

# Sein oder

## Anne Bein (Swets) und Cary Bruce (Ebsco) über Aufgaben, Die Fragen stellte B.I.T.online

*Frau Bein, Herr Bruce, die Agenturen als klassische Zwischenhändler sind erstmals zu Zeiten der Zeitschriftenkrise in Frage gestellt worden. Die zunehmende Distribution der wissenschaftlichen Information als digitales Produkt stellte die Frage nach dem Sinn eines klassischen Handels.*

**BEIN** Ist das so? Ich habe nicht den Eindruck einer generellen Infragestellung, eher den, dass der Markt durch die uns allen bekannten Entwicklungen fragmentierter geworden ist. In vielen Diskussionen in unserer Branche weltweit herrscht weitgehend Über-

einstimmung, dass „zumindest“ der Long Tail weiterhin bei Agenturen oder Information Services, wie man heute sagt, bleiben muss. Aus einer Vielzahl von Gründen.

Häufig sind es strategische bzw. politische Entscheidungen einiger Gruppierungen, die bisherigen Aufgaben von Agenturen und Information Services für bestimmte Bereiche ganz oder teilweise selbst zu übernehmen. Jedoch,

wie auch die Umfrage der AWS zeigt, schätzt die Mehrzahl der Bibliotheken den Mehrwert durch die Zusammenarbeit mit Agenturen als unverzichtbar ein – Stichwort „Mitarbeiterkapazität“ auch unter dem Aspekt neuer und zusätzlicher Aufgaben.

Gerne wird immer nur von den großen Verlagen gesprochen und die vielen mittleren und kleineren Herausgeber werden in diesem Zusammenhang vergessen. Wir haben immerhin insgesamt rund 65.000 Verlage in unserem Portfolio. Nicht trivial ist auch die zunehmende Komplexität, wie unterschiedliche Geschäftsmodelle und Lizenzbedingungen etc. Verfügen Verlage über genügend Mitarbeiter, um sämtliche Aufgaben des Tagesgeschäfts direkt und zeitnah abwickeln zu können? Von den Mehrkosten nicht zu sprechen. Auch Verlage sind sich durchaus bewusst, dass die Bündelung und dadurch die Optimierung von Arbeitsabläufen einen nicht unerheblichen betriebswirtschaftlichen Mehrwert darstellt. Die traditionellen Kernkompetenzen und anbieterübergreifenden Serviceleistungen wie Bestellen, Erneuern, Berechnen, Bezahlen, Liefern, Freischalten, Informationen zu Titeln und Preisen, sind weiterhin gefragt. Wir schaffen Transparenz im Irrgarten der Angebote, Preise und Bedingungen.

Mit dem Markteintritt von E-Books hat sich ein weiteres Geschäftsfeld aufgetan, das konsequenterweise in das Portfolio von Agenturen wie uns gehört, da wir hier bereits über mehr als 1.000 Verlage sprechen.

**Wie sagt man so schön, Totgesagte leben länger... Uns gibt es schon seit 1901 und wir sind quicklebendig!**

ANNE BEIN

Anne Bein



# Nichtsein?

Schwerpunkte und Zukunftsperspektiven der Agenturen.

Chefredakteur Rafael Ball.

Wir sehen eine mittelfristige Zunahme der Nachfrage. Unbestritten bleibt, dass die Entwicklungen in unserer Industrie natürlich für ein Unternehmen wie das unsere hohe Investitionen in Systeme, Technologien, Mitarbeiter etc. bedeutet. Der Kuchen ist nicht größer geworden bei wachsenden Anforderungen und sinkenden Margen.

Allerdings lassen wir uns nicht mehr auf die klassische Händlerrolle „reduzieren“. Das zeigen unsere Produkte und Angebote wie z. B. Mendeley Institutional Edition. Mendeley ist ein weltweit sehr erfolgreiches Literaturverwaltungs-Tool und wissenschaftliches Netzwerk, für das Swets eine institutionelle Version anbietet. Diese ermöglicht Bibliotheken, ihre Nutzer bei der wissenschaftlichen (Zusammen-)Arbeit zu unterstützen und gleichzeitig neue Einblicke in ihre Aktivitäten und Nutzung von Inhalten zu erhalten. Weitere Mehrwertleistungen sind gerichtet auf Outsourcing, Artikelbeschaffung, den Ausbau des E-Book-Portfolios, sowie Management-Instrumente zum einfacheren Zugang, zur Nutzungsanalyse und zur Erwerbungsauswahl von Inhalten.

