
MASTERARBEIT

Frau
Sandra Bergmann, B.A.

**Open Access als Geschäfts-
modell von wissenschaftli-
chen Publikationen**

Mittweida, 2020

Fakultät Institut für Technologie- und Wissens-
transfer (ITWM)

MASTERARBEIT

Open Access als Geschäfts- modell von wissenschaftli- chen Publikationen

Autor:
Frau

Sandra Bergmann, B.A.

Studiengang:
Industrial Management

Seminargruppe:
ZM16wA1

Erstprüfer:
Prof. Dr. rer. oec. Johannes N. Stelling

Zweitprüfer:
Thomas Meier, M.A.

Einreichung:
Mittweida, 01.06.2020

Verteidigung/Bewertung:
Mondsee, 2020

MASTER THESIS

Open Access as a business model for scientific publications

author:

Ms.

Sandra Bergmann, B.A.

course of studies:

Industrial Management

seminar group:

ZM16wA1

first examiner:

Prof. Dr. rer. oec. Johannes N. Stelling

second examiner:

Thomas Meier, M.A.

submission:

Mittweida, 01.06.2020

defence/evaluation:

Mondsee, 2020

Bibliografische Beschreibung:

Bergmann, Sandra:

Open Access als Geschäftsmodell von wissenschaftlichen Publikationen.

- 2019. - S. 92, Mittweida, Hochschule Mittweida, Fakultät Institut für Technologie- und Wissenstransfer (ITWM), Masterarbeit, 2020

Referat:

Ziel der vorliegenden Arbeit ist einerseits die Darstellung des Zusammenhanges zwischen Wissenschaft und Marketing und andererseits die entstandene Open Access Bewegung mit all ihren Vor- und Nachteilen näher zu durchleuchten. Angesichts des immer stärker werdenden Leistungsdruckes in der Wissenschaft, sollen hier die Möglichkeiten der Vermarktung von Wissenschaft dargestellt werden.

Zu Beginn der Arbeit wird zunächst der Begriff der Wissenschaft näher erläutert sowie auf das Thema der wissenschaftlichen Publikationen mit deren Definition und Ablauf eingegangen.

Anschließend wird in Bezug auf das Thema Marketing im speziellen das Thema Science Marketing beleuchtet und definiert.

Danach widmet sich die Arbeit der Open Access Bewegung sowie den daraus entstandenen Geschäftsmodellen und einer Auswahl an Wissenschaftsverlagen.

Die Arbeit beinhaltet außerdem einen empirischen Teil. Mittels eines Fragebogens wurden Meinungen von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zum Thema Open Access eingeholt. Zum Schluss folgen die Auswertung der Meinungsumfrage sowie das Fazit.

Inhalt

<i>Bibliografische Beschreibung:</i>	V
<i>Referat:</i>	V
Inhalt	VI
Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	X
Abkürzungsverzeichnis	XI
1 Einleitung	1
1.1 <i>Problemstellung</i>	1
1.2 <i>Zielsetzung</i>	3
1.3 <i>Methodisches Vorgehen</i>	4
2 Der Begriff Wissenschaft	5
2.1 <i>Definition</i>	5
2.2 <i>Wissenschaftsarten</i>	5
3 Zum Thema Wissenschaftliche Publikationen	7
3.1 <i>Definition</i>	7
3.2 <i>Peer-Review Verfahren</i>	8
3.2.1 <i>Ablauf</i>	8
3.2.2 <i>Formen</i>	10
3.2.3 <i>Kritik an Peer-Review</i>	10
3.3 <i>Der Impact-Faktor</i>	11
4 Marketing in der Wissenschaft	13
4.1 <i>Definition von Science Marketing</i>	13
4.2 <i>Digitales Wissenschaftsmarketing</i>	14
4.2.1 <i>Anforderungen und Ziele des digitalen Wissenschaftsmarketings</i>	14
4.2.2 <i>Vorteile von digitalem Wissenschaftsmarketing</i>	15
4.3 <i>Teilbereiche des Wissenschaftsmarketings</i>	15
4.3.1 <i>Wissenschafts-Public Relations</i>	15
4.3.2 <i>Wissenschaftskommunikation</i>	17
4.3.3 <i>Wissenschaftsvisualisierung</i>	18
4.3.4 <i>Wissenstransfer</i>	19

5	Marketing im Allgemeinen	20
5.1	<i>Die Rolle des Marketing-Mix.....</i>	20
5.2	<i>Die Produktpolitik</i>	21
5.3	<i>Die Preispolitik</i>	25
5.4	<i>Die Distributionspolitik</i>	26
5.5	<i>Die Kommunikationspolitik</i>	28
5.6	<i>Weitere Instrumente des Marketing-Mix im Überblick.....</i>	30
5.7	<i>Die Optimierung der Marketinginstrumentarien</i>	30
6	Open Access	32
6.1	<i>Definition und Entstehung</i>	32
6.2	<i>Verzeichnisse und Datenbanken</i>	36
6.2.1	Directory of Open Access Journals (DOAJ).....	36
6.2.2	SHERPA/RoMEO-Datenbank.....	38
6.3	<i>Publikationsstrategien</i>	40
6.3.1	Der goldene Weg	40
6.3.2	Der grüne Weg.....	41
6.4	<i>Geschäftsmodelle.....</i>	43
6.4.1	Autorenfinanziertes Modell	43
6.4.2	Publikationsfonds	46
6.4.3	Finanzierung durch Förderorganisationen	48
6.4.4	Community-Fee-Modell	49
6.4.5	Hybride Publikationen	50
6.5	<i>Ausgewählte Open Access Verlage.....</i>	51
6.5.1	Springer	51
6.5.2	De Gruyter.....	54
6.5.3	Wiley	58
6.5.4	Thieme	59
6.5.5	Elsevier	62
6.5.6	Sage.....	66
6.6	<i>Vorteile und Möglichkeiten von Open Access.....</i>	68
6.7	<i>Kritik an Open Access</i>	72
7	Empirische Untersuchung.....	76
7.1	<i>Vorbereitung und Durchführung</i>	76
7.2	<i>Auswertung.....</i>	80

8	Fazit.....	91
	Literatur	93
	Anlage	100
	Anlagen, Teil 1	A-I
	Selbstständigkeitserklärung	A-7

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ablauf Peer-Review Verfahren	9
Abbildung 2: Wachstumsmöglichkeiten nach Ansoff	24
Abbildung 3: Screenshot der DOAJ Website	37
Abbildung 4: Screenshot der SHERPA/RoMEO-Datenbank Website	39
Abbildung 5: RoMEO Farbcodes	39
Abbildung 6: Publikationsstrategien von Open Access	42
Abbildung 7: Logo Springer Verlag	53
Abbildung 8: Logo De Gruyter Verlag	57
Abbildung 9: Logo Wiley Verlag	58
Abbildung 10: Logo Thieme Verlag	61
Abbildung 11: Logo Elsevier Verlag	65
Abbildung 12: Logo Sage Verlag	67

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wissenschaftsbereiche.....	6
Tabelle 2: Zielgruppen, Ziele und Kommunikationsmedien der Wissenschaftskommunikation	18
Tabelle 3: Darstellung des Marketing-Mix	21
Tabelle 4: Produktpolitische Grundentscheidungen	23
Tabelle 5: Grundtypen von Distributionssystemen nach der Zahl der Zwischenstufen.....	27
Tabelle 6: Klassifikation der Marketingfunktionen	30
Tabelle 7: eigene Tabelle: Altersverteilung	80
Tabelle 8: eigene Tabelle: Status der wissenschaftlichen Karriere	81
Tabelle 9: eigene Tabelle: Bekanntheit Open Access	81
Tabelle 10: eigene Tabelle: Präferenz für Open Access	82
Tabelle 11: eigene Tabelle: SPAM Mails	82
Tabelle 12: eigene Tabelle: Werbepraktiken.....	83
Tabelle 13: eigene Tabelle: Seriosität von Open Access Journals.....	83
Tabelle 14: eigene Tabelle: Qualitätskontrolle von Open Access Publikationen ...	84
Tabelle 15: eigene Tabelle: Predatory Journals	84
Tabelle 16: Bezahlung für Veröffentlichungen.....	85
Tabelle 17: eigene Tabelle: Ausgaben für eigene Publikation	85
Tabelle 18: eigene Tabelle: Wahl der finanziellen Mittel	86
Tabelle 19: eigene Tabelle: Beschaffungskosten für notwendige Literatur	86
Tabelle 20: Open Access als Informationsquelle	87
Tabelle 21: eigene Tabelle: Zugang zu wissenschaftlicher Information	88
Tabelle 22: eigene Tabelle: Häufigkeit der Zitation	88
Tabelle 23: eigene Tabelle: Übersicht Auswertung nach Geschlecht	89
Tabelle 24: eigene Tabelle: Übersicht Auswertung nach wissenschaftlichem Status.....	89
Tabelle 25: eigene Tabelle: Übersicht Auswertung Fachbereich	90

Abkürzungsverzeichnis

AD	Außendienst
APC	Article Processing Charges
BOAI	Budapest Open Access Initiative
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
CC	Creative Commons
d. h.	das heißt
DOAJ	Directory of Open Access Journals
EZB	Elektronische Zeitschriftenbibliothek
FWF	Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung
ggf.	gegebenenfalls
JISC	Joint Information Systems Committee
OANA	Open Access Network Austria
o.g.	oben genannt
OSI	Open Society Institute
PR	Public Relations
RoMEO	Rights METadata for Open archiving
SCOAP ³	Sponsoring Consortium for Open Access Publishing in Particle Physics
SHERPA	Securing a Hybrid Environment for Research Preservation and Access
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
STM	Science-Technology-Medicine
u.a.	unter anderem
ubifo	Universitätsbibliotheken Österreichs
usw.	und so weiter
u.U.	unter Umständen
v.a.	vor allem
z.B.	zum Beispiel

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Die Bewegung gewinnt an Fahrt: ist Open Access wirklich die Zukunft? So oder so ähnlich lauten aktuell viele Schlagzeilen zum Thema Open Access. Aber was steckt dahinter? Die Grundidee ist klar: Open Access macht wissenschaftliche Ergebnisse frei zugänglich.

Befürworter sagen Open Access Publikationen erhöhen die Sichtbarkeit der Forschung. Indem Wissenschaftler Open Access publizieren, wird Transparenz und Kooperation gefördert, die interdisziplinäre Vernetzung erleichtert und die Zeit vom metaphorischen Problem zur Lösung, also sozusagen von der Idee zum Produkt, verkürzt. Open Access verbessert somit die Versorgung mit Informationen von Wissenschaftlern weltweit.

Und diese Ansicht findet Zuspruch: Die Berliner Erklärung über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen vom 22. Oktober 2003 wurde inzwischen von über 650 Wissenschaftsorganisationen und -einrichtungen sowie von maßgeblichen Institutionen der Forschungsförderung auf der ganzen Welt unterzeichnet.

Ist Open Access also ein Gewinn für alle? Kritiker sagen: nicht ganz. Leider erfüllen zahlreiche Open Access Publisher nicht die universitären und allgemeinen Qualitätsstandards und einige versuchen über Spam E-Mails an wertvolle Inhalte zu gelangen bzw. werden viele Wissenschaftler mit den E-Mails regelrecht belästigt.

Wie so etwas aussehen kann, zeigt folgendes Beispiel:

Dear Dr. Hanno Ulmer,

Greetings!!

Journal of Obesity Treatment and Weight Management is an international peer reviewed open access journal. Obesity is a leading preventable cause of death world-wide, with increasing rates in adults and children.

We invite you to share your knowledge to the world by submitting your research work as we believe that you are the eminent person to our journal.

For more details: <http://scionline.org/journals/obesity-treatment/68>

For Manuscript submission: <http://scientonline.org/manuscript.php> kindly submits your Manuscript on or before July 27, 2020.

Awaiting your mail!

Regards

Alice Eleanor

Managing Editor

Email id: editor.jotwm@scientonline.org

Die Tatsache, dass Open Access wissenschaftliche Ergebnisse frei zugänglich macht, sagt also über die Qualität dieser Artikel zunächst einmal nicht aus.

Trotzdem ist für Kritiker der Open Access Bewegung einer der Hauptvorbehalte mangelnde Qualität. Open Access Zeitschriften seien diesbezüglich schlechter als herkömmliche. Zudem seien viele Publisher unseriös und nur auf Geldmache aus. Der Vorwurf ist pauschal nicht zu bestätigen, aber teilweise erklärbar:

Viele dieser neuartigen Open Access Zeitschriften sind noch relativ jung und hatten bisher noch wenig Zeit sich gegenüber renommierten Zeitschriften zu etablieren und sich eine Reputation auszubauen, was in der Wissenschaft auch oft am Impact Faktor gemessen wird. Und dieses fehlende Renommee wird oft mit mangelnder Qualität gleichgesetzt.

