeltitelauswahl oft nur bei gleichzeitiger Kooperation mit Aggregator möglich
- Zwang zur Weitergabe der Verlagskonditionen (z.B. DRM, Simultanzugriffe,...)
- Nicht alle Titel über einen Händler erhältlich
- Fehlende Kompetenz im Buch- (Zeitschriftenagenturen) bzw. E-Medien-Bereich (Buchhändler)



Fazit und Ausblick

- E-Books-Markt ist ein komplexer Markt, der noch kaum standardisiert ist
- Bibliothek kann aus verschiedenen Vertriebswegen auswählen, die teilweise alternativ, teilweise jedoch auch komplementär zueinander sind
- Agenturen und Buchhandlungen können Hilfestellungen bei der E-Books-Erwerbung geben
- Outsourcing wird mit zunehmendem E-Book-Angebot immer wichtiger
- „DIE Lösung“ gibt es jedoch – noch – nicht, die verschiedenen Bezugswege haben alle Vor- und Nachteile
- Viele Bibliotheken wählen derzeit Kombinationen aus verschiedenen Bezugswegen



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Bei Rückfragen:
[michaela.hammerl@bsb-
muenchen.de](mailto:michaela.hammerl@bsb-muenchen.de)