» BRUCE ◀ Ich weiß nicht, wofür der klassische Handel heute steht. Meinen Sie den klassischen wissenschaftlichen Buchhandel? In

» **Das Direktgeschäft zwischen Verlag und Bibliothek bzw. Konsortium ist in der Tat eine Herausforderung unserer Branche.** ◀

CARY BRUCE

als Händler entfernt, und wir agieren unter einem anderen Paradigma. Wir sind Dienstleister im Bereich Informationswirtschaft und bieten eine Integration von Inhalten, technischen Produkten, Dienstleistungen und Know-how, um Kunden Lösungen, u.a. für das Management von e-Ressourcen, zu bieten.



Die neuesten Entwicklungen im Bereich von Nationallizenzen/Allianzlizenzen stellen aktuell erneut die Sinnfrage für den Zwischenhandel. Wozu braucht die Bibliothekswelt noch Agenturen, wenn die Verlage längst Direktverträge mit den Kunden abschließen?

Cary Bruce

» BRUCE ◀ Das Direktgeschäft zwischen Verlag und Bibliothek bzw. Konsortium ist in der Tat eine Herausforderung unserer Branche. Der Sinn der Dienstleister wie EBSCO hat sich aber hierdurch nicht geändert. Durch das Direktgeschäft wird die Arbeit, die die Agenturen gemacht haben, wieder in die Bibliothek verlagert bzw. wird durch das Konsortium übernommen. Ist dies langfristig die beste Lösung bzw. günstiger für unser Bildungs- und Forschungswesen? Diese Frage ist für mich noch offen.

In der Beurteilung der Zukunft sollten wir nicht den Fehler machen, eine sich neu entwickelnde Branche mit alten Maßstäben und Paradigmen zu bewerten. Ich weise hier gerne auf Entwicklungen in andere Service-Industrien hin, wie die IT Branche. Wir sind kräftig dabei, unser Dienstleistungsangebot zu erweitern und nachhaltige neue Wertschöpfung anzubieten.

Zum Beispiel, EBSCOs Engagement in Datenbanken, Discovery Lösungen und anderen e-Ressourcen Management-Lösungen, gekoppelt mit den weltweiten engen Kontakten zu Verlagen, bietet Bibliotheken immer noch Know-how und Skalen-Effekte, die auf regionaler bzw. nationaler Ebene nicht erreicht werden können. Diese Art der Effizienz brauchen wir gerade jetzt in Zeiten der Finanzierungskrise des öffentlichen Sektors.

**BEIN** **!** Ja, Agenturen wurden und werden von den finanziellen Auswirkungen tangiert. Aber es ist ihre Aufgabe, sich den Marktentwicklungen nicht nur zu stellen, sondern darauf auch mit entsprechenden Angeboten zu reagieren.

Wir bezeichnen uns als Dienstleister für unsere Kunden (mehrheitlich Bibliotheken aus allen Bereichen) und Verlage. Ich stelle mal die Gegenfragen: Wie lange wird es finanzielle Mittel für National- und Allianz-Lizenzen geben? Und für Big Deals? Es gibt durchaus – auch international – Bestrebungen, diese Art von Verträgen zu hinterfragen.

Interessant wird es sein, wie sich die bisher hybride Konsortiallandschaft aufgrund der sich ändernden Rahmenbedingungen wandeln wird. Nachdem Konsortien mittlerweile einige Jahre Erfahrungen sam-

**! Möchte man kreativ, zukunftsorientiert und engagiert bei der Neugestaltung und Entwicklung einer Branche dabei sein, dann kommt in den heutigen Zeiten weder bei einer Agentur/Information Services noch in der Bibliothek oder beim Verlag Langeweile auf. !**

