

## Stellungnahme zum Regierungsentwurf zum UrhWissG

der Verlegerin Barbara Budrich

Ich danke für die Gelegenheit, zum Regierungsentwurf des Urheberrechts-Wissensgesellschafts-Gesetzes (UrhWissG) Stellung nehmen zu dürfen. Ich äußere mich als Betroffene, deren Unternehmen unter der Abschaffung des bestehenden und funktionierenden Lizenzvorrangs der Verlage enormen Schaden nehmen würde. Ich spreche dabei als Vertreterin eines Wissenschaftsverlags, derer es in Deutschland über 300 gibt.

Nach der kurzen Zusammenfassung schildere ich in Teil I exemplarisch konkrete Auswirkungen, die das UrhWissG auf meinen Verlag hat. In Teil II zeige ich vier unterschiedliche Zukunftsszenarios auf. In Teil III präsentiere ich auszugsweise unsere Verlagsarbeit, um eine bessere Vorstellung dessen zu vermitteln, was wir als Verlag in digitalen Zeiten leisten.

### Zusammenfassung

Gegründet 2004, mit einem Team von rund 14 Leuten, einem Kranz fester Freier und einer Vielzahl an Partnern, ist der Verlag Barbara Budrich ein wichtiger Player in den deutschsprachigen Sozialwissenschaften – z.B. als Verlag der „Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft“. – sowie international in den einschlägigen Kreisen bekannt. Zudem sind wir einer von 14 Gesellschafterverlagen der Lehrbuchkooperation „utb“. Wir erwirtschaften rund 80% unseres Umsatzes mit dem Verkauf unserer Publikationen. 20% Erlösen wir durch Druckkostenzuschüsse.

Nach aktueller Rechtslage erhalten Verlage nahezu keine Entschädigung für die vorgesehene Wissenschaftsschranke (§ 60h UrhWissG). Der Wegfall der VG Wort-Verlagsbeteiligung hat uns Verlagen wirtschaftliche Härten auferlegt. Der Beschluss des Bundestages vom Dezember 2016, der es uns ermöglicht, unsere AutorInnen um Abtretung eines „Phantom-VG-Wort-Verlagsanteils“ zu bitten, ist zwar ein wichtiger symbolischer Fingerzeig, ersetzt aber – insbesondere im Hinblick auf belastbare Verlagskalkulationen – einen Rechtsanspruch in keiner Weise. Zudem sind internationale AutorInnen ausgenommen, da sie selbst keine VG Wort-Ansprüche haben; sie können uns nichts übertragen. Stellen Sie sich vor, Sie müssten einen Teil des Bundeshaushalts auf Basis freiwilliger, nicht überprüfbarer und nicht einklagbarer Steuerzuwendungen bauen. Wäre das seriös?

Obschon wir Verlage aus privatwirtschaftlichen Mitteln im Vertrauen auf bestehende Regelungen Lizenzplattformen aufgebaut haben, die der Wissenschaft jegliche gewünschten Nutzungen unserer Werke rechtssicher und komfortabel ermöglichen (scholars elibrary, Booktex/ digitaler Semesterapparat usw.), soll der Vorrang der Verlagsangebote abgeschafft werden (§60g Abs. 1 UrhWissG). Für meinen Verlag heißt dies konkret, dass nicht nur die bestehenden Angebote weniger genutzt werden. Es bedeutet auch, dass wir weniger gedruckte Bücher und Zeitschriften verkaufen werden. Und es bedeutet, dass es für unsere beträchtlichen privatwirtschaftlichen Investitionen keine Sicherheit bei den Rahmenbedingungen gibt: Für unsere Investitionsbereitschaft in wettbewerbsfähige digitale Angebote und Plattformen werden wir faktisch bestraft.

Der Gesetzesentwurf behauptet, AutorInnen würden während der von der öffentlichen Hand bezahlten Arbeitszeit schreiben (S. 18 2.). Diese Annahme ist irrig. Die Neuregelung benachteiligt

Gruppen von AutorInnen sowie ganze Fachbereiche. Für uns bedeutet dies, dass wir die Zusammenarbeit mit zentralen Fachbereichen (z.B. Soziale Arbeit) und Gruppen von AutorInnen (v.a. Nachwuchs und Praxis) auf ein Subventionsgeschäft umbauen müssten, da diese Bücher nicht mehr im gleichen Umfang Erlöse einbringen würden. Wichtige Ausbildungs- und Praxisliteratur würde – aufgrund fehlender Finanzierung durch Dritte – nicht mehr erscheinen können. Unser Geschäftsmodell wird durch diese Umstände nachhaltig beschädigt, der gesellschaftlich wichtige und für uns bedeutende Fachbereich „Soziale Arbeit“ würde schrumpfen.

Verlage spielen in der konzeptionellen Entwicklung von Publikationen eine große Rolle. Zum Beispiel erscheint bei uns die Zeitschrift ERIS – European Review of International Studies –, die ich gemeinsam mit der englisch-französischen Redaktion entwickelt habe, oder ein „Handbuch Armut“ (2018), dessen Entstehen auf mein Betreiben zurückgeht. Dieses Engagement muss angemessen vergütet werden; die Vorlaufkosten sind hoch, die anfänglichen Erlöse bei Zeitschriften gering. Eingriffe in den Primärmarkt, wie durch das UrhWissG geplant, zerstören die dafür notwendige Mischkalkulation. Diese Rolle von Verlagen wird im Gesetz nicht thematisiert.

Das Haucap-Gutachten (Haucap/Loebert/Spindler/Thorwarth, Ökonomische Auswirkungen einer Bildungs- und Wissenschaftsschranke im Urheberrecht, 2016), auf das sich der Gesetzentwurf explizit bezieht, spricht von einer mächtigen und missbräuchlichen Monopolstellung von Wissenschaftsverlagen. Der Schaden, den das Haucap-Gutachten für den Primärmarkt der Verlage antizipiert, könne demnach durch Preiserhöhungen ausgeglichen werden (S. 116f.). Dies mag für die großen international operierenden Konzernverlage in bestimmten, ökonomisch relevanten Fachbereichen (Naturwissenschaft, Medizin) bedingt zutreffen. Für einen Verlag wie den meinen bedeutet der Eingriff in den Primärmarkt jedoch einen nicht zu heilenden Schaden für das Geschäftsmodell. Durch Preiserhöhungen würden wir unseren eigenen Markt zerstören.

Im Haucap-Gutachten wird den Verlagen der „Missbrauch ihrer Marktmacht“ am Beispiel des Zeitschriftenmarkts vorgeworfen. Bei unseren 30 sozialwissenschaftlichen Zeitschriften liegen die Preise vergleichsweise niedrig. Deshalb ist vor allem das Einführen neuer Zeitschriften für uns mit großen Risiken verbunden. Wir finanzieren die Zeitschriften in der Hauptsache aus dem Verkauf. Schon jetzt sind, durch die bestehenden Turbulenzen, unsere Abonnementserlöse im Vergleich zum Vorjahr rückläufig. Es ist absehbar, dass wir diesen Bereich schließen müssen, wenn die die Nutzung ganzer Zeitschriftenaufsätze (§60c) unter der Wissenschaftsschranke – für uns annähernd entschädigungsfrei – erlaubt wird.

Bereits seit Einführung des §52a gehen unsere Lehr- und Studienbuchumsätze empfindlich zurück (im Durchschnitt seit 2003 um rund 27% pro Titel; ohne unsere digitalen Lizenzangebote, deren Vorrang abgeschafft werden soll, läge der Umsatzrückgang bei über 40% pro Titel). In der Regel werden einzelne Kapitel aus Lehrbüchern in Semesterapparate integriert – diese würden unter die Wissenschaftsschranke fallen (insb. § 60a Abs. 1 UrhWissG: 15 Prozent eines veröffentlichten Werks für Unterricht und Lehre ohne besonderen Schutz für Lehrbücher (§ 60a Abs. 3 Nr. 2 UrhWissG)) –, unsere Umsätze würden im Lehrbuchbereich weiter einbrechen. Weitere Einbußen führen zwangsläufig zum Zusammenbruch dieses Marktes bzw. zum Ende unserer wirtschaftlichen Kalkulation. Denn Lehr- und Studienbücher entstehen auf Risiko des Verlages, allein der Verkauf



finanziert diese Titel. Im Übrigen liegen Vorschläge zur Definition von Lehrbüchern (s. Anlage 6) auf dem Tisch, sodass eine Lehrbuchbereichsausnahme, die explizit nicht vorgesehen ist (§ 60a Abs. 3 UrhWissG), möglich und praktikabel wäre.

Fazit: Ein Gesetz, das uns als Verlag, als Partner und Dienstleister der Wissenschaft im digitalen Zeitalter, heute (teil-)enteignet und verspricht, sich zu bemühen, uns in Zukunft wieder ins Boot zu holen, ist aus meiner Perspektive kein fairer Interessenausgleich. Das UrhWissG in der vorliegenden Form bestraft unsere privatwirtschaftliche Investitionsbereitschaft, missachtet unser Engagement in partnerschaftlicher Kooperation mit unseren Wissenschaften, zerstört den Lehrbuchmarkt und greift umfassend in unseren Primärmarkt ein. Aus einem kreativen, partnerschaftlich arbeitenden, innovative Impulse setzenden, national und international angesehenen Verlagshaus würde ein besserer Druckdienstleister auf Subventionsbasis.

## Inhalt

### Zusammenfassung

#### Teil I: Verlagsarbeit und das UrhWissG

- Nichts ist kein fairer Ausgleich
- Benachteiligung von AutorInnengruppen
- Geringschätzung des kreativ-konzeptionellen Inputs von Verlagen
- Verkennen der Stellung der Wissenschaftsverlage
- Auspielen der „guten“ Wissenschaft gegen die „böse“ Marktwirtschaft
- Zerstörung des Primärmarktes Lehr- und Studienbuch durch die Wissenschaftsschranke
- Bestrafen privatwirtschaftlicher Investitionen
- Unsichere und unfaire Rahmenbedingungen

#### Teil II: Die Zukunft des Verlages Barbara Budrich

Szenario 1 – Das Ende des Zeitschriftenbereichs

Szenario 2 – Das Ende des Lehr- und Studienbuchs

Szenario 3 – Umbau des Geschäftsmodells

Szenario 4 – Verkauf des Verlags

#### Teil III: Der Verlag Barbara Budrich: Geschäftsmodell, Philosophie und Verlagsarbeit

- Geschäftsmodell
- Die vier Säulen der Verlagsarbeit
- Die verlegerischen Standards im Verlag Barbara Budrich
  - Partner der Wissenschaft
  - Programmarbeit
  - Qualitätssicherung
  - Technische und Gesamtbetreuung
- Vertrieb
- Marketing
- Buchhaltung

### Anhang

## Teil I: Verlagsarbeit und das UrhWissG

### Nichts ist kein fairer Ausgleich

Das UrhWissG sagt explizit, dass die Verlage an der pauschalen Vergütung teilhaben sollen, die durch die VG Wort ausgeschüttet wird. Das ist aktuell allenfalls minimal der Fall.