Auf der anderen Seite gibt es in der Tat Zeitschriften, die nicht den üblichen Kriterien für das wissenschaftliche Publizieren entsprechen. Das heißt, solche Zeitschriften verfügen entweder über gar kein oder aber nur ein mangelndes Peer-Review Verfahren. Der bei vielen Open Access Verlagen gelebte Usus sich über Artikelgebühren zu finanzieren, birgt die Gefahr von schwarzen Schafen, die ohne eine adäquate Gegenleistung anzubieten, sich nur das Geld ihrer Autoren einverleiben.

Diese Zeitschriften, die unter dem Begriff "Predatory Journal" zusammengefasst werden, sind wie aus dem oben genannten Beispiel ersichtlich, nicht immer sofort zu erkennen. Abhilfe sollte die sogenannte Beall's List schaffen. Der amerikanische Bibliothekar Jeffrey Beall unterteilte die schwarzen Schafe in folgende Kategorien: potential, possible or probable predatory scholarly open access publishers. Die Einstufung sollte Wissenschaftlern dabei helfen, Predatory Journals zu erkennen und keinesfalls dort einzureichen. Die Liste erfreute sich teils großer Beliebtheit, aber es wurde auch Kritik laut.

Die Kriterien der Listung waren laut Kritikern nicht transparent bzw. war die Einschätzung mehr als subjektiv, da beispielsweise Verlage die nicht in Nordamerika oder Westeuropa ihren Sitz hatten, im vornhinein misstrauisch begutachtet wurden. Im Jahr 2017 ging die Liste, laut Gerüchten zufolge aufgrund von Bedrohungen an den Schaffer Jeffrey Beall, offline. Ähnliche, kostenpflichtige Seiten, wurden online gestellt. Trotz allem bleibt ein Problem dieser Blacklists: Wie so oft im Leben gibt es auch beim wissenschaftlichen Publizieren nicht nur Schwarz und Weiß, sondern auch eine Grauzone.

Einfacher ist es in diesem Fall sich auf geprüfte Informationen zu verlassen. Das Directory of Open Access Journals (DOAJ) listet über 10.000 Open Access Zeitschriften, welche gewisse Mindestkriterien erfüllen. Diese Kriterien umfassen ein Peer-Review Verfahren, die Angabe des Herausgebers sowie den transparenten Umgang mit Kosten. Im Wissenschaftsumfeld gilt die Devise: ist eine Zeitschrift nicht im DOAJ gelistet, ist Vorsicht geboten.

Und noch eine Tatsache bringt die Open Access Bewegung mit sich: auch bei großen Wissenschaftsverlagen ist Open Access mittlerweile vielfach Bestandteil des Verlagsangebots. Für Betrachter mag dies zunächst verwunderlich sein, denn auf den ersten Blick scheinen sich Open Access und Verlage auszuschließen. Denn hinter dem einen steckt der Gedanke vom freien und kostenlosen Zugang zu wissenschaftlicher Information, hinter dem anderen ein Wirtschaftsunternehmen, das mit dem Verkauf dieser Informationen sein Geld verdient. Doch inzwischen haben auch die Wissenschaftsverlage entdeckt, wie sie mit Open Access Geld verdienen können und daraus Geschäftsmodelle entwickelt.

Haben somit beide Seiten - Wissenschaftler wie Verlage - einen Benefit bezüglich der Open Access Bewegung? Eine Frage, die vielleicht nicht ganz einfach zu beantworten ist und eine weitere aufwirft: Hat Open Access überhaupt eine Daseinsberechtigung im wissenschaftlichen Umfeld?

1.2 Zielsetzung

Die vorliegende Arbeit gibt zu Beginn einen Einblick in die Bereiche Wissenschaft und wissenschaftliche Publikationen. Der Aspekt des Marketings in der Wissenschaft wird ebenso berücksichtigt wie die Fakten rund um das Thema Open Access.

Ziel ist es, dem Leser einerseits den Zusammenhang zwischen Marketing und Wissenschaft näher zu bringen und andererseits Open Access als Möglichkeit des Publizierens mit all seinen Facetten zu durchleuchten.

Der empirische Teil der Arbeit besteht aus einer Meinungsumfrage mittels Fragebogen. Dabei wurden Ansichten von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zum Thema Open Access erfragt und statistisch ausgewertet.

1.3 Methodisches Vorgehen

Ausgehend von der Beschreibung der Problemstellung werden das Ziel der Arbeit und die Vorgangsweise im ersten Kapitel dargestellt. Das zweite und dritte Kapitel widmen sich unter anderem Definitionen zu den Themen Wissenschaft sowie wissenschaftlichen Publikationen mit deren Entstehung und Ablauf.

Das vierte Kapitel gibt Einblick in das Science Marketing um anschließend im fünften Kapitel das Marketing im Allgemeinen und dessen Anwendung in der Wissenschaft zu durchleuchten. Das sechste Kapitel beinhaltet umfassende Ausarbeitungen zum Thema Open Access, wie dessen Entstehung, wichtigen Verzeichnissen und Datenbanken, den angewandten Publikationsstrategien, praktizierte Geschäftsmodelle, ausgewählte Wissenschaftsverlage sowie Möglichkeiten und Kritik an Open Access.

Im Rahmen des empirischen Teils wurde eine Meinungsumfrage zu verschiedenen Aspekten rund um das Thema Open Access in Form eines Fragebogens durchgeführt.

Nach ersten Grobentwürfen zu den Fragestellungen wurden diese anschließend spezifiziert und ausformuliert. Des Weiteren wurden die entsprechenden Antworttypen für die jeweiligen Fragen ausgewählt. Vor der endgültigen Finalisierung wurde der Fragebogen einem Pre-Test unterzogen, der noch einige Adaptierungen mit sich brachte.

In der Schlussbetrachtung wird eine Zusammenfassung des Themas Open Access erstellt und ein Fazit abgegeben.

Der Hauptteil dieser Arbeit besteht aus einer umfassenden, theoretischen Fundierung anhand von bestehender Literatur. Um die Aktualität des Themas zu verdeutlichen, werden neben Fachliteratur auch Quellen aus dem Internet verwendet.

An dieser Stelle möchte ich noch anmerken, dass die von mir gewählte geschlechtsunspezifische Formulierung, beziehungsweise die übliche männliche Form, eine leichtere Lesbarkeit ermöglichen soll.

2 Der Begriff Wissenschaft

2.1 Definition

Die grundlegenden Parameter von Wissenschaftlichkeit können wie folgt zusammengefasst werden:

Wissenschaft ist ein Verfahren, mit dem aufbauend auf bekannte Grundlagen (Literatur und weitere Informationen) mittels systematischer Forschung (Experimente, Tests, Thesenüberprüfung, usw.) Erkenntnis auf höherem Niveau erzielt wird. Wissenschaftliche Forschung folgt genau definierten und methodischen Verfahren und dokumentiert den eigenen Arbeitsprozess zur Gewährleistung der gegenseitigen Überprüfbarkeit.

Die Überprüfung der Wissenschaftlichkeit eines Forschungsprozesses erfolgt im Rahmen der internationalen Diskussion auf Workshops, Tagungen und Kongressen und durch die systematische Kritik durch die Fachkollegenschaft in wissenschaftlichen Zeitschriften und anderen Medien (heute auch in Radio, Fernsehen und Internet). Durch die Lehre (an der Universität, aber auch in außeruniversitären Kursen und in der Schule) und populärwissenschaftliche Publikationen werden die aktuellen Forschungsergebnisse auch an die allgemeinen Rezipienten weitergegeben.¹

2.2 Wissenschaftsarten

Grundsätzlich unterscheidet die Literatur zwischen metaphysischen und nicht-metaphysischen Wissenschaftsarten. Die nicht-metaphysischen Wissenschaftsarten lassen sich in die Formal- und Realwissenschaften einteilen. Die Realwissenschaften wiederum gliedern sich in die Natur- und Geisteswissenschaften.²

¹ Vgl. Go: Geschichte online, Wissenschaftliches Arbeiten, URL:<<https://www.univie.ac.at/gonline/htdocs/site/browse.php?a=3942&arttyp=k>>, verfügbar am 10.05.2019 um 17:00 Uhr.

² Vgl. Güldenber, Stefan: Wissensmanagement und Wissenscontrolling in lernende Organisationen: Ein systemtheoretischer Ansatz, Wiesbaden, Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, 1997, S.16.

In einer Übersicht lassen sich die oben genannten Wissenschaftsbereiche wie folgt darstellen:

Formalwissenschaften	Realwissenschaften		
<ul style="list-style-type: none"> • Logik • Mathematik • Informatik • Theoretische Linguistik 	Naturwissenschaften	Geisteswissenschaften	
	<ul style="list-style-type: none"> • Physik • Chemie • Biologie • Genetik • Geologie • Astronomie 	Kulturwissenschaften	Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
		<ul style="list-style-type: none"> • Kunst- und Kulturwissenschaften • Sprachwissenschaften • Theaterwissenschaften • Literaturwissenschaften • Philosophie • Pädagogik • Geschichte • Religionswissenschaften 	<ul style="list-style-type: none"> • Soziologie • Rechtswissenschaften • Politikwissenschaften • Psychologie • Ethnologie • Kommunikationswissenschaften • Betriebswirtschaftslehre • Volkswirtschaftslehre
Interdisziplinäre Wissenschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Ingenieurwissenschaften • Medizin, Pharmazie • Materialwissenschaften 		

Tabelle 1: Wissenschaftsbereiche³

³ eigene Darstellung nach Karmasin, Matthias; Ribing, Rainer: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, Wien, 7. Aufl., 2012, S. 77.

3 Zum Thema Wissenschaftliche Publikationen

3.1 Definition

Prinzipiell kann festgehalten werden, dass ein wissenschaftlicher Text strengere Kriterien erfüllen muss als beispielsweise ein journalistischer Artikel. Das Einhalten bestimmter Regeln (z.B. Transparenz) und formaler Kriterien (z.B. Zitierweisen) wird zwar oft – vor allem von Studierenden - als sehr mühsam angesehen. Dies ist jedoch im Rahmen der korrekten wissenschaftlichen Arbeitsweise entscheidend und zwingend erforderlich.

Mit der folgenden Zusammenfassung soll gezeigt werden, dass ein wissenschaftlicher Text einige wichtige Eigenschaften innehat und es sich bei so einem Text um ein komplexes Produkt handelt:

Eine dieser Eigenschaften besteht darin, dass wissenschaftliche Texte in einer wissenschaftlichen Sprache verfasst werden. Dies bedeutet, dass sie eine fachspezifische Terminologie beinhalten sowie einen neutralen und spezifischen Stil vorweisen.

Als weitere Eigenschaft kann festgehalten werden, dass wissenschaftliche Texte in vielen Disziplinen manifeste Produkte der Forschung sind, das heißt sie tragen die fachspezifischen Forschungsergebnisse nach außen und diese werden der sogenannten „Scientific Community“ als Diskussionsgrundlage zur Verfügung gestellt. Daraus leitet sich ab, dass wissenschaftliche Texte zum überwiegenden Teil nicht für die breite Öffentlichkeit, sondern für Fachleute verfasst werden.

Ergänzend darf hinzugefügt werden, dass das Verfassen eines wissenschaftlichen Textes nicht mit dem bloßen Niederschreiben „fertiger Gedanken“ verwechselt werden darf. Ein wissenschaftlicher Text baut somit auf klaren, allgemein wissenschaftlichen Methoden auf. Weiters ist eine Beweisführung und Genauigkeit bei der Auswertung des Materials sowie der seriöse Umgang mit wissenschaftlicher Literatur und sonstigen Quellen notwendig. Dazu zählt vor allem auch das Zitieren von Ergebnissen und Textpassagen anderer Autoren, welche immer genau zu kennzeichnen sind.⁴

⁴ Vgl. Karall, Peter H., Weikert, Aurelia: Das Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten, URL:<<https://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/schreiben/schreiben-2.html>>, verfügbar am 24.02.2019 um 19:35 Uhr.

3.2 Peer-Review Verfahren

Peer-Review kann als Kernelement in der Selbststeuerung von Wissenschaft bezeichnet werden. Peer-Review bedeutet, dass eine Begutachtung von wissenschaftlichen Publikationen und Leistungen in einem geregelten Verfahren von Fachkollegen vorgenommen wird.

Als Ziel von Peer-Review kann der Versuch angesehen werden, Qualitätskontrollen in der Wissenschaft konstruktiv und professionell zu gestalten.⁵

3.2.1 Ablauf

Nach der Einreichung eines Manuskripts bei einer wissenschaftlichen Zeitschrift erfolgt eine Art Vorprüfung im Rahmen eines sogenannten „Desk-Reviews“: Die Herausgeber entscheiden selbst, ob das Manuskript das Peer-Review durchlaufen soll oder sofort abgelehnt wird. Im Anschluss werden Gutachter ausgewählt, die aufgrund ihres Forschungsfeldes in der Lage sind, das Manuskript zu begutachten. Im Idealfall werden Manuskripte von mehreren Gutachtern bewertet.