ANNE BEIN

meln konnten, registrieren wir inzwischen bei Konsortialführern wie auch -Teilnehmern eine verstärkte Öffnung bezüglich der Nutzung von Dienstleistungen von Anbietern wie uns. Durch die Bereitstellung von Werkzeugen, die Preis und Nutzung in Beziehung setzen, unterstützen wir Konsortien bei der Erwerbung. Weitere Dienstleistungen für Konsortien sind die Lizenzverwaltung und das Management von größeren Verlagspaketen z. B. in der Erneuerungsphase, wenn Titellisten abgeglichen und mit neuen Preisen gemäß den Konsortialvereinbarungen für jeden einzelnen Teilnehmer neu zusammengesetzt werden. Hier hat sich gezeigt, dass Agenturen Konsortialadministratoren effektiv unterstützen können, indem sie die Verwaltungsarbeit und Kommunikation innerhalb des Konsortiums übernehmen. Auch Verlage wissen inzwischen zu weiten Teilen (wieder) die Rolle der In-

formation Services zu schätzen. Mit unserer Partnerschaft mit ALPSP „vermarkten“ wir pro-aktiv mittelgroße Verlage und Non-for-profit-Anbieter, deren Online-Titel wir unter dem Dach einer einzigen Sammel-Lizenz seit vielen Jahren erfolgreich anbieten.

*Konsortien sind Einkaufsgemeinschaften. Sie erhalten bei den Verlagen bessere Konditionen als Einzelbibliotheken. Damit tut ein Konsortium im Grunde nichts anders als die Agentur. Ist die Organisation der Bibliotheken in Konsortien damit der endgültige Todesstoß für den Zwischenhandel?*

**BEIN** **!** Ist dem so, dass Konsortien immer bessere Konditionen im Direktgeschäft erhalten? Manche Konsortialteilnehmer greifen gerne auf unsere internationalen Informationen und Daten zurück, um Vergleichswerte zu haben. Im Übrigen sind auch im Direktgeschäft Konsortialabschlüsse und damit verbundene Administrationsprozesse nicht kostenneutral erhältlich, auch wenn dies leicht vergessen wird. Wie sagt man so schön, Totgesagte leben länger... Uns gibt es schon seit 1901 und wir sind quicklebendig! Wir werden weiterhin Serviceleistungen auch für Konsortien entwickeln. Es gibt durchaus positive Entwicklungen und Bedarf.

Wie gesagt, wir sprechen ja nicht NUR von den Big Deals. Die Positionierung von Firmen wie der unseren hängt maßgeblich von der Entwicklung und Finanzierung der Bibliotheken ab. Wo werden die Bibliotheken in Zukunft stehen? Die Fachhochschulbibliotheken, die Universitätsbibliotheken, die Forschungsbibliotheken, die großen wissenschaftlichen Bibliotheken. Welchen Einfluss wird eine teilweise Umsetzung des von der Gemeinsamen Wissenschaftskonferenz des Bundes und der Länder in Auftrag gegebenen KII-Papiers zur Zukunft der Informationsinfrastruktur auf diese Institutionen haben?

Eine eventuelle weitere Konzentration im Verlagswesen und Buchhandel? Ich könnte noch eine ganze Reihe weiterer Faktoren aufzählen, die Auswirkungen auf unsere Industrie haben können. Deshalb ist diese Frage aus unserer Sicht zu kurz gegriffen.

**BRUCE** **!** Konsortien können als Mitbewerber zu Agenturen auftreten und so betrachtet werden. Wir arbeiten aber in vielen Fällen auch als Dienstleister für Einkaufsgemeinschaften oder agieren als Mittler oder Organisator für eine solche Gemeinschaft. Weiterhin können wir mit unseren Abwicklungsstrukturen und Systemen einem Konsortium mit den Verwaltungsaufgaben zur Seite stehen.