#### Beispiel

Wir müssen nach dem Urteil des BGH die VG Wort-Verlagsanteile der Jahre 2012 bis 2014 (2015 hatten wir „freiwillig verzichtet“) zurückzahlen. Die ursprüngliche Summe überstieg deutlich 100% eines durchschnittlichen Jahresgewinns. Mein Unternehmen ist eine Einzelfirma: Ich hafte mit meinem Privatvermögen. Mein Mann betreut seit einigen Jahren in Vollzeit die Zeitschriften des Verlages. Unsere drei Jungs sind teils in der Schule, teils im Studium. Für uns bedeutet das, dass wir aus unseren privaten Mitteln mehr als ein vollständiges Brutto-Jahreseinkommen (!) unserer Familie aus der eigenen Tasche an die VG Wort zurücküberweisen dürfen. Das ist in meinem Verständnis eine „poena sine lege“. Denn wir werden bestraft, ohne selbst ein anderes „Verbrechen“ begangen zu haben, als uns in einem kleinen Unternehmen mit einem dünnen Finanzpolster auf bewährte Vereinbarungen verlassen zu haben.

Die nachträgliche Bilanzkorrektur für 2014 haben wir wirtschaftlich überstanden; das Geld werden wir uns leihen können. Der Kapitaldienst bleibt. Schulden für die „Sünden“ der Vergangenheit aufzunehmen, widerspricht meinen kaufmännischen Gewohnheiten.

Hunderte Verlage in der Republik sind in dieser Situation – einige wird es umhauen.

Dass der Bundestag uns die Möglichkeit gegeben hat, unsere AutorInnen um Gnade zu bitten, ist eine wichtige und symbolträchtige Geste. Doch eine wirtschaftliche Kalkulation kann ich auf einen solchen Boden nicht aufsetzen.

Das wäre, als würde der Fiskus den Staatshaushalt auf freiwillige Steuerzahlungen aufbauen müssen.

Als Partner unserer AutorInnen gewinnen wir möglicherweise diesen hypothetischen „Almosen-Wettbewerb“ (im Vergleich zum Fiskus) – aber damit unternehmerisch zu wirtschaften, das wäre wahrlich sträflich.

Nach geltendem Recht und Gesetz werden die Verlage aktuell nicht beteiligt, allenfalls symbolisch.

#### Folge

Das UrhWissG stellt für die Verlage nach geltendem Recht und Gesetz eine entschädigungslose Enteignung dar. Noch dazu in einer Zeit, in der wir uns in einer überaus schwierigen wirtschaftlichen Situation befinden.

\* \* \*

## Benachteiligung von AutorInnengruppen

Das UrhWissG geht explizit davon aus, dass AutorInnen in gesicherten Verhältnissen schreiben, finanziert von der öffentlichen Hand. Dies trifft nur sehr bedingt zu.

### Beispiel

Einer unserer Long- und Bestseller ist das Buch „Eltern stärken“ von Johannes Schopp, das in erster Auflage im Jahre 2005 in meinem Hause erschien. Mittlerweile sind wir in der 5. Auflage (2016), der Erfolg ist ungebrochen, insgesamt haben wir über 10.000 Exemplare inklusive eBooks verkauft. Das Buch wird vielfach in Ausbildung und Unterricht im Bereich der Sozialen Arbeit eingesetzt. Der Autor veranstaltet mit diesem Buch selbsttätig Ausbildungen und Lesereisen – die ihn bis in den Iran geführt haben: Das Buch liegt auch in persischer Übersetzung vor (wir haben die Lizenzverhandlungen geführt, den Vertrag geschlossen, standen Autor und iranischem Verlag beratend zur Seite. Geld haben wir dafür nicht bekommen).

### Folge

Dieser Autor – wie auch viele weitere Autorinnen und Autoren – haben wenig Anreiz, Bücher zu veröffentlichen. Wichtige Ausbildungsliteratur aus der Praxis verliert für die Schreibenden an Attraktivität. Ein „fairer und gerechter Ausgleich“ findet nicht statt.

\* \* \*

## Geringschätzung des kreativ-konzeptionellen Inputs von Verlagen

Implizit geht das UrhWissG davon aus, dass Verlagsarbeit ein passives Verarbeiten und Verwalten ist. Der kreativ-konzeptionelle Anteil der Verlage wird ausgeblendet.

### Beispiel

In unserem aktuellen Verlagsprogramm befinden sich zahlreiche Bücher, die auf unsere Initiativen zurückgehen – zum Beispiel:

- S. 4: Das „Handbuch Frühe Kindheit“ – jetzt in 2. Auflage – hat in gemeinsamen Diskussionen von mir und einer der Herausgeberinnen Gestalt angenommen.
- S. 9: „Security Beyond the State“ habe ich bei den Herausgeberinnen angestoßen, als wir uns auf einer Konferenz in Sizilien trafen. Die beiden Nachwuchswissenschaftlerinnen wären von allein nicht auf die Idee gekommen.
- S. 11: „Scham Macht Geschlecht“ erscheint als ausgezeichnete Doktorarbeit in unserem Dissertationswettbewerb „promotion“ – übrigens für die Autorin kostenfrei.
- S. 11: Die Reihe L’AGENDa (S. 11) geht auf konzeptionelle Gespräche meiner Lektorinnen zurück.
- ...
- S. 32: Die Reihe „Schreiben im Studium“ ist aus Diskussionen meiner Lektorin mit dem renommierten Bielefelder Schreibzentrum entstanden.

### **Folge**

Die Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell können so verheerend sein, dass wir uns die konzeptionell-kreative Arbeit nicht mehr leisten können. Zahlreiche Publikationen, viele Reihen, Lehr- und Handbücher würden ohne unseren Input nicht entstehen.

\* \* \*

### **Verkennen der Stellung der Wissenschaftsverlage**

Das Haucap-Gutachten, auf das der Gesetzesentwurf sich stützt, behauptet, Verlage könnten durch schlichte Preiserhöhungen die entstehenden Verluste im Primärmarkt (!) ausgleichen. Mag sein, dass dies für den Bereich Jura oder die ökonomisch relevanten Bereiche Naturwissenschaften, Medizin denkbar ist: Für unsere Fachbereiche ist dies eine Illusion.

### **Beispiel I**

Der Lehr- und Studienbuchbereich ist besonders preispfindlich. Studierende sind selten bereit, für ihre Literatur Preise über 25 Euro zu bezahlen. Durch beständige Marktsondierung bekommen wir regelmäßig Rückmeldung zur Akzeptanz von Preisen.

### **Folge**

Insbesondere der Lehr- und Studienbuchmarkt würde durch das UrhWissG in der vorliegenden Form weitestgehend zerstört. Durch privatwirtschaftliche Investition getragene, von mir mit eigenem Risiko produzierte Publikationen wären kaufmännisch nicht mehr vertretbar. Entweder würde dies dazu führen, dass Lehr- und Studienliteratur mit Druckkostenzuschüssen kalkuliert werden müssten – oder Lehrende würden in ihren Veranstaltungen lediglich die eigenen Skripte verwenden.

### **Beispiel II**

Wir arbeiten seit Jahren mit der Deutschen Gesellschaft für Soziale Arbeit zusammen, deren Hausverlag wir sind. In der Sozialen Arbeit sind Preise für Monografien und normale Sammelbände über 25 Euro bereits schwer durchzusetzen, in seltenen Fällen bis zu 30 Euro. Deutlich höhere Preise – die wir bei Beschädigung des Primärmarktes nehmen müssten – führen i.d.R. dazu, dass die Bücher ausschließlich institutionell bestellt werden, sprich: Höhere Preise, geringerer Absatz. Das ist keine Schraube, an der wir nach Belieben drehen können, ohne Schaden zu nehmen.

### **Folge**

Für alle Fachbereiche gibt es Obergrenzen mit Blick auf die Preisakzeptanz am Markt. Für einige Fachbereiche sind diese Obergrenzen schneller erreicht: Es wären vor allem diese Fachbereiche, die mit den wenigsten Ressourcen, die Publikationen stärker subventionieren müssten oder auf andere Publikationsformen – graue Literatur, Self-Publishing – ausweichen müssten.

Der im Haucap-Gutachten explizit angesprochene Schaden des Primärmarktes würde mittelfristig zum Zusammenbruch unseres grundlegenden Geschäftsmodells führen: Die Erlöse aus den regulären Verkäufen würden umso schneller zurückgehen, je höher wir die Preise ansetzen, um die Verluste auszugleichen. Am Ende bliebe uns nur das reine Subventionsgeschäft.

\* \* \*

## Ausspielen der „guten“ Wissenschaft gegen die „böse“ Marktwirtschaft

Der Gesetzesentwurf schaut auf das Verhältnis von Bibliotheken mit deren NutzerInnen zu AutorInnen und Verlagen. Dabei wird die Seite der Bibliotheken/NutzerInnen per se als nicht-kommerziell dargestellt. Die ökonomischen Interessen von AutorInnen werden wegdefiniert. Die ökonomischen Interessen der Verlage werden kleingeredet, in den Diskussionen wird gar deren Rechtmäßigkeit in Frage gestellt. Dabei liegt das wirtschaftliche Wohlergehen der Verlage im ureigenen Interesse der Wissenschaft – zum Beispiel im internationalen Wettbewerb.

### Beispiel

Seit Gründung begleite ich die Internationalisierung unserer Wissenschaften. Die Forderungen der Wissenschaftspolitik – ausgehend von der aktuellen Vorherrschaft von Naturwissenschaft und Technik, begründet in ihrer ökonomischen Bedeutung – beinhalten für unsere AutorInnen, dass sie möglichst häufig in internationalen, peer reviewed, „gerankten“ Journals publizieren sollen. Das Mindeste ist jedoch eine gewisse internationale Sichtbarkeit, die für unsere Wissenschaften von Bedeutung ist.