Mittels des Peer-Review Verfahrens wird primär geprüft, inwieweit ein Artikel zur thematischen Ausrichtung der Zeitschrift passt, ob ein geeigneter Forschungsansatz gewählt wurde und ob Forschungsfragen verständlich formuliert wurden, um die aufgestellten wissenschaftlichen Fragestellungen zu beantworten.

Außerdem wird das Verfahren dahingehend überprüft, inwieweit die Ergebnisse reproduzierbar sind. Auch die Neuheit und Originalität der Forschungserkenntnisse werden bewertet. Schlussendlich wird auch die „Lesbarkeit“ beurteilt, das heißt es wird darauf geachtet, inwieweit der Aufbau logisch ist und die Schlussfolgerungen nachvollziehbar sind. Darüber hinaus erhalten die Autoren auch nützliche Hinweise zur Verbesserung ihres Artikels.

Gutachter erstellen ihre Bewertung meistens anhand eines Fragebogens und senden diesen zurück an die Herausgeber. Auf dieser Grundlage erfolgt die abschließende Entscheidung, ob ein Manuskript angenommen oder abgelehnt wird, beziehungsweise unter der Voraussetzung angenommen wird, dass bestimmte Punkte überarbeitet werden. Bei schwerwiegenden Mängeln werden Manuskripte grundsätzlich abgelehnt, können aber nach einer grundlegenden Überarbeitung erneut eingereicht werden.

⁵ Vgl. Hornbostel Stefan, Knie Andreas, Simon Dagmar: Handbuch Wissenschaftspolitik, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften, 1. Auflage, 2010, S. 280.

Ein abgelehntes Manuskript muss nicht zwingend bedeuten, dass dieses von schlechter Qualität ist. Ein weiterer Grund, warum Artikel abgelehnt werden ist, dass Artikel entweder der inhaltlichen Ausrichtung der Zeitschrift nicht entsprechen oder diese den teilweise sehr hohen Standards an Neuheit und Originalität nicht genügen.

Einige renommierte Zeitschriften haben Ablehnungsquoten von über 90%. Überblicksmäßig werden hinsichtlich aller wissenschaftlichen Zeitschriften etwa die Hälfte aller eingereichten Artikel abgelehnt. Ein weiterer Ablehnungsgrund kann sein, dass ein innovativer Ansatz von den Gutachtern nicht als solcher erkannt wird. Es gibt auch Zeitschriften, die im Hinblick auf Originalität weniger strikt sind, sondern eher prüfen, inwieweit wissenschaftlich exakt gearbeitet wurde. Abgelehnte Artikel werden daher in den meisten Fällen von den Autoren bei einer anderen Zeitschrift erneut eingereicht.

Für die Gutachtenerstellung wird in der Regel kein Entgelt bezahlt, es ist sozusagen Teil der Selbstorganisation der Wissenschaft.⁶



Abbildung 1: Ablauf Peer-Review Verfahren⁷

⁶ Vgl. Publisso.de, URL:<<https://www.publisso.de/open-access-beraten/faqs/peer-review/>>, verfügbar am 10.02.2019 um 21:00 Uhr.

⁷ eigene Darstellung nach Scribbr.de, URL:<<https://www.scribbr.de/methodik/peer-review/>>, verfügbar am 12.05.2019, 11:00 Uhr.

3.2.2 Formen

Die beiden häufigsten Formen des Peer-Reviews sind:

- Single-Blind-Verfahren: Bei diesem Verfahren wissen die Einreichenden nicht, von wem der Artikel beurteilt wird.
- Double-Blind-Verfahren: Hier wissen diejenigen, die den Artikel einreichen, nicht, wer ihn beurteilt. Gleichzeitig wissen diejenigen, die den Artikel beurteilen, nicht, wer ihn eingereicht hat.

Diese Anonymität stellt sicher, dass nicht die Einreichenden selbst, sondern ihre Artikel objektiv beurteilt werden.

Welches Verfahren zur Anwendung kommt, entscheiden die jeweiligen Herausgeber der Journals.⁸

3.2.3 Kritik an Peer-Review

Die zuvor angesprochenen Verfahren haben jedoch auch Vor- und Nachteile. Beim Double-Blind-Verfahren wird beispielsweise kritisiert, dass Gutachter anhand der zitierten Referenzen erahnen können, wer die Autoren sind. Dies beeinflusst unter Umständen natürlich die Neutralität des Gutachtens. Die Einschätzung eines wissenschaftlichen Artikels ist zudem von der Sorgfalt der Reviewer und deren wissenschaftlicher Überzeugung abhängig.

Peer-Review Verfahren geraten aber auch zunehmend in die Kritik, weil beispielsweise schwerwiegende, methodische Fehler nicht immer entdeckt werden. Einige Gründe die für das „Versagen“ des Peer-Review Verfahrens sprechen, ist einerseits die Überlastung der Peer-Reviewer durch ein gestiegenes Publikationsaufkommen. Des Weiteren wird oft die unpassende Auswahl von Gutachtern durch das sogenannte Editorial Board kritisiert.

Auch wird häufig beanstandet, dass das Peer-Review Verfahren zu intransparent sei, weil die Gutachten subjektiv gefärbt sind. Ein Beispiel dafür wäre die Tatsache, dass sich viele Gutachter nicht von ihren jeweiligen „Denkschulen“ lösen können und somit den Wert einer neuen Idee nicht schätzen. Ein weiterer Kritikpunkt liegt darin, dass Gutachter oft mögliche Interessenskonflikte nicht offenlegen.

⁸ Vgl. Scribbr.de, URL:<<https://www.scribbr.de/methodik/peer-review/>>, verfügbar am 31.03.2019 um 18:30 Uhr.

Als zentraler Nachteil und somit Kritikpunkt am Peer-Review Verfahren kann unter anderem auch genannt werden, dass es sich über längere Zeiträume (in der Regel Wochen bis Monate, in Einzelfällen wird auch von Jahren berichtet) hinziehen kann.

Manchmal liegt außerdem der Verdacht nahe, dass Zeitschriften, die von sich behaupten, ein Peer-Review Verfahren installiert zu haben, keine bzw. eine nur sehr oberflächliche Prüfung durchführen.

Es kann davon ausgegangen werden, dass sich trotz Peer-Review Verfahren Betrugsfälle und die Publikation von minderwertigen Artikeln nicht zur Gänze verhindern lassen. Doch bei aller zuvor geäußelter Kritik wird weiterhin am Peer-Review Verfahren festgehalten. Vor allem weil es sich schlussendlich doch bewährt hat und in den meisten Fällen – insbesondere, wenn Autoren die Gutachten einsehen und Anmerkungen verarbeiten können – zur Verbesserung der Publikationen beiträgt.

Schlussendlich liegt die Verantwortung bei den Autoren, die nach wissenschaftlichem Selbstverständnis für „wissenschaftliche Reproduzierbarkeit“ zu sorgen haben.⁹

3.3 Der Impact-Faktor

Der Impact Faktor ist eine Kennzahl, die aussagt, mit welcher Häufigkeit der durchschnittliche Artikel in einer Zeitschrift in einer bestimmten Zeitspanne zitiert wird. Der jährlich Impact Faktor stellt also das Verhältnis zwischen Zitierungen und erschienenen Publikation dar. Berechnet wird er aus der Summe aller Zitierungen dividiert durch die Summe aller erschienen Artikel. Die Zeitspanne wird standardmäßig vom Berechnungsjahr und den vorgehenden zwei Jahre gewählt.

⁹ Vgl. Publisso.de, URL:<<https://www.publisso.de/open-access-beraten/faqs/peer-review/>>, verfügbar am 10.02.2019, 21:30 Uhr.

Der Impact Faktor einer Zeitschrift berechnet sich nach folgender Formel:

$$\text{IF}(x) = \frac{Z_x}{A_x}$$

Mit Z_x = Anzahl aller Zitate der im Index erfassten Zeitschriften, die sich auf Artikel der Zeitschrift x (der beiden Vorjahre) beziehen

A_x = Anzahl der Artikel von Zeitschriften x (der beiden Vorjahre)

IF = Impact Faktor der Zeitschrift x

Beispiel: in den Jahren 2016 und 2017 wurden in einer Zeitschrift 180 Artikel veröffentlicht (A_x). Im Jahr 2018 wurde in anderen Publikationen insgesamt 250 mal aus dieser Zeitschrift zitiert (Z_x). Daraus ergibt sich ein Impact-Faktor von 1,3888:

$$\text{IF}(x) = \frac{Z_x}{A_x} = \frac{250}{180} = 1,3888$$

Wie aus der oben genannten Formel abzulesen ist, kann der Impact Faktor frühestens im dritten Erscheinungsjahr einer Zeitschrift vergeben werden. Das ist für viele Open Access Zeitschriften problematisch, die noch sehr jung sind.

Der Impact Faktor soll laut Meinung der Allgemeinheit auch als Wettbewerb unter Zeitschriften dienen. Die Berechnung einer Kennzahl würde zu mehr Transparenz führen. Ein auf Grundlage der Kennzahlen erstelltes Ranking gebe sowohl den Lesern als auch den Autoren die Möglichkeit, sich ein Qualitätsurteil auf Basis der Vergangenheitswerte zu bilden. Diese Rankings dienen den Zeitschriften als Anreiz, Autoren und deren Artikel hoher Qualität anzulocken. Damit soll die Zitierung der Zeitschrift erhöht werden und in den Folgejahren ein höherer Impact Faktor erzielt werden.¹⁰

¹⁰ Vgl. Pastowski Sven: Messung der Dienstleistungsqualität in komplexen Marktstrukturen: Perspektiven für ein Qualitätsmanagement von Hochschulen, Wiesbaden, Deutscher Universitätsverlag, 1. Auflage, 2004, S. 231ff.

4 Marketing in der Wissenschaft

4.1 Definition von Science Marketing

Im Grunde genommen sprechen wir bei Wissenschaftsmarketing dem Wortlaut nach von der Vermarktung wissenschaftlicher Arbeit. Trotzdem wird dem einen

oder anderen der Aspekt, Marketing mit der Wissenschaft in Verbindung zu bringen, etwas suspekt erscheinen. Solche Meinungen bedürfen allerdings der Korrektur. So bietet das Wissenschaftsmarketing ein größeres Betätigungsfeld, als eine enge Marktperspektive vermuten lässt. Im Wissenschaftsmarketing werden Ergebnisse zielkundenorientiert aufbereitet, das heißt im Wissenschaftsmarketing liegt der geschäftliche Aspekt der Zielkundenansprache im Vordergrund.¹¹ Umso erstaunlicher ist es, dass es in der Literatur keine eindeutige Definition von Wissenschaftsmarketing gibt.

Die hier verwendete Definition des Wissenschaftsmarketings ist in Anlehnung an die Definition des Non-Profit Marketings von Bruhn:

„Wissenschaftsmarketing ist eine Denkhaltung und eine Managementaufgabe, die zum Erhalt und zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit einer Wissenschaftseinrichtung beiträgt, indem sie die Interessen aller Anspruchsgruppen in die Entwicklungsstrategie der Wissenschaftseinrichtung einbezieht. Die Wissenschaftseinrichtung passt sich sinnvoll an die Gegebenheiten des kompetitiven Umfeldes an und Maßnahmen aus dem Portfolio der Marketinginstrumente zur Förderung der eigenen Mission und aktiven Gestaltung des kompetitiven Umfeldes werden realisiert.“¹²

In dieser Sicht ist Marketing für jede Organisation von Bedeutung, die sich mit Märkten, in diesem Fall mit Orten des Leistungsaustauschs, identifiziert sieht. Dazu zählen auch die Institutionen der Wissenschaft.

¹¹ Vgl. Wordpress.com, URL:<<https://wissenschaftsmarketing.wordpress.com/2015/11/11/was-ist-wissenschaftsmarketing/>>, verfügbar am 19.05.2019 um 20:15 Uhr.

¹² Vgl. Hans, Dirk: Wissenschaftsmarketing, Oldenburg, Carl von Ossietzky Universitätsverlag, 2014, S. 10.

4.2 Digitales Wissenschaftsmarketing

Das Internet spielt also in der Wissenschaft und bei der Vermarktung von Produkten und wissenschaftlichen Veröffentlichungen eine zentrale Rolle. Hier spricht man von digitalem Wissenschaftsmarketing.

Allerdings gibt es in der von Innovation orientierten Grundlagenforschung und in der auftragsorientierten Forschung einige Aspekte, die das digitale Wissenschaftsmarketing zu einem Sonderfall machen.