Wenn wir aber Agenturen mit Konsortien vergleichen

wollen, möchte ich nochmals betonen, dass wir nicht Äpfel mit Birnen vergleichen sollten. Ihre Frage signalisiert schon diese Problematik. Die Kosten der Konsortialstruktur müssen mit eingerechnet werden, um den Konditionsvergleich richtig zu machen. Es ist selten, dass die Kosten einer Konsortialstruktur im Preisvergleich mit einbezogen werden. Beim Kauf über die Agentur bekommt man die Inhalte inklusive diverser Dienstleistungen und Zusatzservices für den Preis, der von der Agentur angeboten wird. Die Kosten der Konsortialstruktur sind aber in Ihrem Vergleich nicht einkalkuliert worden und werden häufig nicht von der Bibliothek getragen. Diese werden aus anderen Mitteln finanziert, und ich bin derzeit der Meinung, dass am Ende der Steuerzahler mehr finanziert als wenn über die Agentur gekauft würde.

*Wie sehen Sie die Position der Verlage in einer sich rasant zum elektronischen Medium wandelnden Medienwelt? Brauchen die Verlage noch den klassischen Zwischenhändler?*

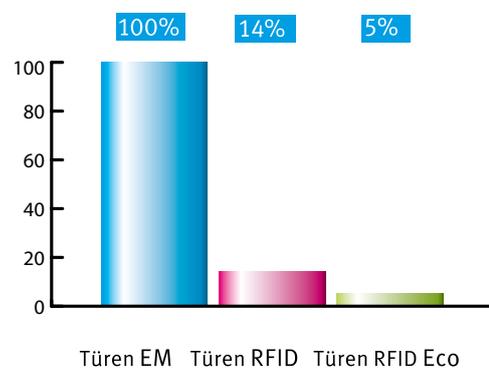
**BEIN** Von welchen Verlagen reden wir? Den ganz großen? Den vielen mittleren und kleinen, den deutschen? Den OA-Verlagen? Herr Dr. Sven Fund erläuterte dazu in der letzten Ausgabe der B.I.T.online im Interview die Sicht seines Hauses, deGruyter. DeGruyter ist ein Positivbeispiel für mich, wie sich Verlage in der digitalen Welt positionieren und die Marktstellung erweitern. Es wird bestimmt zu weiteren Konzentrationen kommen. Viele kleinere Verlage haben häufig nicht die finanziellen Mittel, um „mithalten“ zu können. Es sei denn, man besetzt eine Nische. Verlage brauchen den klassischen Zwischenhändler, aber sie brauchen noch viel mehr und erwarten auch mehr. Im Hinblick auf diese Entwicklung hat Swets seit Jahren eine professionelle Verlagsbetreuung im operativen und kommerziellen Bereich aufgebaut. Neben den klassischen Dienstleistungen für Verlage kann seit 2011 mit der neuen Tochterfirma Accucoms aktive Unterstützung bei Tele-Sales, Marketingaktivitäten und dem Aufbau der Verlagspräsenz in definierten geographischen Regionen geleistet werden. Zunehmend sind auch Daten bezüglich Fachgebieten, Marktsegmenten und Vertriebsregionen für Fachverlage von Interesse, die mit Hilfe eines neuen Tools namens SwetsWise Business Intelligence zu aussagekräftigen Marktberichten zusammengestellt werden. Verlage richten ihr Augenmerk verstärkt auf die Bereiche Prozessoptimierung, Datenverwaltung und Kosten. Für diese Anforderungen haben wir eine Palette von Dienstleistungen und Produkten zur Verfügung.



**22. - 25. MAI 2012 - HAMBURG  
BIBLIOTHEKARTAG 2012  
STAND 112, HALLE H**



ENERGIEVERBRAUCH - RELATIVIERT



Unser weltweite Präsenz und Neutralität bezüglich des Contents spielen dabei eine positive Rolle.

» **BRUCE** ◀ Um diese Frage zu beantworten, müssen wir zuerst weg vom Paradigma des reinen Handels. Hier reden wir über Dienstleister. In der Online-Welt ist die Dienstleistung – auch wenn in anderer Form – noch notwendig. Sie muss entweder durch die Bibliothek, den Endnutzer, die Agentur oder den Verlag erbracht werden. Hier werden wir sehen, wie sich die Aufgabenteilung in der Zukunft entwickeln wird. Lassen Sie mich ein paar Bemerkungen in dieser Hinsicht machen:

- Nicht alle Verlage können sich große Customer Service Abteilungen und internationale Vertriebsstrukturen leisten. Kleinere Verlage haben oft nicht die Ressourcen um den notwendigen Support zu leisten. Weiterhin brauchen sie immer noch das lokale Know-how und die Kontaktbasis, um ihre Produkte zu platzieren.
  - Sind die Bibliotheken mit der Dienstleistung durch die Verlage zufrieden? Wird auf deren besonderen Wünsche eingegangen? Hat die Bibliothek bzw. das Konsortium jetzt mehr Arbeit als vorher?
  - Ab wann werden die neuen Customer Service Abteilungen und anderen Strukturen bei den Verlagen zu teuer sein und wieder an Mittler weitergegeben?
- Ja, ich glaube, dass Dienstleister wie wir noch einen Mehrwert für Verlage bzw. Bibliotheken zu bieten haben. Es ist mir aber auch klar, dass wir dies erneut unter Beweis stellen müssen.

*Wie viele Agenturen habe nach Ihrer Meinung Platz im engen Markt der wissenschaftlichen Information in Deutschland?*

» **BRUCE** ◀ Mit der jetzigen Marktentwicklung können die meisten Agenturen/Händler nicht zufrieden sein. Eine weitere Konzentration ist daher ein mögliches Szenario für die Zukunft. Es wird aber weiterhin Platz für Spezialisten in Nischenbereichen und ein oder zwei große Spieler geben. Die Größeren werden sich aber stark weiterentwickeln müssen, um zu sichern, dass sie einen erkennbaren Mehrwert für beide, Bibliotheken und Verlage, erbringen.

» **BEIN** ◀ Wir müssten uns erst mal darauf einigen, was Sie, Herr Ball, oder der Leser unter einer Agentur ver-

stehen. Und wie viele Agenturen es aus Ihrer Definition heraus heute im Markt gibt. In den 90iger Jahren gab es weltweit bereits eine Konzentration. Wir erinnern uns alle an die Namen Faxon und Blackwell, um Beispiele zu nennen. Wie bereits erwähnt, betrachten wir uns schon länger nicht mehr als die „klassische ZS-Agentur“.

Heute gibt es zwei global agierende Firmen.

Herr Ball, Herr Bruce, lassen Sie mich hier am Schluss bitte noch etwas zur Zukunft der Geschäftsbeziehungen zwischen Agenturen und Bibliotheken sagen.

Durch die wachsende Komplexität und Finanzierungsfrage gibt es diverse Szenarien, die sich parallel entwickeln könnten.

Zum Beispiel könnten die Geschäftsbeziehungen – ich kann hier allerdings nur für Swets sprechen – weiter ausgebaut werden, gerade im Bereich der Übernahme

**CARY BRUCE**

von Dienstleistungen (Outsourcing), wie es bereits in Firmenbibliotheken zunehmend praktiziert wird. Auch akademische Einrichtungen prüfen zunehmend, welche Teilbereiche an externe Dienstleister ausgelagert werden können. Um immer wiederkehrende Geschäftsprozesse effizienter für alle Beteiligten zu gestalten, setzen wir verstärkt auf Datenaustausch, sowohl mit Kunden, als auch mit der Verlagsseite, da das Potenzial in diesem Bereich noch lange nicht ausgeschöpft ist. Dies ist übrigens auch ein Argument für den Bezug über den Handel oder über Marktplätze im Vergleich mit dem Direktbezug vom Hersteller.

Wir sehen nach wie vor unsere Schlüsselaufgabe darin, Bibliotheken bei ihren Aufgaben zu unterstützen. D. h. wir haben den Wandel von der reinen Zeitschriftenagentur hin zum Content- und Knowledge-Management-Anbieter vollzogen. Wir bieten unseren Kunden:

- Swets Content Management Services: Wir erweitern kontinuierlich unser Content Angebot. Alle Formate (Datenbanken, Einzelartikel, Bücher, Zeitschriften) könnten über unterschiedliche Endgeräte (z. B. PC; Smartphone) abgerufen werden.
- Swets Library Management Services.
- Publisher Sales Support.

*Frau Bein, Herr Bruce, dann danke ich Ihnen herzlich für Ihre Offenheit und freue mich auf Begegnungen mit Ihnen beim Bibliothekartag in Hamburg.*