Dies war für mein Team und mich der Grund, mit der International Political Science Association deren größtes zusammenhängendes Publikationsprojekt zu realisieren: Die Buchreihe: „The World of Political Science – the development of the discipline“ ([https://shop.budrich-academic.de/?v=3a52f3c22ed6&filtering=1&orderby=date-desc&filter\\_reihe=the-world-of-political-science-the-development-of-the-discipline-book-series](https://shop.budrich-academic.de/?v=3a52f3c22ed6&filtering=1&orderby=date-desc&filter_reihe=the-world-of-political-science-the-development-of-the-discipline-book-series)) in zwölf Bänden. Verbunden ist die Vereinbarung mit der IPSA mit dem regelmäßigen Besuch ihres World Congress, der mittlerweile alle zwei Jahre stattfindet, zuletzt 2012 in Madrid (Spanien), 2014 in Montréal (Kanada) und 2016 in Posen (Polen). Unsere Kosten für diese Kongresse übersteigen alle Erlösmöglichkeiten durch die Buchreihe um ein Vielfaches. Solche Aktivitäten sind nur möglich durch Querfinanzierungen – Erlöse aus allen Bereichen fließen zusammen und machen so die Präsenz unseres Verlages international möglich. Damit haben unsere AutorInnen eine Anlaufstelle: Es ist mittlerweile üblich, sich an unserem Stand zu verabreden – und die Sichtbarkeit der deutschen Politikwissenschaft ist in diesem internationalen Kontext sichergestellt.

### Folge

Die (Teil-)Enteignung mit Fokus auf einen kleinen Bereich der Verlagstätigkeit beschädigt das Geschäftsmodell insgesamt – wie oben gezeigt. Die Teil-Enteignung der deutschen mittleren und kleinen Verlage führt zu einer Benachteiligung im internationalen Wettbewerb. Ungeachtet unserer internationalen Aktivitäten machen wir unser Hauptgeschäft – auch das Hauptgeschäft mit englischsprachigen Titeln – durch den Verkauf von Büchern und Zeitschriften auf dem deutschen Markt. Anders als die internationalen Großkonzerne können wir nicht unsere Aktivitäten „mal eben“ nach Brasilien oder Indien verlagern. Durch fehlende Entschädigung werden kleinere Verlage sogar noch unverhältnismäßig stärker geschädigt als Große.

\* \* \*

## Zerstörung des Primärmarktes Lehr- und Studienbuch durch die Wissenschaftsschranke

Wie oben ausgeführt ist es nicht möglich, die Preise für Lehr- und Studienliteratur nach Belieben hochzuschrauben: Die Akzeptanz des Marktes setzt hier (enge) Grenzen. Die Situation am Markt ist ohnehin ökonomisch schwierig. Die Wissenschaftsschranke beschädigt diesen Primärmarkt und kann zum Zusammenbruch führen.

### Beispiel

Die utb ist eine seit 1970 bestehende Arbeitsgemeinschaft aus 14 Wissenschaftsverlagen, die für 30 Fachbereiche Lehr- und Studienliteratur bereitstellt. Die Umsätze pro Titel sind in den vergangenen zehn Jahren dramatisch eingebrochen (um etwa 41%) und konnten nur durch digitale Angebote, geschützt durch den Lizenzvorrang, abgemildert werden – auf einen Umsatzrückgang von 27% pro Titel. Angesichts des Allzeit-Hochs in den aktuellen Studierendenzahlen hatten wir die Erlössituation mit Blick auf die demografische Entwicklung für diese Jahre anders erwartet.

Die Studiengewohnheiten haben sich mit Einführung des Bachelor/Master-Systems stark verändert. Gelesen und studiert wird nach den Vorgaben der Lehrenden, modular und möglichst prüfungsrelevant. Die Semesterapparate enthalten aus diesem Grund nicht ganze Lehrbücher sondern lediglich Teile daraus – einzelne Teile aus unterschiedlichen Lehrbüchern. Der größte Teil des Primärmarkts für das Lehr- und Studienbuch wird also durch das Bereitstellen digitaler Ausschnitte aus diesen Büchern bedient.

Wir haben eine neue mehrbändige Reihe zur Einführung in das Studium der Sozialen Arbeit konzipiert – gemeinsam mit den führenden WissenschaftlerInnen im deutschsprachigen Raum. Die Bände sind häufig Sammelbände. Nach dem Willen des UrhWissG dürfen ganze Beiträge aus Sammelbänden pauschal vergütet und ohne Einzelnutzungsnachweis verwendet werden.

Lässt man bei den Monografien Einleitung und Schluss weg und beschränkt sich auf den jeweils veranstaltungsrelevanten Teil – ohne Tipps, Hinweise und weitere Didaktisierungen –, dann deckt die Schranke das Notwendige ab; dann braucht unter dem UrhWissG niemand mehr ein Buch zu kaufen.

Selbst wenn wir als Verlag an der VG Wort-Entschädigung beteiligt würden – eines Tages, von heute aus betrachtet unkalkulierbar –, angemessen im Vergleich zum Aufwand kann dies nicht sein. Verglichen mit einer tatsächlich in bezahlter Zeit geschriebenen Auftragsforschung z.B., die dann mit Druckkostenzuschuss veröffentlicht würde, wäre dies an Ungerechtigkeit kaum zu überbieten – für AutorInnen und Verlag.

### Folge

Wir – AutorInnen und Verlag gleichermaßen – würden für unser Engagement für Lehre und Studium abgestraft. Kurzfristig würden unsere Kalkulationen durch die geänderten Rahmenbedingungen zerstört – die Planung für diese Buchreihe reicht über zehn Jahre (!) zurück. Langfristig würde der Lehr- und Studienbuchmarkt für uns nur noch als reines Subventionsgeschäft tragbar sein.

\* \* \*

## Bestrafen privatwirtschaftlicher Investitionen

Die Einführung des Vorrangs von Lizenzangeboten der Verlage („Verlagsvorrang“) im Jahre 2003 legte Wissenschaftsverlagen die Investition in entsprechende Angebote nahe. Diese hohen privatwirtschaftlichen Investitionskosten werden durch die Abschaffung des Verlagsvorrangs obsolet gemacht.

### Beispiel

Es hat bei uns bis zum Jahr 2010 gedauert, bis wir wirtschaftlich in der Lage waren, eine eigene Zeitschriftenplattform für unsere Fachzeitschriften anzubieten. Dadurch konnten wir den Verlagsvorrang für unsere Zeitschriftenangebote sicherstellen.

Die Investitionskosten für diese Plattform überstiegen 2010 unseren Gewinn. Durch laufende Updates und Betriebskosten bleiben die Kosten konstant, die Marge schmal.

Dieses Jahr haben wir drei bereits eingeführte Zeitschriften erstmals in unseren Umsätzen – und befinden uns per 30.4. auf Vorjahresniveau. Mit anderen Worten: Faktisch sind unsere Umsätze eingebrochen. Möglicherweise bereits ein Effekt aus den aktuellen Rechtsunsicherheiten gemischt mit der Vorfreude auf Einsparpotenzial auf Bibliotheksseite bei pauschal vergüteter Nutzung? Eine pauschal vergütete Nutzung, bei der wir, wie oben aufgeführt, nach aktueller Lage von Recht und Gesetz leer ausgehen.

### Folge

Anders als zum Beispiel die Kollegen von Springer, Elsevier und Wiley mit ihren Tausenden von (hochpreisigen) Zeitschriften – zum großen Teil aus der (ökonomisch) bedeutenden Naturwissenschaft und Technik – sind wir mit unseren 30 Zeitschriften aus den – ökonomisch unbedeutenderen – Sozial- und Erziehungswissenschaften aus Bibliothekssicht tendenziell nicht so wichtig. Eine Bibliothek wird sich überlegen, die Tausenden von Zeitschriften – vielleicht noch günstig über DEAL verhandelt – „von Hand“ einzuscannen. Aber 30 Zeitschriften? Wenn die pauschal vergütete Nutzung einer Bibliothek also wenig Aufwand bei geringeren Kosten in Aussicht stellt, ist es haushaltstechnisch vernünftig, unsere Zeitschriften abzubestellen – und bei Bedarf einzuscannen. Das führt zu einem Sterben unserer Zeitschriften.

\* \* \*

## Unsichere und unfaire Rahmenbedingungen

Als der BGH im Jahre 2013 urteilte, dass – vereinfacht gesprochen – die Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte in digitalen Semesterapparaten nach Nutzungsintensität vergütet werden muss, reagierten wir im Rahmen der utb sofort mit Gründung eines innovativen Unternehmens. Doch Hochschulen können durch Widerstände nicht nur BGH-Urteile faktisch aushebeln, sondern sogar Gesetzesänderungen erwirken: Das UrhWissG soll das BGH-„Unrecht“ kompensieren. Zum Schaden der Verlage.

### Beispiel

Die Plattform [www.digitaler-semesterapparat.de](http://www.digitaler-semesterapparat.de) wurde mit hohen Investitionskosten und hervorragender Technik auf der Höhe der Zeit aufgesetzt. Sie bietet über den §52a hinausgehende Nutzungsmöglichkeiten, ist komfortabel zu nutzen, rechtssicher und fair. Mittlerweile sind rund 55.000 Titel von über 50 Verlagen (Stand Januar 2017) über die Plattform erhältlich. Die PDF-Dateien werden – mit Eingabe weniger Daten – seitengenau geliefert und abgerechnet.

### Folge

Wenn die innerhalb der Schranken zu nutzenden Auszüge nur groß genug sind, sind jegliche Lizenzangebote von Verlagen überflüssig. Im Grunde reicht das von den Verlagen einzureichende Pflichtexemplar aus, um es via National- oder Landesbibliothek in den jeweils gewünschten Stückelungen an die weiteren Bibliotheken zu übermitteln. Wenn der Staat Gelder investiert, dieses System noch zu verfeinern, bleibt jegliche privatwirtschaftliche Investition chancenlos.

Privatwirtschaftliche Investitionen und Investitionsbereitschaft werden so durch unsichere Rahmenbedingungen und unfaire Eingriffe in den Primärmarkt durch die Wissenschaftsschranke untergraben, wenn nicht sogar bestraft.

### Zum Meldeaufwand bei Einzelerfassung:

Der Meldevorgang für einen Auszug bestand im Wesentlichen darin, dass in eine entsprechende Meldemaske der VG WORT drei Daten eingegeben werden müssen – nämlich die ISBN des verwendeten Titels, der Seitenumfang und die Teilnehmerzahl der betreffenden Lehrveranstaltung. Nach dem offiziellen Auswertungsbericht der Universität Osnabrück über den Testlauf betrug der durchschnittliche Meldeaufwand je Auszug 3,78 Minuten (Bericht S. 39). Durch Verbesserungen des VG WORT Portals im Anschluss an den Testlauf wurde dieser Aufwand weiter reduziert.