Beispielsweise dürfen nicht alle Ergebnisse auch veröffentlicht, also publiziert werden. Doch ein wichtiger Aspekt im Digital Marketing und somit auch für das digitale Wissenschaftsmarketing ist die möglichst schnelle und zielkundenorientierte Veröffentlichung von Ergebnissen.¹³

4.2.1 Anforderungen und Ziele des digitalen Wissenschaftsmarketings

Die Anforderungen und Ziele des Wissenschaftsmarketings sind durchaus vielfältig. Primär geht es darum, den Raum für wissenschaftlichen Fortschritt im Sinne der Gesellschaft zu schaffen, diesen zu erhalten und im Idealfall auch zu vergrößern. Wissenschaftsmarketing möchte somit den Einfluss der Wissenschaft auf gesellschaftliche Prozesse und Entscheidungen sicherstellen. Wissenschaftliche Effizienz soll befördert und die allgemeine Wertschätzung der Wissenschaft in der Gesellschaft gestützt werden. Wissenschaftsmarketing möchte zudem die Lücke zwischen Forschung und Gesellschaft verkleinern und zu einer selbstverständlichen Verankerung der Wissenschaft in der Gesellschaft beitragen. Somit ist der Gesellschaft und der Wissenschaft gleichermaßen gedient.

Wenn man davon ausgeht, dass die Wissenschaft eine gesellschaftsdienliche Methode zum Wohl jedes Individuums darstellt, spielt das Wissenschaftsmarketing eine relevante Rolle in der Gesellschaft. Diese Annahme soll allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass einzelne Aktivitäten des Wissenschaftsmarketings durchaus weniger ideellen Prinzipien folgen und eher kurzfristige Wettbewerbsvorteile gegenüber konkurrierenden Forschungseinrichtungen im Blick haben. Jedoch auch diese Bestrebungen sind zu einem gewissen Teil nachvollziehbar.

¹³ Vgl. Wordpress.com, URL:<<https://wissenschaftsmarketing.wordpress.com/2015/11/11/was-ist-wissenschaftsmarketing/>>, verfügbar am 19.05.2019 um 20:30 Uhr.

Wissenschaftler und Forschungseinrichtungen müssen das Ziel vor Augen haben, die eigene Zukunft zu sichern und durch klare Abgrenzung und Positionierung gegenüber Wettbewerbern zu stützen.¹⁴

4.2.2 Vorteile von digitalem Wissenschaftsmarketing

Wenn die Anforderungen und Ziele des Wissenschaftsmarketings berücksichtigt werden, entsteht eine Art Werkzeug, die einige Vorteile bringt:

- Es entlastet Wissenschaftler bei der Projekt- und Auftragsakquise.
- Es bringt die Möglichkeit das Angebot gegenüber anderen Abteilungen oder Gruppen deutlich hervorzuheben.
- Es stellt keinen Aufwand oder zusätzliche Belastung für Wissenschaftler dar.
- Es verursacht nur geringe Kosten, da die Seiten nach neusten Anforderungen entwickelt sind und somit die Kosten/Nutzen-Relation definiert ist.
- Es bietet hohe Flexibilität, das heißt es sind Image-Änderungen und Werbekampagnen möglich (Zeitabhängig, Situationsabhängig).
- Es ermöglicht eine einfache Darstellung und Visualisierung komplexer Strukturen, Projektskizzen, Abläufe, Diagramme und Anagramme.¹⁵

4.3 Teilbereiche des Wissenschaftsmarketings

4.3.1 Wissenschafts-Public Relations

Unter Wissenschafts-Public Relations versteht man jene Kommunikation, die aus einer wissenschaftlichen Einrichtung heraus an die Öffentlichkeit und somit an die Medien geht.

Funktion ist dabei die Information der Öffentlichkeit. Heute geht aber die Arbeit der Wissenschafts-PR weit darüber hinaus: Sie gestaltet die Beziehungen mit der Öffentlichkeit. Sie nimmt somit Ideen, Gedanken und Stimmungen aus ihrer Umwelt auf, integriert sie sinnvoll in die Institution und verankert diese damit fester in ihrer Umwelt. Sie dient dem langfristigen Erhalt der eigenen Organisation und letztlich auch der Wissenschaft an sich.

¹⁴ Vgl. Hans, Dirk: Wissenschaftsmarketing, Oldenburg, Carl von Ossietzky Universitätsverlag, 2014, S. 12.

¹⁵ Vgl. Wordpress.com, URL:<<https://wissenschaftsmarketing.wordpress.com/2015/11/11/welche-vorteile-bietet-das-wissenschaftsmarketing/>>, verfügbar am 17.05.2019 um 19:30 Uhr.

Die Wissenschafts-Public Relations kommunizieren somit Einstellungen, Werte, Haltungen und Ziele ihrer Organisation nach außen und innerhalb der Organisation. Dabei spiegelt sie auch die Erwartungen der Gesellschaft und der Zielgruppen nach innen und vor allem an die Leitung.

Gegenstand der Kommunikation von innen nach außen können Forschungsergebnisse, Entwicklungen in Forschungsgebieten, Expertenmeinungen zu aktuellen Themen aber auch institutionelle Nachrichten sein. In der anderen Richtung werden oft Erwartungen, Forderungen oder auch Kritik an die Einrichtung herangetragen.

Die Wege und Kanäle der Kommunikation sind dabei in den letzten Jahren und Jahrzehnten vielfältiger geworden: Sie umfassen nicht mehr nur die traditionelle Pressemitteilung, sondern auch Aktivitäten wie Science Festivals, School Labs, Dialoge, Science Slams etc.

Um somit den professionellen Umgang mit Medien und Öffentlichkeit zu gewährleisten, wurden diverse Instrumente der Wissenschafts-PR entwickelt. Ihr Ziel besteht darin, komplexe wissenschaftliche Themen verständlich, interessant und glaubwürdig zu vermitteln.¹⁶

Die wichtigsten Formate der Wissenschafts-PR sind:

1. Klassische Presse- und Medienarbeit: Zu den Klassikern der Wissenschafts-PR gehören die Pressemitteilung, die Pressekonferenz, die Pflege von Verteilern und persönlichen Medienkontakten.
2. Online-PR: Neben der redaktionellen Bearbeitung, Optimierung und Bewerbung eigener Webseiten und Portale gehören zur Wissenschafts-PR im Internet auch Wikis, Web-Verzeichnisse, Informationsdienste, Newsletter, Science-Blogs und Online-Communities.
3. Scientific Publishing: Die On- und Offline-Tools der Wissenschafts-PR werden ergänzt durch wissenschaftliche Studien, Publikationen und Printmaterialien wie z.B. Flyer, Broschüren, Factsheets usw.

¹⁶ Vgl. Wissenschaft im Dialog, URL:<<https://www.wissenschaft-im-dialog.de/blog/blogartikel/beitrag/wir-machen-pr-und-das-ist-auch-gut-so/>>, verfügbar am 29.04.2019 um 19:00 Uhr.

4. Scientific Events: Ob klassischer Fachkongress, oder alternativer Science Slam (Turnier mit wissenschaftlichen Kurzvorträgen) – Events mit Wissenschaftsbezug sind ein unerlässliches Instrument der Wissenschafts-PR, um Dialoggruppen effizient miteinander zu vernetzen.¹⁷

4.3.2 Wissenschaftskommunikation

Prinzipiell können zwei Teilbereiche wissenschaftlicher Kommunikation unterschieden werden. Zum einen die externe Kommunikation von Wissenschaftlern zur Öffentlichkeit. Dieses wird auch als Public Understanding of Science (PUS) oder Public Awareness of Science (PAS) bezeichnet. Diese Begriffe heben einerseits das gestiegene gesellschaftliche Interesse an der Forschung hervor. Andererseits aber auch den gesellschaftlichen Anspruch auf die Bereitstellung der Ergebnisse von Forschungsprojekten die durch Steuermittel finanziert wurden und zweitens, die Integration und Nutzung der Ergebnisse in der Gesellschaft.

Zum anderen beziehen einige Autoren den Begriff Wissenschaftskommunikation primär auf die interne Kommunikation von Wissenschaftlern für Wissenschaftler, also die Kommunikation von Forschungsergebnissen innerhalb der wissenschaftlichen Gemeinschaft.

Aus den Definitionen lässt sich weiterhin ableiten, dass im angelsächsischen Sprachraum, im Gegensatz zum deutschen Sprachgebrauch, zwischen den beiden Teilbereichen wissenschaftlicher Kommunikation begrifflich unterschieden wird, was eine präzisere Begriffsverwendung ermöglicht: Die externe Wissenschaftskommunikation wird als Science Communication bezeichnet, während die interne eher mit dem Begriff Scholarly Communication verbunden wird.¹⁸

¹⁷ Vgl. Advice Partners, URL:<<https://www.advicepartners.de/unsere-leistungen/wissenschaftskommunikation/wissen/wissenschafts-pr/>>, verfügbar am 10.04.2019, 16:30 Uhr.

¹⁸ Vgl. Hagenhoff Svenja, Seidenfaden Lutz, Ortelbach Björn, Schumann Matthias: Neue Formen der Wissenschaftskommunikation: Eine Fallstudienuntersuchung, Universitätsverlag Göttingen, 2007, S.5.

Wissenschaftskommunikation		
	Intern	Extern
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftler (in Universität und Unternehmen) • Studenten 	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlichkeit • Stakeholder/Geldgeber
Verfolgte Ziele	<ul style="list-style-type: none"> • Expertenorientierte Kommunikation innerhalb der Wissenschaft unterstützen • Problemlösungen erarbeiten • neue Entwicklungen in Forschungsgebieten aufzeigen • Verifizierung von Forschungsergebnissen • Aufbau von Reputation • Wissenschaftler zur Kommunikation mit der Öffentlichkeit befähigen • Bedeutung der Wissenschaftskommunikation verdeutlichen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung von wissenschaftlichen Ergebnissen • Nachwuchs für Wissenschaft gewinnen • Vertrauen in Wissenschaft bei Zielpersonen wecken und Glaubwürdigkeit erreichen • Bereitstellung ausreichender Ressourcen für die Wissenschaft sichern • Verhandlung über Art der Wissenschaft und den (gesellschaftlichen) Umgang mit den Ergebnissen
Kommunikationsmedien (formal)	<ul style="list-style-type: none"> • Wiss. Zeitschriften (print, online) • Konferenzbände, Monographien • Schutz intellektueller Errungenschaften durch Patente 	<ul style="list-style-type: none"> • Massenmedien: TV, Radio • Zeitschriften (print, online) • Ausstellungen

Tabelle 2: Zielgruppen, Ziele und Kommunikationsmedien der Wissenschaftskommunikation¹⁹

4.3.3 Wissenschaftsvisualisierung

Visualisierungen wird in der Wissenschaft oft als Abbildung von Daten und Zusammenhängen in Bildern, Grafiken, Tabellen, Statistiken oder mathematischen Funktionen genutzt. Diese Visualisierungen vereinfachen das Vermitteln von Inhalten und das Nachvollziehen wissenschaftlicher Erkenntnissen. Die Visualisierung von Forschung, Forschungsprojekten und Forschungsprozessen kann so Prozesse des Verstehens beschleunigen und ermöglichen. Ein wesentlicher Aspekt wissenschaftlichen Visualisieren ist es, Erkenntnisse schnell zu transportieren.²⁰

¹⁹ eigene Darstellung nach Hagenhoff Svenja, Seidenfaden Lutz, Ortelbach Björn, Schumann Matthias: Neue Formen der Wissenschaftskommunikation: Eine Fallstudienuntersuchung, Universitätsverlag Göttingen, 2007, S.6.

²⁰ Vgl. Coachingzonen Wissenschaft, URL:<<https://coachingzonen-wissenschaft.de/visualisieren-in-der-wissenschaft/>>, verfügbar am 29.04.2019 um 18:30 Uhr.

4.3.4 Wissenstransfer

Der Begriff Wissenstransfer steht für den Austausch und die Weitergabe von Wissen innerhalb einer Organisation. Die dazugehörigen Instrumente sind ein wichtiger Bestandteil des Wissensmanagements.

In Zeiten der Digitalisierung, der Arbeitsverdichtung und einem steigenden Tempo in praktisch allen Arbeitsbereichen ist ein erfolgreicher und kontinuierlicher Wissenstransfer zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil für Unternehmen und auch Forschungseinrichtungen geworden. Denn nur Arbeitnehmer, deren Wissen stets up-to-date ist, erzielen optimale Ergebnisse.

Organisationen sollten daher alles daransetzen, den Wissenstransfer in der Belegschaft zu erhöhen. Denn der Druck in den Märkten steigt. Produktzyklen verkürzen sich zusehends und der Kunde verlangt stets Dienstleistungen und Produkte auf höchstem Niveau.²¹

²¹ Vgl. Agentur Junges Herz, URL: <<https://www.agentur-jungesherz.de/hr-glossar/wissenstransfermethoden-beispiele-definition/>>, verfügbar am 08.05.2019 um 18:00 Uhr.

5 Marketing im Allgemeinen

5.1 Die Rolle des Marketing-Mix

Der Marketing-Mix wurde zum ersten Mal in den 1950er Jahren vom Amerikaner Neil H. Borden vorgestellt und gilt bis heute als das am häufigsten genutzte Marketingtool. Mit Hilfe des Marketing-Mix sollen Marketing-Manager Aktivitäten gliedern und ergebnisreich durchführen. Dabei stellt der Marketing-Mix den Akteuren des Marketings eine nützliche Kombination von Instrumenten dar. Der Begriff Marketinginstrumente bezeichnet Parameter, die Unternehmen nutzen, um festgelegte Ziele und daraus abgeleitete Strategien umzusetzen.

Die 4 P's des Marketing-Mix

In den 60er Jahren stellte McCarthy die 4P's:

- Product
- Place
- Promotion
- Price

vor, die nun als Leitinstrumente im Marketing dienen. Der Ansatz von McCarthy und Borden war hier auf die Effizienz von Marketinginstrumenten im Konsumgütermarketing ausgerichtet. Die deutsche Übersetzung der 4P's im Marketing-Mix erfolgte durch Heribert Meffert:

- Product → Produktpolitik
- Place → Distributionspolitik
- Promotion → Kommunikationspolitik
- Price → Preis & Konditionenpolitik

Die vier Bereiche können durch folgende Leitfragen erläutert werden:

- Welche Güter bzw. Dienstleistungen bieten wir unseren Kunden an? (Produkt- bzw. Leistungspolitik)
- Welchen Preis können wir verlangen? (Preispolitik)
- Wo bzw. über welche Wege werden wir unsere Leistungen verkaufen? (Distributionspolitik bzw. Vertrieb)
- Wie machen wir auf unser Produkt / unsere Leistung aufmerksam? (Kommunikationspolitik)²²

²² Vgl. Deutsches Institut für Marketing, URL:<<https://www.marketinginstitut.biz/blog/marketing-mix/>>, verfügbar am 08.02.2019 um 18:30 Uhr.

Zusammenfassend kann der Marketing-Mix wie folgt dargestellt werden:

<p>PRODUCT (= Produktpolitik)</p> <p>umfasst diese Elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktgestaltung - Qualität - Größe - Markenname - Garantien - Sortimentsplanung 	<p>PRICE (= Preispolitik)</p> <p>umfasst diese Elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preisbestimmung - Rabatte - Boni - Zahlungsbedingungen - Lieferbedingungen - Kreditbedingungen
Die 4 P des klassischen Marketing-Mix	
<p>PLACE (= Distributionspolitik)</p> <p>umfasst diese Elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Standorte - Außen- und Innendesign - Lagerhaltung - Transportmöglichkeiten - Absatzkanäle - Absatzmittler 	<p>PROMOTION (= Kommunikationspolitik)</p> <p>umfasst diese Elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Werbung & Public Relations - persönlicher Verkauf - Verkaufsförderung - Messen - Sponsoring - Veranstaltungen

Tabelle 3: Darstellung des Marketing-Mix²³

5.2 Die Produktpolitik

In der Literatur hat sich der Begriff Produktpolitik eingebürgert. Die Definition des Produktbegriffes ist nicht eindeutig und darum sind sowohl materielle Sachgüter als auch immaterielle Leistungen (Dienstleistungen) angesprochen.²⁴

²³ eigene Darstellung nach Unternehmer.de, URL:<<https://www.unternehmer.de/marketing-vertrieb/37680-marketing-mix-das-funfte-p>>, verfügbar am 08.02.2019 um 19:00 Uhr.

²⁴ Vgl. Bruhn, Manfred: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 12. Auflage, Springer Gabler Verlag, S.123.

Die Produktpolitik umfasst somit alle Entscheidungen, die mit der Leistungserstellung eines Unternehmens im Zusammenhang stehen. Dabei obliegt es der Produktpolitik mittels Produktinnovationen, -variationen, -eliminierungen und -erweiterungen des Produktportfolios das Leistungsangebot des Unternehmens an die Bedürfnisse der Kunden anzupassen und diese attraktiv zu gestalten.²⁵

Eine Produktinnovation liegt vor, wenn ein Produkt, das bisher nicht im Leistungsprogramm eines Unternehmens war, neu in dieses aufgenommen wird. Dagegen versteht man unter der Produktvariation die Veränderung eines bisher schon angebotenen Produkts. An die Stelle eines bisherigen Produkts tritt also ein verändertes Produkt. Bei der Produktelimination wird ein Produkt komplett aus dem Angebot eines Unternehmens gestrichen.

Wenn solche Überlegungen auf eine Produktlinie bezogen werden, dann kann man sich vorstellen, dass durch eine neue, zusätzliche Produktlinie die Angebotspalette eines Unternehmens beträchtlich erweitert wird. In diesem Fall wird deshalb von Diversifikation gesprochen. Ergänzend ist an dieser Stelle anzumerken, dass eine Diversifikation nicht nur durch die Einführung neuer Produktlinien, sondern in selteneren Fällen auch durch einzelne für das Unternehmen völlig neuartige Produkte erfolgen kann.

Eine bestehende Produktlinie kann einerseits durch eine Erweiterung und andererseits durch eine Reduzierung (auch Straffung genannt) verändert werden. Eine Erweiterung findet dadurch statt, dass zusätzlich zu den vorhandenen Produkten einer Produktlinie ein weiteres neues oder mehrere Produkte eingeführt werden.

Mit der Produktdifferenzierung geht das Unternehmen nicht (wie bei der Produktdiversifikation) in neue (Teil-)Märkte, sondern versucht im bestehenden Markt und auf Basis eines bereits im Markt etablierten Produkts durch unterschiedliche Varianten des Produkts mehr Kunden und Umsatz zu gewinnen.

Gestraft wird eine Produktlinie durch entsprechende Produkteliminationen. Durch die Eliminierung einer ganzen Produktlinie zieht sich ein Unternehmen aus den jeweiligen Geschäftsbereichen vollständig zurück.²⁶

²⁵ Vgl. Dimitrios, Lianos: Möglichkeiten zur Nutzung des Marketingmix für Non-Profit Organisationen zur effizienteren Spendergenerierung, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH, 2012, S. 29.

²⁶ Vgl. Kleinaltenkamp Michael, Kuß Alfred: Marketing-Einführung: Grundlagen - Überblick - Beispiele, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag, S.180.

In einer Übersicht lassen sich die oben genannten Entscheidungen wie folgt darstellen:

	Art der Entscheidung		
Entscheidung	Einführung	Veränderung	Elimination
Bezogen auf einzelnes Produkt	Produktinnovation	Produktvariation	Produktelimination
Bezogen auf Produktlinie	Diversifikation	Erweiterung einer Produktlinie (Produktdifferenzierung)	Elimination einer Produktlinie
		Straffung einer Produktlinie	

Tabelle 4: Produktpolitische Grundentscheidungen²⁷

Das Wesen der Diversifikation lässt sich an Hand eines auf Ansoff (1965) zurückgehenden Schemas, zusätzlich verdeutlichen. Dabei werden vier Wachstumsmöglichkeiten eines Unternehmens unterschieden:

Marktdurchdringung:

Bei der Marktdurchdringung wird versucht, mit den vorhandenen Produkten in den bisherigen Märkten Wachstum zu erzielen. Unter dem Wachstum versteht man insbesondere das Wachstum der Marktanteile.

Marktausweitung:

Hier wird Wachstum durch das Angebot bisheriger Produkte auf (zusätzlichen) neuen Märkten erzielt. Ein Beispiel für eine Marktausweitung ist die Expansion der Unternehmenstätigkeit auf ausländische Märkte.

Produktinnovation:

Bei der Produktinnovation geht es darum, durch neue – nach Möglichkeit überlegene – Produkte Vorteile gegenüber Wettbewerbern zu erringen und dadurch in bisherigen Märkten Wachstum zu erzielen.

Diversifikation:

Bei der Diversifikation erreicht man Wachstum durch bisher nicht angebotene Produkte, die man auf Märkten anbietet, in denen das Unternehmen bisher nicht vertreten war.²⁸

²⁷ eigene Darstellung Kleinaltenkamp, Michael, Kuß, Alfred: Marketing-Einführung: Grundlagen - Überblick - Beispiele, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag, S.180.

²⁸ Vgl. Ebenda, S.181-182.

Die zuvor genannten Strategien sind hier grafisch dargestellt:

		alt	Produkte	neu
Märkte	alt	Markt- durchdringung		Produkt- innovation
	neu	Markt- ausweitung		Diversi- fikation

Abbildung 2: Wachstumsmöglichkeiten nach Ansoff²⁹

Hinsichtlich der Diversifikation wird zwischen

- horizontaler
- vertikaler und
- lateraler

Diversifikation unterschieden.

Horizontale Diversifikation:

Von horizontaler Diversifikation spricht man, wenn ein Unternehmen ein neues Produkt ins Sortiment aufnimmt, das in einem sachlichen Zusammenhang mit den bisherigen Produkten steht. Das bestehende Produktionsprogramm wird also auf derselben Wirtschaftsstufe weiter ausgebaut.

Vertikale Diversifikation:

Unter einer vertikalen Diversifikation versteht man die Ausweitung der Unternehmenstätigkeit auf gegenüber dem bisherigen Leistungsprogramm vor- oder nachgelagerte Wirtschaftsstufen.

Laterale Diversifikation:

Bei einer lateralen Diversifikation besteht kein sachlicher Zusammenhang zwischen dem bisherigen Leistungsprogramm und den neuen Produkten, das heißt es werden neue Märkte mit neuen Produkten bedient.³⁰

²⁹ eigene Darstellung nach Rechnungswesen-verstehen.de, URL: <<https://www.rechnungswesen-verstehen.de/bwl-vwl/marketing/ansoff-matrix.php>>, verfügbar am 31.03.2019 um 20:40 Uhr.

³⁰ Vgl. Kleinaltenkamp, Michael, Kuß, Alfred: Marketing-Einführung: Grundlagen - Überblick - Beispiele, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag, S.182.

5.3 Die Preispolitik

Die Preispolitik beschäftigt sich mit der Festlegung der Art von Gegenleistung (Preis), die der Kunde für den Erwerb des jeweiligen Produktes erbringen muss. Unter einem Preis versteht man die Geldeinheiten, die ein Kunde für eine Mengeneinheit des Produktes bezahlt. Somit bestimmt das Verhältnis zwischen Preis und wahrgenommenen Nutzen die Höhe der Preisbereitschaft des Kunden.

Voraussetzung für eine Kaufabwicklung ist das Übereinstimmen von Preisforderung und Preisbereitschaft. Das Ziel sich von Mitbewerbern abzusetzen kann erzielt werden, wenn der Anbieter einen höheren Nutzen bei gleichem Preis im Vergleich zur Konkurrenz bietet oder die gleiche Leistung für einen niedrigeren Preis angesetzt wird.

Mit der Hilfe der Konsumentenforschung lassen sich marktsegmentspezifische Faktoren abwägen, welche preispolitische Entscheidungen erleichtern können. Daneben soll herausgefunden werden, ob der jeweilige Preis als Maßstab für die Qualität des Produktes oder nur als Kostenfaktor angesehen wird.

Für die Gestaltung der Preispolitik können folgende vier Instrumente genannt werden:

- Preise, die als Gegenleistung für die Produkte gefordert werden. Im Rahmen der Preisfestsetzung spielen gebrochene Preise eine Rolle, bei denen die Preise knapp unter einem glatten Betrag liegen und so dem Kunden einen niedrigen Preis suggerieren.
- Preisnachlässe, die in Form von Rabatten, Boni und Skonti gewährt werden.
- Preiszuschläge, die für Sonderleistungen (z.B. Aufbau, Anlieferung,) und Mindermengen erhoben werden.
- Zugaben, die neben dem Kauf an den Endkunden oder den Handel ausgegeben werden.³¹

³¹ Vgl. Scheffler, Jochen: Grundlagen des Marketing-Mix und dessen beispielhafte Anwendung in der Unterhaltungsgüterindustrie, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH, 2012, S. 9.

5.4 Die Distributionspolitik

Unter Distributionspolitik versteht man die Wahl der Absatzwege sowie die Auswahl von Absatzmittlern (z.B. Handelsvertretern). Die Distribution hat somit die Aufgabe, die Produkte physisch zum Kunden zu bringen.

Dabei gilt es zu erwähnen, dass je differenzierter die Produktions- und Vertriebsstruktur geographisch ist, desto komplexer sind die logistischen Distributionsprobleme. Grundsätzlich stehen distributionspolitisch und logistisch Aspekte wie Zeit (Geschwindigkeit) und Kosten sowie Kontrolle, Steuerung und Sicherheit im Vordergrund. Innerhalb der Distributionspolitik unterscheidet man die Vertriebspolitik (Absatzwege, Absatzmittler, Transportwegen) und die Verkaufspolitik. Für die Vertriebspolitik stehen zahlreiche Möglichkeiten des ein- oder mehrstufigen, ein- oder mehrgleisigen oder des direkten und indirekten Vertriebs zur Auswahl, je nachdem ob Zwischenhändler eingeschaltet oder verschiedene Vertriebswege verwendet werden.