Die Auswertung stellte allerdings auch fest, dass die Dozenten den tatsächlichen Meldeaufwand subjektiv deutlich überschätzten (durchschnittlich geschätzt: 6,32 Minuten). Nicht thematisiert wurde, dass dem Aufwand auch ein klarer Gegenwert gegenübersteht, nämlich die zeitsparende Möglichkeit, überhaupt Auszüge zu nutzen, *ohne* dafür die Zustimmung der Rechteinhaber einholen zu müssen.

Quelle: <http://booktex.de/thesen-urhwissg/> (Zugriff: 21.5.2017)

## Teil II: Die Zukunft des Verlages Barbara Budrich

### Szenario 1 – Das Ende des Zeitschriftenbereichs

Die aktuellen Zahlen machen es wahrscheinlich, dass unser Zeitschriftensegment durch die Einführung des UrhWissG am zügigsten beschädigt wird. Da unsere Zeitschriften in der Hauptsache auf verlagseigenes Risiko produziert werden, werden nur wenige überleben können.

Bei uns würde dadurch eine Vollzeitstelle wegfallen, der Schaden an unserer Reputation wäre enorm, der Nachteil für unsere Wissenschaften groß. Die festen Freien aus den Bereichen (mutter-sprachliches) Lektorat, Satz und Grafik hätten ebenfalls Einkommenseinbußen zu verkraften, wie auch unsere Partner in allen weiteren Produktions- und Vertriebsbereichen, nicht zuletzt der Buchhandel.

### Szenario 2 – Das Ende des Lehr- und Studienbuchs

Die Entwicklungen der letzten zehn Jahre machen dem Lehrbuchmarkt zu schaffen. In dieser Zeit haben wir es geschafft, den faktischen Rückgang von 27% zu überleben. Die Margen sind dünn geworden: Weitere Umsatzeinbußen können nicht aufgefangen werden.

Bei uns würde dadurch eine Vollzeitstelle im Lektorat wegfallen, der Schaden an unserer Reputation wäre enorm, der Nachteil für Bildung und Lehre groß. Die festen Freien aus den Bereichen Lektorat, Satz und Grafik hätten ebenfalls Umsatzeinbußen zu verkraften, wie auch unsere Partner in allen weiteren Produktions- und Vertriebsbereichen, nicht zuletzt der Buchhandel.

Das Geschäftsmodell, mit dem utb über mehr als 40 Jahre Hochschulen mit hochwertiger Studientliteratur versorgt hat, würde zerstört.

### Szenario 3 – Umbau des Geschäftsmodells

Aktuell bestreiten wir nur rund 20% unseres Gesamtumsatzes aus Druckkostenzuschüssen. Weitere Eingriffe in unseren Primärmarkt würden den Umbau unseres Geschäftsmodells erzwingen. Von einem kreativ-konzeptionell, international, beratend und als Partner der Wissenschaft agierenden angesehenen Verlagshaus würden wir zu einem besseren Druckdienstleister mit angeschlossenen Verlags-Services werden. Unser gesellschaftliches Engagement (s. z.B. REFUGIUM [www.refugium.budrich.de](http://www.refugium.budrich.de)) könnten wir uns nicht mehr leisten. Die Quersubventionierung internationaler Aktivitäten etc. wäre kaum mehr möglich. Der Transfer der Wissenschaft in die Gesellschaft wäre ein Luxus, der ebenfalls nur mit Subventionen zu erkaufen wäre. Wollen wir das? Wollen unsere Partnerinnen und Partner in der Wissenschaft das?

Vermutlich würde dies zwei weitere festangestellte Mitarbeiter freisetzen, da die konstanten Personalkosten bei projektabhängiger Finanzierung zumindest in der Übergangsphase zu riskant erscheinen würden.

Um das Geschäftsmodell auf das Subventionsgeschäft umzubauen, benötigten wir zudem in etwa drei Jahre: So lang sind im Schnitt Vorlaufzeiten vom Vertragsabschluss bis zum fertigen Buch, also von der Kalkulation bis zu spürbaren Auswirkungen.

Möglich, dass ich mich also für die Übergangszeit auf nur ein, zwei Festangestellte stützen könnte und stärker auf feste Freie setzen müsste, um das Risiko zu minimieren und die Überlebenschance an sich zu maximieren.

#### **Szenario 4 – Verkauf des Verlags**

Bei einer Umsatzrendite von um die 5% - Benchmark im Wissenschaftsbereich liegt zwischen 5 und 10% – werde ich als Unternehmerin ohnehin von vielen Kollegen aus anderen Branchen belächelt.

Ich mache das, weil ich es liebe. Ich bin mit der Verlegerei aufgewachsen, habe im Verlag lesen, durch die Ablage das Alphabet und durch die Buchhaltung das Rechnen gelernt.

Ich mache es auch, weil ich es kann. Ich bin gelernte Verlagskauffrau, habe mir ein zwölfmonatiges Praktikum in Australien organisiert und nach dem Studium bei einem der besten und aufrechtesten Verleger gearbeitet, den ich kenne – bei meinem Vater.

Ich mache es, weil ich fest daran glaube, dass die Sozialwissenschaften einen Wert haben, der in Euro nicht zu bemessen ist. Wir sehen am Zustand unserer Gesellschaft und am Zustand dieser Welt, dass die Vorherrschaft von Naturwissenschaften und Technik allein für uns nicht gut ist.

Und ich mache es, weil ich als Unternehmerin selbstwirksam sein kann und eigenverantwortlich handeln kann.

Wenn durch das UrhWissG das grundlegende Geschäftsmodell meines Verlages zerstört wird, wenn Sie mich quasi entschädigungslos enteignen, werde ich meinen Verlag über kurz oder lang verkaufen müssen. Kaufen wird einer der großen Konzerne.

Dies wird die Monopolisierung bei den Wissenschaftsverlagen weiter vorantreiben und es ist ein weiterer Nagel für den Sarg guter Bildung und unabhängiger Wissenschaft.



### Teil III: Der Verlag Barbara Budrich: Geschäftsmodell, Philosophie und Verlagsarbeit

Im Folgenden stelle ich den Verlag Barbara Budrich und einige ausgewählte Arbeitsbereiche des Verlags vor. Die Darstellung ist mitnichten umfassend, lässt jedoch einen Einblick zu in die überaus vielschichtige und komplexe Arbeit wie auch in die aktive Rolle, die wir als Wissenschaftsverlage innehaben. Wir sind damit nicht außergewöhnlich, sondern reihen uns ein in eine muntere Landschaft moderner, zum größten Teil hochdigitalisierter Wissenschaftsverlage in Deutschland – über 300 an der Zahl.

Der Verlag Barbara Budrich wurde von mir, Barbara Budrich, im Mai 2004 als Einzelfirma gegründet.

Der Verlag versteht sich als Publikationspartner für die Sozial- und Erziehungswissenschaften und bedient folgende Fachbereiche

- Erziehungswissenschaft
- Gender Studies
- Politikwissenschaft
- Soziale Arbeit
- Soziologie

Neben mir als Eigentümerin/Geschäftsführerin besteht das Team aktuell aus

- fünf Vollzeit- und
- vier Teilzeitkräften,
- drei Minijobbern und
- einer Jahrespraktikantin (duale Schulausbildung mit drei Tagen im Betrieb).

Zudem arbeitet der Verlag intensiv mit über 20 FreiberuflerInnen zusammen, die in den Bereichen Lektorat (auch muttersprachlich-englisch), Grafik, Satz und Repräsentanz (z.B. bei zahlreichen Veranstaltungen in Berlin und in U.K.) für den Verlag tätig sind. Durch Partner haben wir Büros in Berlin, London (U.K.) und Toronto (Kanada).

Im Jahr veröffentlichen wir etwa 150 Neuerscheinungen und echte Neuauflagen, davon rund 10% auf Englisch. Hinzukommen rund 30 Zeitschriften/ Periodika, davon 5 auf Englisch, 4 im Open Access. 16 Zeitschriften arbeiten mit einer Moving Wall, das heißt, nach Ablauf einer bestimmten Zeit (24-36 Monate) werden die Beiträge der Zeitschriften in den Open Access gestellt und an die jeweils einschlägigen Open Access-Repositoryen (peDOCs bzw. SSOAR) geliefert.

In den vergangenen 5 Jahren wurden 6 Zeitschriften neu gegründet, 6 weitere, bereits eingeführte Zeitschriften haben wir neu in unser Programm übernommen.

## Geschäftsmodell

Ca. 70% der Verlagserlöse werden durch den Verkauf von Büchern und Zeitschriften – jeweils gedruckt wie digital – erwirtschaftet. Rund 20% erlöst der Verlag durch Druckkostenzuschüsse. Etwa 10% sind z.B. Open Access-Gebühren, Lizenzeinnahmen (z.B. aus dem Verkauf von internationalen Lizenzen/ Übersetzungen), Anzeigenerlöse, Erlöse von budrich training (Schulungen zur wissenschaftlichen Kommunikation), Erlöse aus dem Segment budrich agency (PR- und Marketingagentur für die Wissenschaft) usw.

Das Ergebnis vor Steuern lag in den vergangenen fünf Jahren bei rund 5% vom Jahresumsatz.

## Die vier Säulen der Verlagsarbeit

Das Verlagsprogramm ruht auf vier Säulen:

1. **Lehr- und Studienbuch** – Der Verlag Barbara Budrich stellt qualitätsgeprüfte Literatur für Lehre und Studium bereit. Die Lehrbücher werden vornehmlich unter dem Label utb veröffentlicht – eine Arbeitsgemeinschaft für Lehr- und Studienliteratur von 14 Wissenschaftsverlagen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.
2. Qualitativ hochwertige **Literatur für die interne Wissenschaftskommunikation** – Von Forschungsarbeiten über den größten Teil der Fachzeitschriften bis hin zu Kompendien bilden diese Publikationen unsere Bezugswissenschaften in Breite und Tiefe ab.
3. **Internationalisierung** – Wir begleiten die Internationalisierung unserer Bezugswissenschaften. Die intensive Kooperation mit internationalen Fachgesellschaften – wie z.B. der International Political Science Association (IPSA) mit Sitz in Kanada – wie auch mit internationalen Kollegen – wie z.B. dem renommierten polnischen Verlag Wydawnictwo Adam Marszałek – ist genauso Ausdruck dieser Internationalisierung wie die Präsenz auf zahlreichen internationalen Fachkongressen (s. Anlage 1). Englischsprachige Bücher und Zeitschriften stammen aus internationalen Federn und werden von internationalen Redaktionen betreut. Entsprechend haben wir ein Vertriebsnetz, das sich über die ganze Welt spannt (s. Anlage 2).
4. **Transfer** – Der Transfer wissenschaftlichen Wissens in eine breitere Öffentlichkeit, z.B. auch in Form politischer Bildung, ist uns ein Anliegen. Eine der wichtigsten Zeitschriften für diesen Bereich ist „Gesellschaft. Wirtschaft. Politik – GWP“, deren Redaktion allein von uns getragen wird. Diese Zeitschrift wie auch die Buchtitel dieses Segments bedürfen besonderer Betreuung und Begleitung – von Lektorat über Herstellung bis hin zu Marketing und Vertrieb –, um entsprechende Aufmerksamkeit zu generieren. Gelegentlich fallen hierunter auch Übersetzungen aus dem Englischen. Insbesondere in Kooperation mit Südafrika haben wir in diesem Bereich außergewöhnliche

2014 erschien die deutsche Übersetzung der Autobiografie von Michael Lapsley, der im Kampf gegen die Apartheid durch einen Briefbombenanschlag beide Hände verlor und seit seiner Genesung im Bereich der Traumarbeit international aktiv ist. Ich lernte Michael Lapsley auf einer internationalen Konferenz in Bloemfontein, Südafrika, kennen und durfte ihn seit Veröffentlichung des Buches zweimal auf Autorenreise durch Deutschland und Luxemburg begleiten.