Im Mittelpunkt der Verkaufspolitik steht der direkte Kontakt zwischen Verkäufer und Kunden, so dass sowohl methodische als auch persönliche Aspekte eine Rolle spielen. Dabei kommt der fachlichen und persönlichen Qualifikation der Kundenbetreuer und des Verkaufspersonals eine große Bedeutung zu. Zum Großteil ist der direkte und stabile Kundenkontakt für die Verkaufsabschlüsse unbedingt notwendig. Bei wichtigen und großen Kunden erfolgt oft eine kundenorientierte Vertriebsorganisation (sogenanntes Key-Account Management), bei der das Management aller relevanten Funktionen und der Vertrieb der Produkte für den speziellen Abnehmer in einer Hand liegen. Dadurch ist es möglich, kundenspezifische und landesspezifische Besonderheiten effizienter zu berücksichtigen.

Oft ist es der Fall, dass sich logistische Leistungen effizienter einkaufen als selbst gestalten lassen. Externe Dienstleister übernehmen dabei sowohl absatz- als auch beschaffungslogistische Dienstleistungen. Diese umfassen beispielweise auch die Bestellabwicklung, Fakturierung und Lagermanagement. Somit kann dem Kunden eine umfassende Abdeckung seiner Logistikbedürfnisse angeboten werden (One-Stop-Shopping). Durch eine derartige Integration unternehmensexterner Vertriebsstrukturen in die Prozessketten der Wertschöpfung (supply chain management) wird die Notwendigkeit eigener Investitionen verringert. Gleichzeitig erhöht dies jedoch die Steuerungsrisiken und die Notwendigkeit der Information und Koordinierung.

Unterdessen erhöhen sich mit jeder zusätzlichen Distributionsstufe die Kosten. Das bedeutet, dass eine grundsätzlich verfolgte Niedrigpreispolitik gefährdet sein kann, zum Beispiel, wenn der Hersteller nicht die Möglichkeit hat die Zuschläge von den Zwischenhändlern kontrollieren zu können. Außerdem kann es auch problematisch sein, wenn nicht autorisierte Abnehmer von den Zwischenstufen bedient werden. Hier können sogenannte graue Märkte entstehen, die sich der Kontrolle des Herstellers entziehen, oder wenn die Produktqualität durch Serviceprobleme oder Manipulationen beeinträchtigt wird.³²

Die oben genannten Möglichkeiten zur Wahl der Absatzwege können grafisch wie folgt zusammengefasst werden:

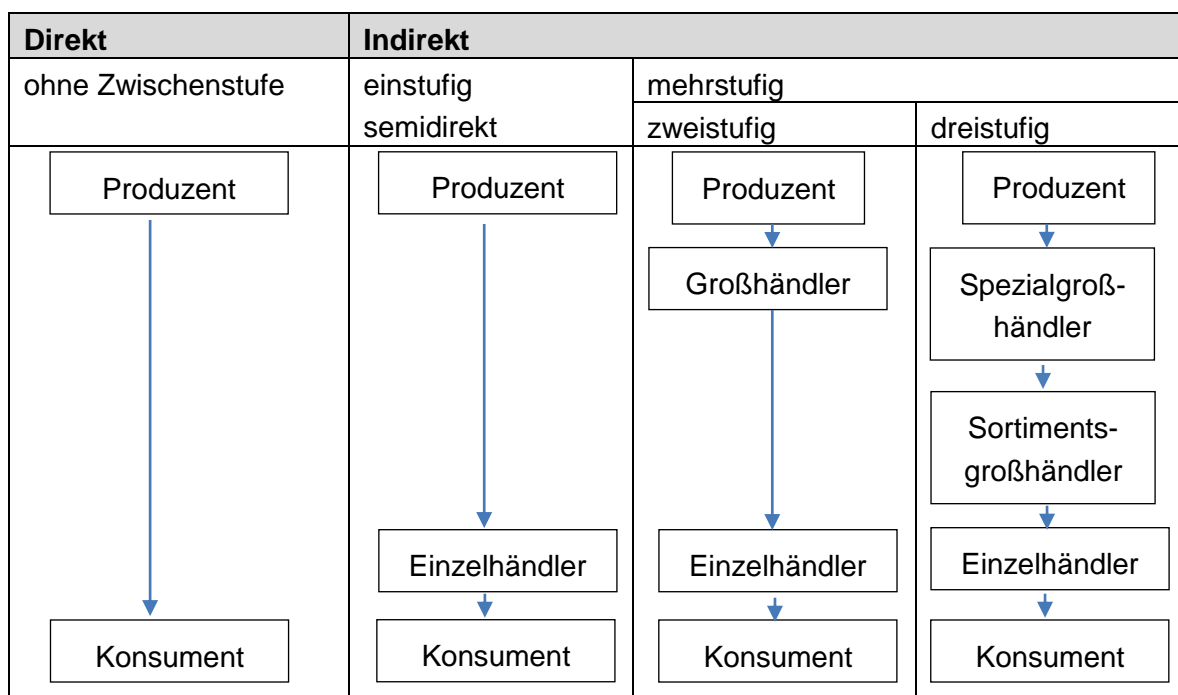


Tabelle 5: Grundtypen von Distributionssystemen nach der Zahl der Zwischenstufen³³

³² Vgl. Altmann, Jörn: Starthilfe BWL, B.G. Teubner Stuttgart - Leipzig, 1999, S. 81-82.

³³ eigene Darstellung nach Benkenstein, Martin: Entscheidungsorientiertes Marketing: Eine Einführung, Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, 2001, S.187.

5.5 Die Kommunikationspolitik

Die Kommunikationspolitik umfasst alle Managementaktivitäten, die das Ziel der Gestaltung eines Austausches von Informationen zwischen Sender und Empfänger verfolgen.

Hierbei unterscheidet man prinzipiell zwischen interner und externer Kommunikation. Während sich die interne Kommunikationspolitik mit der Umsetzung von Kommunikationsstrategien für interne Stakeholder (z.B. Mitarbeiter) beschäftigt, zielt die externe Kommunikationspolitik auf Stakeholder außerhalb des Unternehmens ab (z.B. Kunden und Lieferanten). Somit basiert eine ideale Kommunikationsstrategie auf einer integrierten Kommunikation, das heißt sowohl intern als auch extern werden übereinstimmende Botschaften vermittelt.

Nach dem aktuellen Wissensstand in der Kommunikationspolitik unterscheidet man generell fünf Arten von Kommunikationstools:

1. Werbung
2. Verkaufsförderung
3. Public Relations
4. Direktmarketing
5. Persönlicher Verkauf

Im Folgenden werden die Kommunikationstools kurz dargestellt.

Werbung

Unter Werbung versteht man eine unpersönliche Form von Kommunikation, bei der ein klar identifizierbarer Absender für die zu sendende Botschaft bezahlt. Genutzt werden hierbei verschiedene Medien. Werbung kann zum Beispiel im Fernsehen, Internet und anderen, sogenannten Offline Kanälen wie Plakaten geschaltet werden. Als Nachteil bei Werbung kann der oft hohe Streuverlust erwähnt werden, da diese oft eine eher unspezifisch definierte Zielgruppe erreicht. Besonders hoch ist dieser Streuverlust bei Massenmedien wie Fernsehen oder auch Radio.

Verkaufsförderung

Verkaufsförderung beinhaltet zeitlich begrenzte Aktivitäten, die das Ziel verfolgen ein Produkt oder eine Dienstleistung mit zusätzlichen Anreizen anzubieten. Beispiele für diese Anreize können Rabatte, Sonderangebote, Sonderverpackungen, Coupons oder Treuerabatten sein. Bei der Umsetzung von Verkaufsförderung sind immer die rechtlichen Rahmenbedingungen zu beachten, welche von Land zu Land sehr unterschiedlich ausfallen können.

Public Relations

Als Hauptziel der Public Relations kann der strategische Aufbau von Beziehungen zwischen Unternehmen und externen Stakeholdern genannt werden. Diese Stakeholder können Investoren, Anleger, Kunden oder auch Lieferanten darstellen. Die Beziehungen sollen vor allem das Bild des jeweiligen Unternehmens ins positive Licht rücken und seine Aktivitäten möglichst medienwirksam in den Vordergrund stellen.

Public Relations werden auch oft in Krisensituationen eingesetzt, um eine transparente und offene Kommunikation gegenüber der jeweiligen Zielgruppe gewährleisten zu können.

Erfolgreiche Public Relations kommunizieren Ziele und Aktivitäten des Unternehmens wahrheitsgetreu mit dem Austausch von Informationen. Public Relations kann somit eines der effektivsten und gleichzeitig kostengünstigsten Instrumente im Kommunikations-Mix eines Unternehmens sein. Das ist darauf zurückzuführen, da Medienberichte oft ohne finanzielle Gegenleistung eine recht hohe Reichweite erzielen.

Direktmarketing

Unter Direktmarketing werden Maßnahmen verstanden, bei denen Kunden individuell und personalisiert angesprochen werden. Ein Beispiel dafür sind personalisierte Briefe oder E-Mails, welche an bestehende oder potentielle Kunden gesendet werden.

Persönlicher Verkauf

Hauptmerkmal des Persönlichen Verkaufs sind direkte Verkaufsgespräche zwischen Verkäufer und Kunden. Bestandteile des Persönlichen Verkaufs sind unter anderem die Akquise von Neukunden, die persönliche Beratung, die Bearbeitung von Reklamationen und der direkte Kundendienst.³⁴

³⁴ Vgl. Smart Marketing Breaks, URL:<<https://smartmarketingbreaks.eu/was-ist-der-marketing-mix/#kommunikationspolitik>>, verfügbar am 01.04.2019 um 18:15 Uhr.

5.6 Weitere Instrumente des Marketing-Mix im Überblick

Marketing-Mix	Produkt-Mix	Preis-Mix	Distributions-Mix	Kommunikations-Mix		
				Mix der Massen-kommunikation	Mix der persönlichen Kommunikation	Mix der indirekten Kommunikation
Basis-Mix	<i>Beispiele:</i> Marke, Qualität	<i>Beispiele:</i> Listenpreis, Preisdifferenzierung	<i>Beispiele:</i> Entscheidung der Vertriebskanäle, AD-Organisation	<i>Beispiele:</i> TV-Werbung, Entscheidung der Mediastrategie	<i>Beispiele:</i> Wahl der Mitarbeiter im Vertrieb	<i>Beispiele:</i> Public Relation, Pressekonferenz
Promotion-Mix	<i>Beispiele:</i> Sonderverpackung	<i>Beispiele:</i> Sonderpreis	<i>Beispiele:</i> AD-Wettbewerb	<i>Beispiele:</i> Plakate in den Märkten, Coupon Anzeige	<i>Beispiele:</i> Aktionsschulung des AD	<i>Beispiele:</i> Product Publicity Aktion

Tabelle 6: Klassifikation der Marketingfunktionen³⁵

5.7 Die Optimierung der Marketinginstrumentarien

Jedes marktorientierte Unternehmen strebt eine Optimierung der Marketinginstrumentarien an. Ziel ist außerdem die einzelnen Marketinginstrumente aufeinander abzustimmen, damit Faktoren wie Gewinnmaximierung bestmöglich erreicht werden können.

Zwischen den Instrumenten herrschen verschiedene Wechselwirkungen. Diese können positiv, aber auch konkurrierend sein. Darum wäre eine gleichzeitige Auswahl der Instrumente als ideale Lösung anzusehen. Eine solche Vorgehensweise ist jedoch in der Praxis nicht realisierbar. Das liegt daran, dass nicht alle Abhängigkeiten der verschiedenen Instrumente bekannt sind. Das ist der Grund warum man sich bei der Auswahl möglicher Kombinationen auf eine bestimmte Anzahl beschränkt.³⁶

³⁵ eigene Darstellung nach Fuchs, Wolfgang, Unger, Fritz: Verkaufsförderung: Konzepte und Instrumente im Marketing-Mix, Wiesbaden, Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, 2003, S.14.

³⁶ Vgl. Wöhe, Günter: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 24. Auflage, Vahlens Handbücher, 2010, S. 766ff.

Prinzipiell kann bei der Zusammenstellung des Marketing-Mix zwischen kurz- und langfristigen Instrumenten unterschieden werden. Hierbei zählt man die Instrumente der Produkt- und Distributionspolitik zu den langfristigen, während die Preis- und Kommunikationspolitik eher kurzfristig festgelegt werden.³⁷

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass der Planungsprozess der Marketinginstrumentarien einen komplexen Vorgang darstellt. Dabei spielen vor allem Intuition und das Gespür für den Markt eine sehr große Rolle.

³⁷ Vgl. Wöhe, Günter: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 24. Auflage, Vahlens Handbücher, 2010, S. 768.