Titel veröffentlicht, wie das Buch der Psychologin Prof. Pumla Gobodo-Madikizela, das ich selbst ins Deutsche übersetzt habe – auf Bitten des renommierten deutschen Historikers und langjährigen Leiters des KWI in Essen, Prof. Dr. Jörn Rösen.

## Die verlegerischen Standards im Verlag Barbara Budrich

### Partner der Wissenschaft

Partnerschaftliches Miteinander auf Augenhöhe charakterisiert unsere Arbeit. Das führt dazu, dass wir mit vielen unserer Autorinnen und Autoren persönlich verbunden sind. Zudem führt es dazu, dass viele – auch namhafte – WissenschaftlerInnen wieder und wieder mit uns veröffentlichen und Fachgesellschaften mit uns ihre Publikationsstrategien beraten. Unter anderem schätzt auch die IPSA meine Expertise: Im Dezember 2017 bin ich auf einem Podium zum Thema „Wissenschaftliches Publizieren“.

**Fritz Bohnsack:** Ich bin Autor bei Budrich, weil ...  
der Verlag mit mir effektiv, zuverlässig, flexibel und persönlich erfreulich gearbeitet hat.

### Programmarbeit

Unser Lektorat hat die Aufgabe, passende Publikationen für unser Verlagsprogramm auszuwählen. Publikationen müssen von daher

- thematisch einschlägig sein: Wir fokussieren auf unsere Fachbereiche;
- von Zuschnitt und Ausrichtung passen: Wir publizieren in der Regel keine Qualifikationsarbeiten vor der Dissertation; bei Dissertationen achten wir auf einen nicht zu engen Fokus. Publikationen, die populistische, rassistische oder diskriminierende Ansichten vertreten, werden bei uns nicht veröffentlicht.
- wissenschaftlichen Ansprüchen genügen: Nicht-wissenschaftliche Publikationen werden nur in Ausnahmefällen zur Veröffentlichung übernommen, wie z.B. die zuvor genannte Autobiografie von Michael Lapsley.
- sprachlichen Standards genügen: Jede Publikation durchläuft zusätzlich zu den Lektoratsdiskussionen um die Aufnahme ins Programm zumindest einen kurzen Begutachtungsprozess.

Programmarbeit bedeutet zudem, dass wir im Austausch und in Abstimmung mit unseren Wissenschaften beständig die Produktion neuer Bücher und Zeitschriften (mit) anregen.

Beispiele konzeptioneller Arbeit:

Voraussichtlich 2018 erscheint das **Handbuch Armut**, das auf meine Initiative zurückgeht.

An der Entstehung der **Zeitschrift ERIS**, die unter englischer und französischer Redaktionsleitung bei uns in einem deutschen Verlag erscheint, bin ich maßgeblich beteiligt gewesen.

Die **Studienbuchreihe „Kompetent lehren“**, die im Rahmen der utb erscheint, habe ich gemeinsam mit der Herausgeberin entwickelt.

## Qualitätssicherung

Jedes Buch – auch jede Dissertation – wird bei uns im Lektorat geprüft und erhält nach Aufnahme ins Programm zumindest ein Kurzgutachten.

Lehr- und Studienbücher werden durch uns lektoriert, auf Lesefreundlichkeit, Didaktisierung, Orthografie, Interpunktion, Stilistik geprüft und in der Überarbeitung begleitet.

## Technische und Gesamtbetreuung

Als Partner der Wissenschaft betreuen wir unsere AutorInnen und begleiten sie durch den gesamten Publikationsprozess.

Dissertationen werden zumeist von PDF-Dateien produziert, die von den AutorInnen erstellt werden. Bei Lehr- und Studienbüchern unterstützt die Typografie jedoch Konzeption und Wirksamkeit der Werke, deshalb wird das Layout von uns in Abstimmung mit den AutorInnen erstellt. Marginalien, lebende Kolummentitel, Abbildungen, Glossare, Register und weitere Didaktisierungen werden von uns häufig als notwendig erachtet, um ein Lehr- und Studienbuch angemessen aufzubereiten. Die WissenschaftlerInnen wären in den meisten Fällen mit der entsprechenden Aufbereitung überfordert – deshalb ist die Arbeitsteilung sinnvoll.

Die persönliche Betreuung, das Beraten mit Blick auf Publikationsstrategien, Diskussionen um die beste Titelformulierung und Titelgestaltung, die Zusammenarbeit mit Blick auf Vermarktung und Verbreitung bei größtmöglicher Transparenz – all dies sind Dinge, die unsere AutorInnen an uns schätzen.

## Vertrieb

Zur Vertriebsarbeit gehören selbstverständlich

- Vergabe von ISBN, eISBN
- ISSN, ISSN-online
- DOI-Vergabe über CrossRef
- VLB-Meldung (ONIX)
- Verschlagwortung nach Branchenstandards (THEMA, Warengruppen, BIC (intl))
- Vorankündigung nach Branchenstandards
- VertreterInnen-Briefing bzw. Präsentation der Titel im Handel
- Abgabe von Pflichtexemplaren
- Erstellen und Pflege von Metadaten
- Aufnahme in kommerzielle Datenbanken (Zeitschriften – SSCI etc.)
- Pflege von Datenbanken
- Meldenummernvergabe

**Mariam Tazi-Preve:** Die Betreuung durch die Lektorinnen des Barbara Budrich Verlages ist unkompliziert, persönlich und sehr angenehm. Es ist ein kleines, aber feines Team. [...] Man merkt das Engagement und wie erfolgreich mit der totalen Digitalisierung umgegangen wird. Das ist natürlich nicht leicht in Zeiten, da Urheberrechte zu verschwinden drohen.

- Auflagenmanagement
- Remittendenmanagement
- Kommunikation mit Kunden und Partnern
- Laufende Aktualisierung unserer Informationen
- Laufende Anpassung an neue technische und rechtliche Gegebenheiten sowie Nutzerwünsche
- Aktualisierung unserer Software

Der Vertrieb der Bücher und Zeitschriften läuft über unterschiedliche Kanäle:

### Zeitschriftenvertrieb

- Endkundenvertrieb
  - Abonnements print+online, Online-Zugang über Name/ Passwort auf unserer Zeitschriftenplattform budrich journals ([www.budrich-journals.de](http://www.budrich-journals.de); [www.budrich-journals.com](http://www.budrich-journals.com))
  - Einzelhefte print+online, Bestellung über unseren Shop ([www.budrich-verlag.de](http://www.budrich-verlag.de), [www.barbara-budrich.net](http://www.barbara-budrich.net))
  - Direktbestellungen beim Verlag
  - Verkauf auf Veranstaltungen
  - Einzelbeitragsdownload über budrich journals mit Micropayment (PayPal)
- Vertrieb über Buchhandel, Aggregatoren, Plattformen, national und international, z.B.
  - Missing Link
  - Schweitzer
  - Dietmar Dreier
  - Scholars elibrary
  - Genios
  - EBSCO
  - ProQuest
  - CNKI (China)
  - Gale/Cengage
  - Wydawnictwo Adam Marszałek
- Direktvertrieb an Institutionen
  - Abonnements und Einzelhefte print+online an Hochschulen und Institutionen in Deutschland und der ganzen Welt; Online-Zugang über IP/VPN
- Open Access-Zeitschriften
  - Verbreitung unter CC-Lizenz
  - über unsere eigenen Webseiten
  - über Repositorien z.B.

**We are journal editors with Barbara Budrich because...**

**John Groom:** She showed a real interest in our journal and its philosophy from the start. There is a flexibility rare among publishers.

**Christian Lequesne:** Working with Barbara Budrich is very professional and international. Barbara and her team is very open to new fields of research and very innovative in terms of publishing.

- peDOCS (DIPF) für die Erziehungswissenschaft/ Soziale Arbeit
- SSOAR (GESIS) für die Sozialwissenschaften

## Buchvertrieb

- Endkundenvertrieb
  - print+online über unseren Shop ([www.budrich-verlag.de](http://www.budrich-verlag.de))
  - Direktbestellungen beim Verlag
  - Verkauf auf Veranstaltungen
- Vertrieb über den Buchhandel/ Zwischenbuchhandel
  - Barsortimente (z.B. KNV, Umbreit)
  - Online-Buchhandel (z.B. Amazon.de, co.uk, .com)
  - Fachbuchhandel (z.B. Dietmar Dreier, Heinrich-Heine)
  - Allgemeine Sortimente
- Vertrieb über Plattformen
  - Scholars elibrary
  - utb-studi-e-book
  - EBSCO
- Vertrieb an Institutionen
  - Direktbestellungen beim Verlag
  - über Buchhandel/ Zwischenbuchhandel/ Plattformen
- Vertriebspartner
  - Brockhaus Commission (Auslieferung D und ROW)
  - Columbia University Press (Auslieferung USA, Kanada, Südamerika und Australien/Neuseeland)
  - weitere s. Anlage 2
- Open Access-Bücher
  - Verbreitung unter CC-Lizenz
  - über unsere eigenen Webseiten
  - über Repositorien z.B.
    - peDOCS (DIPF) für die Erziehungswissenschaft/ Soziale Arbeit
    - SSOAR (GESIS) für die Sozialwissenschaften

## Marketing

Auch wissenschaftliche Literatur wird nicht allein über Suchmaschinen gefunden: Laufende Information einschlägig Interessierter, Präsentation der Publikationen auf Veranstaltungen, Rezensionen in wichtigen Medien – all dies sind Facetten des Marketings für unser Programm. Anlagen 3 und 4 geben detaillierte Einblicke in das Buch- und Zeitschriftenmarketing. Hier nur ein paar Stichworte zu unseren Werbemitteln und Marketingaktivitäten:

**Bernhard Gareis:** I am author with Barbara Budrich because... this a dynamic publisher that brings my writings to the attention of an ever increasing professional audience and that at the same time does its utmost to maintain an encouraging, trustful and personal relationship with me as an author.

- **Kurztext, Langtext, Aus dem Inhalt, Autoreninfo, Schlagworte, Zielgruppen** – zusammen mit einer klaren Titelformulierung und ansprechend gestalteten Covern sind dies die Grundlagen für Vertrieb und Marketing.
- **Vorschau Herbst/ Frühjahr:** Zweimal jährlich werden die Titel für das jeweils anstehende Halbjahr präsentiert, jeder Titel nur einmal i.d.R. vor Erscheinen. Unsere Vorschau hat aktuell eine Auflage von 7.500 Exemplaren, die nahezu vollständig per Post an unsere Kundschaft verschickt wird – individuelle WissenschaftlerInnen, Medienleute, Institutionen, Buchhandel, Partner.
- **Themenkataloge:** Für jeden unserer Fachbereiche erstellen wir mindestens einmal jährlich einen neuen Hauptkatalog, der alle aktuellen Titel enthält. Die Auflagen liegen zwischen 2.000 und 5.000 Exemplaren – je nach Fachbereich und Einsatz (Beilage in Zeitschriften)
- **Zeitschriften/Themen/Reihenflyer:** Zu unterschiedlichen Anlässen (Zeitschriften/Konferenzmappen-Beilagen, Buchpräsentationen, Aussendungen) werden einschlägige Leporellos produziert. Die Auflagen liegen zwischen 500 und 10.000 Exemplaren.
- **Postkarten/Visitenkarten:** Zu unterschiedlichen Anlässen werden für Zeitschriften oder einzelne Bücher besondere Werbemittel produziert. Die Auflagen liegen zwischen wenigen Hundert und mehreren Tausend.
- **Waschzettel:** Das grundlegendste aller Werbemittel entsteht mit der Vorankündigung für jedes einzelne Buch und wird bis zum Erscheinen laufend aktualisiert.
- **Newsletter:**
  - budrich intern (deutsch) erscheint etwa monatlich und präsentiert die jeweiligen Neuerscheinungen sowie Tipps und Termine. Im Verteiler sind aktuell über 6.000 Adressen.
  - budrich international (englisch) erscheint etwa viermal jährlich und fokussiert englischsprachige Titel und internationale Aktivitäten. Im Verteiler sind aktuell rund 1.500 Adressen.
- **Pressearbeit:** Wir stehen in Kontakt mit einer Vielzahl einschlägiger Medien. Wir informieren sie regelmäßig über unsere Aktivitäten und bieten Pressemeldungen wo sinnvoll. Wo angemessen, bieten wir unsere AutorInnen als InterviewpartnerInnen an, begleiten dies mit aktiver Ansprache und Bereitstellen von Pressemappen, Leseexemplaren, Vorab-Leseproben, Bildmaterial, AutorInnen-Infos usw.
- **Rezensionen:** Mit Erscheinen wird jedes Buch einschlägigen Medienleuten zur Rezension angeboten. Die AutorInnen werden im Vorfeld gebeten, ggf. eigene Kontakte zu aktivieren. Unser Medienverteiler enthält rund 2.000 gepflegte Adressen und AnsprechpartnerInnen.
- **Besprechungsbelege:** Die AutorInnen erhalten von uns Nachweise von erfolgten Besprechungen; bei uns werden die Belege archiviert. Griffige Snippets werden für die weitere Bewerbung des Werkes genutzt.
- **Anzeigen:** In unsere Bücher und Zeitschriften werden – so Platz vorhanden – einschlägige Anzeigen weiterer Titel aufgenommen. Wo sinnvoll schalten wir Anzeigen in einschlägigen Fremdmedien, Kongresskatalogen usw.

- **Veranstaltungen:** Auf den wichtigen Kongressen unserer Fachgesellschaften sind wir regelmäßig mit Büchertischen (s. Anlage 1), gelegentlich auch mit Vorträgen oder Workshops vertreten. Weitere Veranstaltungen beschicken wir über Partner. Wir begleiten die Aktivitäten unserer AutorInnen, unterstützen sie bei Buchpräsentationen.
- **Social Media:** Auf unserem Blog (<https://blog.budrich-academic.de>) und über unsere Präsenzen auf Facebook, Twitter, Google+ und YouTube informieren wir, veranstalten Verlosungen und sind mit dem affinen Teil unserer Zielgruppe im Gespräch.
- **MultiplikatorInnen:** Insbesondere Lehr- und Studienbücher laufen über Empfehlungen seitens der Lehrenden. Finden sich die Bücher auf den Leselisten, verbessern sich die Chancen der Rezeption und damit Verbreitung. Gemeinsam mit den AutorInnen stellen wir Listen einschlägiger MultiplikatorInnen zusammen; wir kontaktieren sie und sie können bei uns kostenlose Leseexemplare anfordern.
- **Read & Feed:** Der wissenschaftliche Nachwuchs kann aus einem von uns vorausgewählten Kontingent je Semester ein kostenloses Rezensionsexemplar zur Besprechung auf unserer Seite, in den Social Media und/ oder Amazon bestellen. Die Studierenden üben sich im wissenschaftlichen Schreiben und lernen dabei unsere Bücher kennen.

## Buchhaltung

Aufs Jahresende wird abgerechnet. Wir verschicken Absatzmitteilungen bzw. Honorarabrechnungen an die AutorInnen und HerausgeberInnen. Unsere Zeitschriftenredaktionen bekommen einen umfangreichen Jahresrückblick (s. Anlage 5). Für 2016 haben wir rund 4% unseres Gesamtumsatzes an Honoraren gezahlt.

---

## Anhang

### Anlage 1: Internationale Veranstaltungen 2016/2017 (Auswahl)

Monat	Ort	Veranstalter	Veranstaltung	Art der Präsenz	Vor Ort
<b>Dezember 2017</b>	Hannover, D	International Political Science Association	RC 33-meeting	Büchertisch & Podium	Verlag Barbara Budrich (VBB)
<b>September 2017</b>	Barcelona, Spanien	European International Studies Association	Pan-European Conference	Büchertisch	VBB
<b>September 2017</b>	Oslo, Norwegen	European Consortium for Political Research	General Conference	Büchertisch	VBB
<b>August 2017</b>	Kopenhagen, Dänemark	European Educational Research Association	Annual Conference	Büchertisch	VBB
<b>August 2017</b>	San Francisco, USA	American Political Science Association	Annual Meeting	Büchertisch	Columbia University Press
<b>Mai 2017</b>	Torun, Polen	International Asian Congress	Annual Conference	Büchertisch	Wydawnictwo Adam Marszałek
<b>April 2017</b>	Nottingham, UK	European Consortium für Political Research	Joint Sessions	Büchertisch	Partner
<b>Februar 2017</b>	Baltimore, USA	International Studies Association	Annual Conference	Büchertisch	Columbia University Press
<b>September 2016</b>	Heidelberg, D	Politikwissenschaftliche Vereinigungen Deutschland, Österreich, Schweiz	3-Länder-Tagung	Büchertisch	VBB
<b>September 2016</b>	Prag, Tschechische Republik	European Consortium for Political Research	General Conference	Büchertisch	VBB
<b>September 2016</b>	Philadelphia, USA	American Political Science Association	Annual Meeting	Büchertisch	Columbia University Press
<b>August 2016</b>	Dublin, Irland	European Educational Research Association	Annual Conference	Büchertisch	VBB
<b>August 2016</b>	Mainz, Deutschland	European Population Conference		Büchertisch	Partner
<b>Juli 2016</b>	Posen, Polen	International Political Science Association	World Congress	Büchertisch	VBB
<b>Juli 2016</b>	Wien, Österreich	International Sociological Association	ISA Forum	Büchertisch	VBB
<b>April 2016</b>	Pisa, Italien	European Consortium für Political Research	Joint Sessions	Büchertisch	Partner
<b>März 2016</b>	Atlanta, USA	International Studies Association	Annual Meeting	Büchertisch	Columbia University Press



## **Anlage 2: Vertriebsnetz des Verlags Barbara Budrich**

### **Auslieferung für Deutschland und Welt außer den unten genannten Regionen/ Brockhaus/Commission**

D-70806 Kornwestheim. Germany • [www.brocom.de](http://www.brocom.de)

### **Auslieferung Österreich/Distribution Austria:**

**Mohr Morawa Buchvertrieb GmbH**

A-1230 Wien. Austria • [www.mohrmorawa.de](http://www.mohrmorawa.de)

### **Auslieferung Schweiz/Distribution Switzerland:**

**AVA Verlagsauslieferung AG**

8910 Affoltern am Albis. Switzerland • [www.ava.ch](http://www.ava.ch)

### **Vertretung in der Schweiz/ Representation Switzerland:**

**Scheidegger & Co. AG**

CH-8910 Affoltern am Albis

Switzerland • [www.scheidegger-buecher.ch](http://www.scheidegger-buecher.ch)

### **Partner und Auslieferung in Polen/ Partner and Distribution in Poland**

**Wydawnictwo Adam Marszałek**

Toruń, Poland • [www.marszalek.com.pl](http://www.marszalek.com.pl)

### **Vertretung und Auslieferung in Spanien, Portugal und Gibraltar/Distribution and Representation Portugal, Spain & Gibraltar:**

**Iberian Book Services**

28760 Tres Cantos (Madrid). Spain • [www.iberianbookservices.com](http://www.iberianbookservices.com)

### **Vertretung und Auslieferung Großbritannien/ Sales representatives and distribution UK:**

**Distribution: Central Books**

**Agent: Global Book Marketing Ltd**

London. England

### **Auslieferung Nordamerika/Distribution North America:**

**Columbia University Press**

New York. USA

[cup.columbia.edu](http://cup.columbia.edu)

### **Vertretung und Auslieferung Südliches Afrika/Distribution and Representation Southern Africa:**

**Chris Reinders**

Kelvin. South Africa

### **Vertretung und Auslieferung in Südostasien (ohne China, Japan und Indien)/Distribution and Representation South-East Asia (w/o China, Japan, India):**

**Apac Publishers Services Pte Ltd**

Singapore • [www.apacmedia.com.sg](http://www.apacmedia.com.sg)

### **Vertretung und Auslieferung in China/ Distribution and Representation in China**

**Inspirees**

Beijing. China • [www.inspirees.com](http://www.inspirees.com)