6 Open Access

6.1 Definition und Entstehung

Der Begriff „Open Access“ wurde vor allem in der Budapester Open Access Initiative von 2002 ausgearbeitet und meint, dass

„diese Literatur [begutachtete Fachliteratur] kostenfrei und öffentlich im Internet zugänglich sein sollte, so, dass Interessierte die Volltexte lesen, herunterladen, kopieren, verteilen, drucken, in ihnen suchen, auf sie verweisen und sie auch sonst auf jede denkbare legale Weise benutzen können, ohne finanzielle, gesetzliche oder technische Barrieren jenseits von denen, die mit dem Internet-Zugang selbst verbunden sind. In allen Fragen des Wiederabdrucks und der Verteilung und in allen Fragen des Copyright überhaupt sollte die einzige Einschränkung darin bestehen, den jeweiligen Autorinnen und Autoren Kontrolle über ihre Arbeit zu belassen und deren Recht zu sichern, dass ihre Arbeit angemessen anerkannt und zitiert wird.“³⁸

Das primäre Ziel von Open Access ist es also, wissenschaftliche Literatur und wissenschaftliche Materialien für alle Nutzer frei zugänglich zu machen. Ein weiterer, wesentlicher Aspekt ist die möglichst weite Verbreitung von wissenschaftlicher Information. Dies wird vor allem in der Berliner Erklärung gefordert. Diese 2003 entstandene Erklärung wurde von verschiedenen Forschungsorganisationen und Universitäten unterzeichnet. Dazu zählen beispielsweise: die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG), der Schweizerische Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (SNF), der Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (FWF), die Rektorenkonferenz der Schweizer Universitäten (CRUS), die Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und die Max-Planck-Gesellschaft (MPG).

Weitere Gründe, die für Open Access sprechen, sind neben dem unmittelbaren Zugang für die breite Öffentlichkeit und der größtmöglichen Aufmerksamkeit für die Ergebnisse wissenschaftlicher Forschung die Geschwindigkeit von Veröffentlichung und Zugriff, die Möglichkeiten zur Weiternutzung und Aspekte von Transparenz und Qualitätssicherung.

³⁸ Budapester Open Access Initiative, URL:<
<https://www.budapestopenaccessinitiative.org/translations/german-translation>>, verfügbar am
13.11.2019 um 21:15 Uhr.

Open Access wurde in den vergangenen Jahren stark in Absichtserklärungen von Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Förderbedingungen von Drittmittelgebern und auch in Gesetzesvorhaben verankert. Dies hatte auch zur Folge, dass eine Vielzahl der traditionellen Wissenschaftsverlage mittlerweile Open Access Angebote zur Verfügung stellen.³⁹

Auch für die Forscher selbst hat Open Access einige Vorteile: es wird der wissenschaftliche Austausch erleichtert, die Zahl der Leser und Zitierungen steigt und die Reproduzierbarkeit und Nachnutzung der Inhalte wird verbessert. Hinsichtlich der Autorenrechte bietet Open Access ebenfalls Vorteile: bei klassischen Journals treten die Autoren die Verwertungsrechte meist vollständig an den Verlag ab. Im Open Access Bereich verbleiben diese Rechte normalerweise bei den Autoren. Die Veröffentlichung erfolgt dabei unter Creative-Commons Lizenzen, bei denen auch immer die Namensnennung des Autors gewährleistet ist.⁴⁰

Entstehung von Open Access

Paul Ginsparg war im Jahr 1991 der Erste, der einen Server am Los Alamos National Laboratory einrichtete, um Preprints in der Physik frei zugänglich zu machen. Als weitere, führende Mitbegründer der Open Access Bewegung gelten insbesondere Peter Suber, Faculty Fellow am Berkman Center for Internet & Society und Leiter des Harvard Office for Scholarly Communication, und der Kognitionswissenschaftler Stevan Harnad.

Im Rahmen einer Tagung des Open Society Institute (OSI) im Dezember 2001 entstand die bereits oben genannte Budapest Open Access Initiative (BOAI). Die BOAI versteht sich als Zusammenschluss verschiedener nationaler und internationaler Wissenschaftler aus Geistes- und Naturwissenschaft. Diese fordern den freien unentgeltlichen Zugang zu wissenschaftlicher Literatur in allen akademischen Feldern.

Das Bethesda Statement on Open Access Publishing vom Jahr 2003 betonte die Notwendigkeit, wissenschaftliche Forschungsergebnisse rasch und effizient zu verbreiten. Es hebt die Möglichkeit und gleichzeitig die Pflicht hervor, wissenschaftliche Ergebnisse, Ideen und Entdeckungen entgeltfrei mit der Öffentlichkeit zu teilen. Ende Oktober 2003 wurde im Rahmen der Konferenz Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities der Max-Planck-Gesellschaft die Berliner Erklärung über offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen von namhaf-

³⁹ Vgl. Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/was-bedeutet-open-access/>>, verfügbar am 13.11.2019 um 21:30 Uhr.

⁴⁰ Vgl. Universität Wien, URL:<<https://openaccess.univie.ac.at/ueber-open-access/>>, verfügbar am 13.11.2019 um 21:30 Uhr.

ten europäischen und amerikanischen Forschungsorganisationen und Universitäten unterzeichnet. Die Unterzeichner verpflichten sich, die Weiterentwicklung von Open Access zu unterstützen, vor allem indem sie beispielsweise Forscher bestärken, ihre Ergebnisse Open Access zu publizieren.⁴¹

Weit über die bisher geforderten Verwendungsmöglichkeiten, geht die Berliner Erklärung hinaus. Open Access bedeutet für sich nicht nur die entgeltfreie Nutzung von Inhalten, sondern auch die Erlaubnis "diese (...) - in jedem beliebigen digitalen Medium und für jeden verantwortbaren Zweck - zu kopieren, zu nutzen, zu verbreiten, zu übertragen und öffentlich wiederzugeben sowie Bearbeitungen davon zu erstellen und zu verbreiten, sofern die Urheberschaft korrekt angegeben wird".⁴²

Zudem erweitert sie auch den Objektbereich und versteht unter Open Access Materialien nicht mehr länger nur wissenschaftliche Texte: "Open Access-Veröffentlichungen umfassen originäre wissenschaftliche Forschungsergebnisse ebenso wie Ursprungsdaten, Metadaten, Quellenmaterial, digitale Darstellungen von Bild- und Graphik-Material und wissenschaftliches Material in multimedialer Form". Mittlerweile ist die Berliner Erklärung von nahezu allen namhaften Wissenschaftsinstitutionen unterzeichnet worden.⁴³

2012 wurde die Budapester Erklärung unter Beibehaltung ihres Bekenntnisses zum offenen Zugang zu wissenschaftlichen Informationen aktualisiert und formulierte Empfehlungen zur Umsetzung von Open Access vor allem bezüglich Leitlinien, Lizenzierungen, Open Access Infrastrukturen und -Angeboten sowie deren Nachhaltigkeit.

Rahmenbedingungen für Open Access in Österreich

In den ersten Jahren nach der Berliner Erklärung 2003 wurden in Österreich nur wenige Maßnahmen in Hinblick auf Open Access gesetzt. Dieses Bild zeigte sich etwa für die 21 öffentlichen Universitäten, wie durch eine vom Forum Universitätsbibliotheken Österreichs (ubifo) durchgeführte Erhebung festgestellt wurde. Lediglich die Universität Wien, als größte Universität des Landes, der FWF und die Akademie der Wissenschaften als größte außeruniversitäre Forschungsträgerin in Österreich führten größere Open Access Aktivitäten durch.

⁴¹ Vgl. Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/geschichte-des-open-access>>, verfügbar am 14.11.2019 um 12:30 Uhr.

⁴² Berliner Erklärung, URL:< <https://openaccess.mpg.de/Berliner-Erklaerung>>, verfügbar am 14.11.2019 um 13:30 Uhr.

⁴³ Vgl. Ebenda.

Auf nationaler Ebene sind für die ersten zehn Jahre nach der Veröffentlichung der Berliner Erklärung zwei Positionierungen für Open Access zu nennen: die 2009 vom Rat für Forschung und Technologieentwicklung veröffentlichte Strategie 2020 sowie die 2010 verabschiedeten Empfehlungen der Österreichischen Universitätenkonferenz (uniko) zu einer Open Access Politik der Universitäten die allerdings nur Empfehlungen aussprach.

Für die Entstehung und Entwicklung von Open Access in Österreich von besonderer Bedeutung war die 2012 erfolgte Gründung des Open Access Network Austria (OANA). In diesem Netzwerk sind Vertreter von Forschungsstätten, Forschungsförderern und der Forschungspolitik vertreten. Ziel ist dabei eine gemeinsame Positionierung gegenüber den Informationsanbietern vorzunehmen sowie die Bereitstellung relevanter Informationsquellen für Wissenschaftler, Forschungsstätten und für die Forschungspolitik zu betreiben.

Bis 2012 gab es noch an keiner der 21 öffentlichen Universitäten in Österreich eine Open Access Policy. Mittlerweile haben zehn Universitäten eine entsprechende Leitlinie verabschiedet.

Einen weiteren wichtigen Impuls setzte OANA dabei mit der Veröffentlichung der „Empfehlungen für die Umsetzung von Open Access in Österreich“ im Herbst 2015. Diese bestehen aus Leitlinien zu 16 Themenfeldern, die dazu beitragen sollen, die gesamte wissenschaftliche Publikationstätigkeit in Österreich bis 2025 auf Open Access umzustellen.

Eine konkrete Möglichkeit zur Umsetzung von Teilen dieser Leitlinien bot eine 2016 erfolgte Ausschreibung von Hochschulraumstrukturmittelprojekten durch das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWFW), in deren Rahmen insgesamt 97,5 Mio. Euro zur Anschubfinanzierung universitärer Kooperationsvorhaben zur Verfügung gestellt wurden.⁴⁴

⁴⁴ Vgl. Bauer Bruno et al.: Austrian Transition to Open Access (AT2OA), erschienen in BIBLIOTHEK – Forschung und Praxis; 42(3), De Gruyter, 2018, S. 464.

6.2 Verzeichnisse und Datenbanken

6.2.1 Directory of Open Access Journals (DOAJ)

Das Directory of Open Access Journals (DOAJ) wurde 2003 an der schwedischen Universität Lund mit 300 Open-Access-Zeitschriften ins Leben gerufen. Im DOAJ werden wissenschaftliche Fachzeitschriften nachgewiesen, deren Volltexte nach dem Grundsatz von Open Access unmittelbar nach Erscheinen (d.h. ohne Sperrfrist) kostenfrei im Internet genutzt werden können. Die Fachzeitschriften stammen aus allen Bereichen der Naturwissenschaften, Technik, Medizin, Sozial- und Geisteswissenschaften.

Voraussetzung für eine Aufnahme in das DOAJ ist das Vorhandensein eines Qualitätssicherungsverfahrens (z.B. Peer-Review). Ein Teil der nachgewiesenen Zeitschriften ist im Volltext im DOAJ enthalten (DOAJ Content) und kann entsprechend auch auf Articlebene durchsucht werden.⁴⁵

DOAJ ist eine Mitgliederorganisation und die Mitgliedschaft ist in 3 Hauptkategorien verfügbar: Publisher, Ordinary Member und Sponsor. Eine DOAJ-Mitgliedschaft ist eine klare Absichtserklärung und ein Bekenntnis zu qualitativ hochwertigen, von Fachleuten geprüften Open Access Journals. DOAJ ist Mitautor der Grundsätze für Transparenz und bewährte Verfahren im wissenschaftlichen Publizieren und von DOAJ-Mitgliedern wird erwartet, dass sie diese Grundsätze als Voraussetzung für die Mitgliedschaft befolgen.

DOAJ ist eine von der Community kuratierte Liste von Open Access Zeitschriften und soll Ausgangspunkt für alle Informationsrecherchen nach qualitativ hochwertigem, von Experten begutachtetem Open Access Material sein. DOAJ veröffentlicht Informationen für Verleger auf ihrer Website, um Verlegern die Einhaltung der Grundsätze zu erleichtern und sie beim Ausfüllen eines Antrags zu unterstützen.