### **Vertretung und Auslieferung in Indien, Pakistan, Sri Lanka und Bangladesh/Distribution and Representation India, Pakistan, Sri Lanka and Bangladesh:**

**Sara Books Pvt Ltd**

New Delhi. India • [www.sarabooksindia.com](http://www.sarabooksindia.com)

## Anlage 3: Marketingaktivitäten Buch



### Verlag Barbara Budrich – Marketingaktivitäten für Ihr Buch

Was	Beschreibung	
Aufnahme in einschlägige Kataloge	Verlagseigene Kataloge: z.B. „Erziehungswissenschaft“ (Auflage rd. 7.000)	<input checked="" type="checkbox"/>
	Weitere Vertriebskataloge (Barsortimente, Partner, VLB)	<input checked="" type="checkbox"/>
Aufnahme in Vorschau „Frühjahr“ oder „Herbst“	Anzeige in den „Vorankündigung“ für Publikationen im ersten (Frühjahr) oder zweiten Halbjahr (Herbst). Dieses Vertriebsinstrument erscheint im Dezember bzw. Juni.	<input checked="" type="checkbox"/>
Individuelle Werbemittel	Waschzettel (pdf) als branchenübliches Informationsblatt	<input checked="" type="checkbox"/>
Kongresse/ Veranstaltungen	Ihr Buch wird auf allen einschlägigen Veranstaltungen im zeitlichen Nahbereich präsentiert.  <b>Bitte informieren Sie uns frühzeitig über einschlägige Veranstaltungen!</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
Newsletter	Aufnahme in die Ausgabe „budrich intern“ im Nahbereich des Erscheinungstermins sowie Erwähnung weiteren Ausgaben durch Presseberichte etc.	<input checked="" type="checkbox"/>
Pressearbeit	Alle einschlägigen Fachmedien werden über das Erscheinen und in Abstimmung mit Ihnen über Veranstaltungen informiert, Sie können zu Interviews angeboten werden etc.	<input checked="" type="checkbox"/>
Anzeigen/ Beilagen	In verlagseigenen einschlägigen Zeitschriften und ggf. Tauschpartner-Medien	<input checked="" type="checkbox"/>
Social Media	Über die von uns genutzten Social Media Kanäle (Blog, Facebook, Twitter, Google+, YouTube) gibt es – so sinnvoll – Posts rund um das Erscheinen.	<input checked="" type="checkbox"/>
Nationaler Vertrieb	Die Branche wird zeitnah und umfassend informiert.	<input checked="" type="checkbox"/>
Internationaler Vertrieb	Das Buch wird unseren internationalen Partnern vorgestellt und einschlägig Interessierten präsentiert.	<input checked="" type="checkbox"/>

Bei allen Aktivitäten freuen wir uns über Ihre Unterstützung. Bei allem, was wir als Verlag leisten können, funktioniert Marketing am besten in Kooperation.

## Anlage 4: Marketing Zeitschriften



### Marketing concepts for academic journals at Barbara Budrich Publishers

#### Keep your reader in mind

Information about your journal spreads easiest if we reach out in concentric circles. Those are:

1. the editors and the publisher
2. the scientific advisory board
3. the authors
4. colleagues from the same field of academic research



The further we move to the outer circles, the harder it is to reach the members of the scientific community. How can we get them interested in your journal?

We are always trying to get the best multipliers for your journal.

They...

- ...identify with the journal
- ...contribute actively to the journal
- ...can use the journal for their own academic work

#### How can we reach out further?



So what can we do that has an effect on the outgoing concentric circles and raises the attention for your journal?

We can give simple but effective impulses into the circles: We ask the readers to inform their institutions as well as other potentially interested parties about the journal.

The readers help us by...

- ... asking the respective institutional library to take out a subscription of the journal
- ... spreading news and information about the journal using relevant academic networks (newsletters, associations, standing groups, portals ...)
- ... getting the journal reviewed in the pertinent media

#### What are our tools?

We implement the following tools to raise attention for your journal:

- publicity leaflets – both as PDFs and as printouts
- free trial copies – we provide you with as many as you need
- all authors receive PDF versions of their respective articles and are free to spread them within the scientific community
- we offer free access to the online version of the journal for all members of the editorial and the scientific advisory board
- we offer free or discounted limited trial access for everyone interested in learning about the journal

With every free copy we send out to the editors and the authors we remind them to help us spread the word - and in doing so, we reach our target groups, even in the outmost circles.

Verlag **Barbara Budrich** • Stauffenbergstr. 7 • D-51379 Leverkusen-Opladen  
Tel. +49.(0)2171.344.594 • Fax +49.(0)2171.344.693 • [info@budrich-verlag.de](mailto:info@budrich-verlag.de)  
[www.budrich-verlag.de](http://www.budrich-verlag.de) • [www.budrich-academic.de](http://www.budrich-academic.de)

# Anlage 5: Jahresrückblick Zeitschriften

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

**Fachzeitschrift: Name**

Abonnementzahlen 2

Budrich Journals Klickrate (Volltext-Seitenaufrufe) 3

Kostenpflichtige Downloads Einzelartikel 3

Marketing 4

Open Express 6

Crossref 6

Abstracting & Indexing Services (A&I) 7

Open-Access-Repositorien 8

6.9.2016  
<http://fachzeitschrift.budrich-journals.de>

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

**Fachzeitschrift**

**Abonnementzahlen**

Für das Jahr 2016 ergaben sich bisher für die Fachzeitschrift folgende aktuelle Abonnementzahlen:

Jahr	Abonnements
2016	808

Fachzeitschrift - Einzelartikel/Abonnements (Stand Ende Mai 2016)	alle	Print	Online	Print + Online
2016	808	63	247	310

Fachzeitschrift - Artikel/Abonnements, Print, Online, Print + Online (Stand Ende Mai 2016)	alle	Print	Online	Print + Online
2016	219	7	25	32

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

**Budrich Journals Klickrate (Volltext-Seitenaufrufe)**

Fachzeitschrift - weitere Kennzahl (Stand 31.05.2016)

Monat	2016	2015	2014
Januar 2016	4.777	3.745	3.601
Februar 2016	8.265	3.338	3.423
März 2016	11.844	3.258	3.471
April 2016	8.968	3.258	3.471
Mai 2016	8.965	3.470	3.471
Juni 2016	5.411	3.489	3.471
Gesamt	56.452	19.762	19.246

**Kostenpflichtige Downloads Einzelartikel**

Fachzeitschrift - kostenpflichtige Downloads Einzelartikel (Stand 31.05.2016)

Jahr	anzahl
2016	4
2015	6
2014	20
2013	20
2012	21
2011	25
2010	22
2009	20

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

**Marketing**

Marketing mit Blick auf die Zielgruppe

Wir denken Marketing für die Fachzeitschrift in konventionellen Kreisen. Diese sind:

- die Redaktion und der Verlag,
- die wissenschaftliche Basis,
- die Autoren,
- thematisch einschlägig interessierte Kollegen usw.

Inwieweit wir nach außen kommen, diese schreien sind die Wissenschaftlerinnen zu erreichen und - vor allem - für die Fachzeitschrift zu begeistern.

Die Zielgruppe sind damit die besten Multiplikatoren für die Fachzeitschrift und diejenigen:

- die sich mit der Zeitschrift identifizieren,
- die aktiv daran mitarbeiten,
- die einen einflussreichen Kontakt haben.

Wie erwarten wir den Kontakt?

- in einschlägigen Foren in die sie aktiv mitwirken,
- in einschlägigen Netzwerken (ResearchGate, Academia, Research Group, Portal, ...),
- in einschlägigen Medien.

Welche Mittel gibt es dafür?

Für die Bekanntheit der Fachzeitschrift gibt es folgende Tools:

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

Info-Brief - gedruckt und digital

- bestimmte Newsletter
- bestimmter Zugang für abgelaufenen Bestell- / Redaktionsmitglieder, die jeweils alles um aktuelle noch mitgearbeitet haben
- Online-Schwerpunktangebote (Webinare oder praxisorientiert mit zeitlicher Begrenzung) für Interessierte
- Webinare

Mit jedem Newsletter, das wir den Herausgebern und den Autoren zusenden, versehen wir aber, um bei der Erstellung der Zielgruppen im Außenkreis Anreiz zu unterstützen.

Was können Sie als Herausgeber/Redaktion tun, um die Fachzeitschrift bekannt zu machen?

Sie können:

- mögliche Multiplikatoren finden, die sich - im besten Fall - mit der Fachzeitschrift identifizieren, die mögliche Autoren für die Fachzeitschrift sind, und die die Fachzeitschrift für ihre wissenschaftliche Arbeit benutzen können
- ihre Bibliothek bzw. Ihre Institution bitten, der Fachzeitschrift zu abonnieren
- Neugierde und Informationen über die Fachzeitschrift über Ihre relevanten wissenschaftlichen Netzwerke (ResearchGate, Academia, Research Group, Portal etc.) verbreiten
- versuchen, dass die Fachzeitschrift in einschlägigen Medien be- und angesprochen wird
- was über einschlägige Veranstaltungen informieren, für die wir Flyer produzieren oder einen Newsletter und zeitlich bestimmten Online-Fortbildung für alle Interessierten anbieten können
- die Cover der aktuellen Ausgabe ausstrahlen und bei sich an der Universität aufhängen
- auf ihrer Internetseite den Link zur Fachzeitschrift angeben: <http://fachzeitschrift.budrich.de>

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

**Open Express**

Bereits mehrfach sind wir nun von zahlreichen wissenschaftlichen Institutionen unserer Autoren angesprochen worden mit der Bitte, die Beiträge unserer Zeitschriften mit Erlassenen der Printausgabe online in Open Access zu stellen. Auch wenn wir nicht auf die Printausgabe unserer Zeitschriften verzichten möchten, möchten wir diese Bitte gerne nachkommen und sind generell dazu bereit, Beiträge direkt in Open Access anzubieten (Open Express).

Wir möchten unseren Autoren dabei helfen die Möglichkeit geben, die eigenen Beiträge parallel zur Veröffentlichung der Printausgabe gegen eine einmalige Gebühr von 150,00 EUR (inkl. MwSt.) für den sofortigen Open Access auf [www.budrich-journals.de/fachzeitschriften](http://www.budrich-journals.de/fachzeitschriften).

Falls Sie weitere Informationen zu unserem Open Express-Angebot erhalten möchten oder als Autor in diesem Angebot interessiert sind, wenden Sie sich bitte einfach an Christin Gottlieb oder [christin.gottlieb@budrich.de](mailto:christin.gottlieb@budrich.de).

**Crossref**

Seit 2012 sind wir Partner von Crossref, einer gemeinnützigen Kooperation mehrerer Verlage mit dem Ziel, dauerhafte und weltweite Online-Zitatenverbindungen zwischen wissenschaftlicher Literatur zu ermöglichen. Crossref ist die größte Registrierungsstelle für so genannte Digital Object Identifier (DOI) der International DOI Foundation, bei der über 90% aller veröffentlichten DOIs registriert sind. Heute sind über 5000 Verlage und Fachpublikationspartner von Crossref - Teilnehmern.

Der Service von Crossref bietet Autoren zahlreiche wesentliche Vorteile und gibt ihnen die Möglichkeit, zusätzlich Zahlungen in der weiteren Fortsetzung zu werden. Die DOIs ermöglichen eine einseitige und dauerhafte Verknüpfung der Artikel. Zusammen mit den registrierten URNs.

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

gerade bei DOIs die weltweite Auffindbarkeit und permanente Sichtbarkeit der Artikel in der Forschung. Auf diese Weise werden ein erleichtertes Zugang zu den Artikeln und einfache Zitiermöglichkeiten geschaffen. Durch ein generelles Register von Crossref erhält der Verlag die Möglichkeit, den Einfluss (Impact) der Artikel weiterzuführen. Dadurch wird eine sinnvolle Verknüpfung durch die den DOIs zugewiesenen Metadaten ermöglicht.

Crossref wird bei jedem Artikel vermerkt, dass ein generelles Digital-Object-Reference-Link in die eigene Literatur einträgt werden. Digital-Object-Reference-Link sind Verknüpfungen auf die von den Autoren eingezeichnete wissenschaftliche Literatur, die bereits bei Crossref registriert ist. Diese Verknüpfungen führen automatisch auf die Artikeltexte auf den verknüpften Webseiten, auf denen bibliografische Daten sind. In manchen Fällen auch Abstract zur Verfügung gestellt werden.

Wir als Verlag sind von Crossref begeistert und wir erwarten uns, dass dieser Service unseren Zeitschriften eine wesentlich höhere Sichtbarkeit in der weltweiten Forschung ermöglicht.

Für weitere Fragen zum Thema Crossref oder Ihre Open Access-Dienste unter [christin.gottlieb@budrich.de](mailto:christin.gottlieb@budrich.de) gerne zur Verfügung.

**Abstracting & Indexing Services (A&I)**

Abstracting und Indexing (A&I) Services erstellen mittels von Metadaten und Abstracts den Inhalt wissenschaftlicher Zeitschriftenbände und -hefte, bis hinein in einen erheblichen Maße zur Nutzung wissenschaftlicher Literatur bei.

Zu den in der Abstracting und Indexing Services integrierten Metadaten gehören Titel, Autorität, Erscheinungsjahr, Zeitschriftenband, Band/Teil, Seitenumfang, Sachgebiete, Stichwörter, DOI usw.

Durchsucht der Nutzer diese Services nach bestimmten Suchkriterien werden ihm die entsprechenden Beiträge, Kapitel oder Bücher mit Metadaten, Abstract und Link zum Volltext angezeigt.

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

Nur der Interessent selbst oder eine Einrichtung, der er angeschlossen ist, Zugang zum Volltext oder handelt es sich um eine Open Access Publikation, kann er den Volltext sofort nutzen. Andernfalls wird ihm im Allgemeinen die Zugangsformate des Verlags oder sonstigen Nachdruckern angezeigt.

Die Fachzeitschrift ist aktuell in folgenden A&I-Services vertreten:

ProQuest  
EBSCO  
SCDS  
SciSearch  
Cobd's Directory

Am 15.05.2016 wurde die Fachzeitschrift durch den Verlag zur Prüfung bei Scopus (Elsevier) eingereicht. Die Zeitschrift befindet sich momentan noch im Stadium der Prüfung.

**Open-Access-Repositorien**

Die Fachzeitschrift wird nach Erscheinen mit Angabe der Open-Access-Möglichkeit von 16 Metadaten in das Social Science Open Access Repositorium (SSOAR) und/oder in das Fachportal Pädagogik bzw. den Dokumentenrepositorien (DOCS) gelistet.

SSOAR

Der bei OJS2-Literatur-Instanz für Sozialwissenschaften geeignete Influencername sammelt und archiviert sozialwissenschaftliche relevante Literatur und stellt sie entsprechend der "Bester Erklärung" über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen" im Open Access frei im Netz zur Verfügung.

Mit der Anbindung auf SSOAR unterstützen Autoren unsere Verlage den freien Zugang zu wissenschaftlichen Informationen und einer optimalen Sichtbarkeit von sozialwissenschaftlichen Forschungsprodukten. SSOAR beschreibet im Wesentlichen den Weg des Grünen Open Access und

**Verlagsbericht Fachzeitschrift 2016**

gleich als Zweitveröffentlichung qualitätsgeprüfter Literatur. Volltexte werden mit normierten sozialwissenschaftlichen Vokabularen (Thesauri, Klassifikationen) inhaltlich erschlossen und mit umfangreichen Metadaten versehen. Neben thematischen Suchen in SSOAR werden die Volltexte mittels auch sehr gut über Google und andere Suchmaschinen gefunden und gerichtet gelistet. Jedes elektronische Dokument erhält einen Persistent Identifier (DOI), der den eindeutigen und dauerhaften Zugang zur Publikation und deren wissenschaftliche Zitation ermöglicht.

Weitere Informationen unter [www.ssoar.info](http://www.ssoar.info)

**Fachportal Pädagogik / pdOCS**

pdOCS, der Dokumentenrepositorien der Fachportal Pädagogik, sichert und bietet Veröffentlichungen der Bildungsforschung und Erziehungswissenschaft. Alle enthaltenen Volltexte sind direkt und kostenfrei verfügbar. Kern des Angebots ist langfristige wissenschaftliche Literatur, die in Kooperation mit normierten Fachregeln eingeworben wird.

Die Vorteile von pdOCS auf einen Blick:

- weitere Verbreitung der Publikationen über große archivarisch-wissenschaftliche Informationsportale
- blühende Dokumentenrepositorien durch Einträge in die PD-Mitgliedsinstitutionen
- Fachportal/Sachbereich/Sachbereich über Google sowie den Online-Katalog der DNB - dauerhaft und weltweit
- Angebote von Rechtsangelegenheiten (z.B. beim Copyright)
- Verträge über dauerhaft stabile Internetadresse (URL)
- Wahrung der Urheberrechte der eigentlichen Veröffentlichung
- Möglichkeit der Publikation in der Deutschen Nationalbibliothek zur Langzeitarchivierung

Weitere Informationen unter [www.pdOCS.de](http://www.pdOCS.de)

Verlag Barbara Budrich • Fachpublikationen • 7 • 32179 Leverkusen-Opladen  
Tel. +49 (0) 2171 344 594 • Fax +49 (0) 2171 344 693 • [info@budrich-verlag.de](mailto:info@budrich-verlag.de)  
[www.budrich-journals.de](http://www.budrich-journals.de) • [www.budrich-academic.de](http://www.budrich-academic.de) • [www.budrich-journals.de](http://www.budrich-journals.de)

## Anlage 6: Lehrbuchdefinition

Ein akademisches „Lehrbuch“ ist eine eigenständige Publikation, die für den Einsatz im Zusammenhang mit Veranstaltungen des akademischen Unterrichts konzipiert ist und sich an entsprechende Zielgruppen (v.a. Studierende und Lehrende an Hochschulen) richtet. In Auswahl und Präsentation seiner Inhalte orientiert sich ein Lehrbuch an den didaktischen Anforderungen und am Curriculum eines Studiengangs (z.B. durch Abstimmung auf bestimmte Module, wiederkehrende Lehrveranstaltungen oder abzulegende Prüfungen, sei es an bestimmten Standorten oder standortübergreifend).

Zur Identifizierung von Lehrbüchern im Sinne der obigen Definition können z.B. folgende leicht zu erkennende Merkmale dienen, ohne dass freilich immer alle gleichzeitig erfüllt sein müssen:

- Buchtitel, der einer im jeweiligen Fach vorgesehenen Lehrveranstaltung, einem Modul oder einem (Teil-)Fach entspricht (z.B. „Einführung in die Politikwissenschaft“, „Familienrecht“, „Humanbiologie“).
- Stichwort/e im Buchtitel oder Untertitel, der/die einen Einsatzzweck und/oder eine Zielgruppenadressierung gemäß der obigen Definition formulieren (z.B. Prüfungswissen, Repetitorium, Kurs, Grundwissen, Einführung, Einleitung, Modul, Reader, Studententexte, für Studierende)
- Explizite Formulierung eines Einsatzzweckes / einer Zielgruppenadressierung gemäß der obigen Definition in Klappen-/Beschreibungstext und/oder Vorwort/Einleitung.
- Didaktische Elemente wie Merksätze, Lernziele, Zusammenfassungen, didaktisierte Grafiken, Wiederholungs-/Prüfungsfragen im Innenteil.



## Barbara Budrich, M.A.

### CV

seit 2014	Geschäftsführende Gesellschafterin utb GmbH, Stuttgart
seit 2008	Geschäftsführung budrich training (gegr. als Text-Uni)
seit 2007	Geschäftsführerin Budrich UniPress Ltd.
seit 2004	Inhaberin/ Geschäftsführerin Verlag Barbara Budrich
1994-2003	Lektorin im Verlag Leske + Budrich, Opladen
1993	Master of Arts, Freie Universität Berlin, Anglistik, Geografie und Soziologie
1987-1993	Studium der Anglistik, Geografie und Soziologie an der Universität zu Köln, University of St. Andrews, Schottland, und der Freien Universität Berlin
1985-1987	Verlagspraktikum bei Harper & Row in Sydney, Australien
1983-1985	Ausbildung zur Verlagskauffrau (IHK)
1983	Abitur

### Auszeichnungen

2015-2018	Vorbild-Unternehmerin der Initiative „Frauen unternehmen“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie
seit 2011	Botschafterin für den Wirtschaftsstandort Leverkusen
seit 2011	Mitglied im Beirat der Initiative Neues Lernen e.V.

### Buchveröffentlichungen (Auswahl)

2016	Schreib Dich an die Spitze! Dein Buch für Deine Zielgruppe
2015	Erfolgreich Publizieren. Grundlagen und Tipps für Autorinnen und Autoren aus den Sozial-, Erziehungs- und Geisteswissenschaften – 2. Auflage
2014	mit Jasmin Webinger, Daniela Keller: Wie schreibe ich eine Doktorarbeit? Leitfaden für Mediziner und Zahnmediziner