DOAJs Mission ist es, die Sichtbarkeit, Zugänglichkeit, Reputation, Nutzung und Auswirkung von qualitätsgeprüften wissenschaftlichen Open Access Forschungs-

⁴⁵ Vgl. Uni Hildesheim, URL: <<https://www.uni-hildesheim.de/bibliothek/suchenfinden/elektronische-ressourcen/directory-of-open-access-journals-doaj/>>, verfügbar am 15.11.2019 um 21:30 Uhr.

journalen weltweit zu verbessern, unabhängig von Disziplin, Geographie oder Sprache. DOAJ wird mit Redakteuren, Herausgebern und Journalisten zusammenarbeiten, um ihnen dabei zu helfen, den Wert von Best-Practice-Veröffentlichungen und -Standards zu verstehen und diese auf ihre eigenen Abläufe anzuwenden. DOAJ ist bestrebt, zu 100% unabhängig zu sein und alle seine Dienste und Metadaten so zu pflegen, dass sie für jedermann kostenlos verwendet oder wiederverwendet werden können.⁴⁶

Bei der Recherche in DOAJ kann jederzeit zwischen der Suche nach Aufsätzen (Articles) bzw. Zeitschriftentiteln (Journals) gewechselt werden. Die in der Regel immer sehr umfangreichen Suchergebnisse können Schritt für Schritt durch zahlreiche Facetten (Subject, Language, Publisher etc.) gefiltert werden. Die Facette Subject ist sehr differenziert aufgegliedert und lässt sich in zahlreiche Untergruppen ausdifferenzieren. Somit ist auch die gezielte Suche nach Open Access Zeitschriften für bestimmte Fachgebiete auf einfache Weise möglich.

Derzeit (Stand: April 2020) enthält DOAJ rund 14.460 Zeitschriftentitel. Bei mehr als 11.000 Titeln sind auch die enthaltenen Aufsätze erschlossen. Die Anzahl an Aufsätzen beträgt mehr als 4.800.000.

Abbildung 3: Screenshot der DOAJ Website⁴⁷

⁴⁶ Vgl. DOAJ, URL:<<https://doaj.org/about>>, verfügbar am 15.11.2019 um 21:45 Uhr.

⁴⁷ DOAJ, URL:< <https://doaj.org/>>, verfügbar am 15.11.2019 um 22:00 Uhr.

6.2.2 SHERPA/RoMEO-Datenbank

Zunächst war das RoMEO-Projekt (Rights METadata for Open archiving) ein von JISC (Joint Information Systems Committee) gesponsertes Projekt für die Dauer von zwei Jahren.

Daraus entstand eine Liste über die Bedingungen der Verlage zur Selbstarchivierung. Diese wurde 2005 von SHERPA (Securing a Hybrid Environment for Research Preservation and Access) in Nottingham, zur SHERPA/RoMEO-Datenbank unter der Unterstützung des Wellcome Trust weiterentwickelt.⁴⁸

SHERPA/RoMEO sammelt somit Informationen zu den Möglichkeiten der zusätzlichen Bereitstellung von wissenschaftlichen Arbeiten (Selbstarchivierung von Pre-Prints bzw. Post-Prints). Diese werden zentral erfasst, strukturiert, aufbereitet und im Rahmen des internationalen Informationssystems der SHERPA/RoMEO-Liste zugänglich gemacht.

Der RoMEO-Service basiert auf der Verlagsliste, die ihren Ursprung im RoMEO-Projekt hatte. Die Zeitschrifteninformationen werden vom Zetoc-Service der British Library, dem Directory of Open Access Journals (DOAJ), der Entrez Zeitschriftenliste und der EZB (Elektronischen Zeitschriftenbibliothek) bereitgestellt.

Die in SHERPA/RoMEO gespeicherten Daten können Dritten unter den Bedingungen der Creative Commons (CC) Lizenz zur weiteren Nutzung zur Verfügung gestellt werden.⁴⁹

In der SHERPA/RoMEO Datenbank ist es möglich Zeitschriften und Verlagen zu recherchieren. Daraus wird ersichtlich welche Bedingungen bei den verschiedenen Verlagen an die Selbstarchivierung geknüpft sind.

⁴⁸ Vgl. Spiecker, Claus; Schulze, Mathias: Was gestatten deutsche Verlage ihren Autoren? Der deutschsprachige Zugang zu den Open-Access-Informationen der SHERPA/RoMEO-Datenbank. In: *Bibliotheksdienst* 44 (7), 2010, S. 679–699.

⁴⁹ Vgl. Uni Stuttgart, URL:<<https://oa.uni-stuttgart.de/oa/projekte/oa-p.html>>, verfügbar am 16.11.2019 um 20:00 Uhr.

The screenshot shows the SHERPA/RoMEO website interface. At the top, there is a navigation bar with the SHERPA/RoMEO logo and the tagline "... opening access to research". Below this, there are links for Home, Suchen, Zeitschriften, Publishers, FAQ, Suggest, Support Us, and About. The main heading is "Suchen - Publisher copyright policies & self-archiving". On the left, there is a search section titled "Neue Recherche" with radio buttons for "nach Zeitschriften" (selected) and "nach Verlagsnamen". Below this is a search input field and radio buttons for "Exact title", "starts with", "contains", and "ISSN". There are also buttons for "Erweiterte Suche", "Suchen", and "Reset". On the right, there is a table titled "RoMEO Farbcode" and "Archiving policy". The table lists four categories: Grün, Blau, Gelb, and Weiß, each with a corresponding archiving policy. Below the table, there is a link "More on colours and restrictions" and a button "View all publishers". At the bottom, there is a footer with a license notice and links for Privacy, Give Feedback, and Contact Us.

RoMEO Farbcode	Archiving policy
Grün	Can archive pre-print and post-print oder Verlagsfassung/-PDF
Blau	Darf <i>Post-Print</i> -Dokumente (d.h. nach der Begutachtung erstellte Endfassungen) archivieren oder Verlagsfassung/-PDF
Gelb	Darf <i>Pre-Print</i> -Dokumente (d.h. vor der Begutachtung erstellte Entwürfe) archivieren
Weiß	Archiving not formally supported

oder [View all publishers](#)

[More on colours and restrictions](#)

This work is licensed under [CC BY-NC-ND](#) [About using our content](#) [Privacy](#) [Give Feedback](#) [Contact Us](#)

Abbildung 4: Screenshot der SHERPA/RoMEO-Datenbank Website⁵⁰

Den jeweiligen Verlagen wird eine bestimmte Farbe zugewiesen:

Grün = sowohl Pre- als auch Post-Prints dürfen archiviert werden.

Blau = nur Post-Prints, also nach dem Peer Review erstellte Dokumente, dürfen gespeichert werden.

Gelb = nur Pre-Prints, also vor der Veröffentlichung erstellte Entwürfe, dürfen gespeichert werden.

Weiß = das Archivieren ist nicht gestattet.

RoMEO Farbcode	Archiving policy
Grün	Can archive pre-print <i>and</i> post-print oder Verlagsfassung/-PDF
Blau	Darf <i>Post-Print</i> -Dokumente (d.h. nach der Begutachtung erstellte Endfassungen) archivieren oder Verlagsfassung/-PDF
Gelb	Darf <i>Pre-Print</i> -Dokumente (d.h. vor der Begutachtung erstellte Entwürfe) archivieren
Weiß	Archiving not formally supported

[More on colours and restrictions](#)

oder [View all publishers](#)

Abbildung 5: RoMEO Farbcodes⁵¹

⁵⁰ SHERPA/RoMEO, URL:<<http://sherpa.ac.uk/romeo/index.php>>, verfügbar am 16.11.2019 um 20:30 Uhr.

⁵¹ Vgl. Ebenda.

6.3 Publikationsstrategien

6.3.1 Der goldene Weg

Es gibt unterschiedliche Wege, Dokumente im Open Access Verfahren zu publizieren. Die Budapest Open Access Initiative hat 2002 die grundlegenden Publikationsarten formuliert. Man unterscheidet zwischen dem sogenannten goldenen Weg und dem grünen Weg.

Der goldene Weg fordert eine erstmalige und ausschließliche Veröffentlichung von wissenschaftlichen Arbeiten in Open Access Journals, als Open Access Monografie oder als Beitrag in einem Open Access erscheinenden Sammelwerk oder Konferenzband. Der Qualitätssicherungsprozess bei diesem Weg erfolgt durch das Peer-Review Verfahren – somit durch einen wissenschaftlichen Begutachtungsprozess seitens der Open Access Journals.⁵²

In der Regel werden mit den Verlagen sogenannte Publikationsverträge geschlossen, die bestimmen, welche Nutzungsrechte der Autor dem Verlag einräumen und welche Nutzungsbedingungen für die Open Access Journals gelten sollen. Solche Verträge werden oft durch eine sogenannte Open Access Publikationslizenz erweitert, durch die der Autor dem Nutzer spezifizierte und weitergehende Rechte einräumen kann.

Open Access- als auch Closed Access-Publikationen müssen auf bestimmten Wege finanziert werden. Die Optionen zur Finanzierung von Open Access-Publikationen lassen sich mit denen, die zur Finanzierung von Closed Access-Veröffentlichungen genutzt werden, vergleichen. Dazu zählen beispielsweise Werbung oder Sponsoring, unbezahlte Unterstützung aus der Wissenschafts-Community oder durch wissenschaftliche Forschungseinrichtungen und ehrenamtliche Arbeit oder durch den Verkauf von Print-Exemplaren.

Viele kommerzielle Verlage, die das Geschäftsmodell des goldenen Weges versuchen möchten, finanzieren neue Journals durch Einkünfte aus dem Subskriptionsgeschäft quer. Zuweilen sind Publikationsgebühren wie die Article Processing Charges (APCs), typisch als Finanzierungsmodell des goldenen Weges. Wobei diese auch im Closed Access Bereich verbreitet sind. Die APCs sind pro angenommenem und publiziertem Artikel zu bezahlen. APCs werden im Open Access

⁵² Vgl. Goldberg Alexander: Open Access im Wettbewerbsrecht: Elektronische Produkte von Universitätsverlagen und Privatverlagen im Wettbewerb, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH, 2010, S. 7.

Bereich oft mit institutionellen Mitgliedschaften kombiniert, das heißt gehört ein Autor einer Einrichtung an, die eine institutionelle Mitgliedschaft bei einem Open Access Verlag innehat, übernimmt diese Einrichtung die Publikationskosten teilweise oder sogar zur Gänze.⁵³

6.3.2 Der grüne Weg

Der grüne Weg - auch oft Selbstarchivierung genannt- bezeichnet die zusätzliche Veröffentlichung von in einem Verlag oder einer Zeitschrift erschienenen Dokumente auf institutionellen oder disziplinären Open Access Dokumentenservern bzw. Repositorien. Zum Teil wird darunter auch das zugänglich machen solcher Artikel bzw. Werke auf der Website des Autors verstanden. Diese kann zeitgleich mit oder nachträglich zur Publikation der Inhalte im Verlag erfolgen und ist möglich für Preprints und Postprints wissenschaftlicher Artikel, aber auch andere Dokumentarten wie z.B. Monografien oder Forschungsberichte.

Sogenannte Preprints sind noch nicht begutachtete wissenschaftliche Arbeiten. Das bedeutet, dass ihre Güte noch nicht abschließend evaluiert wurde bzw. die Veröffentlichung noch nicht empfohlen wurde. Als Preprints werden somit meist Texte in Form ihrer Manuskriptfassung, die bei einer Zeitschrift oder einem Verlag für eine Veröffentlichung eingereicht wurde, verstanden.

Im Gegensatz zu Preprints versteht man unter Postprints Texte, die bereits begutachtet und zur Veröffentlichung angenommen wurden. Postprints gibt es sozusagen in zwei Versionen. Zum einen kann ein Postprint völlig identisch mit der formal, also im Verlag bzw. Journal veröffentlichten Fassung (der sogenannten Publisher's Version oder Version of Record), sein. Zum anderen kann der Postprint mit dieser Verlagsversion inhaltlich gleich sein, aber sich von ihr z.B. durch Formatierung oder Layout unterscheiden. In diesem zweiten Fall spricht man von der akzeptierten Autorenfassung.

Die Bereitschaft von Zeitschriften und Verlagen, die Selbstarchivierung von Postprints oder Preprints zuzulassen, ist recht unterschiedlich. Das heißt es können unter Umständen rechtliche Probleme entstehen. Einen Überblick darüber, was Verlage den Autoren gestatten, bietet die SHERPA/RoMEO-Datenbank (siehe Kapitel 6.2.2).

⁵³ Vgl. Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/open-access-strategien>>, verfügbar am 17.11.2019 um 19:30 Uhr.

Insgesamt werden drei Formen der Selbstarchivierung unterschieden. Die Arbeiten können einerseits auf institutionellen Repositorien zugänglich gemacht werden. Autoren haben hierbei die Möglichkeit, ihre wissenschaftlichen Texte auf einem fachübergreifenden Dokumentenserver ihrer Einrichtung (z.B. Hochschule) abzulegen.

Auf disziplinären Repositorien werden wissenschaftliche Dokumente hingegen thematisch gebündelt, z.B. für eine Fachdisziplin, zur Verfügung gestellt, unabhängig davon, welcher Institution der Autor angehört. Eine dritte Variante der Selbstarchivierung ist das Bereitstellen der wissenschaftlichen Dokumente auf der eigenen Website. Eine solche Vorgehensweise bedeutet jedoch, dass die so hinterlegten Dokumente in der Regel schlechter sichtbar sind als im Falle der Archivierung auf institutionellen oder disziplinären Repositorien.⁵⁴

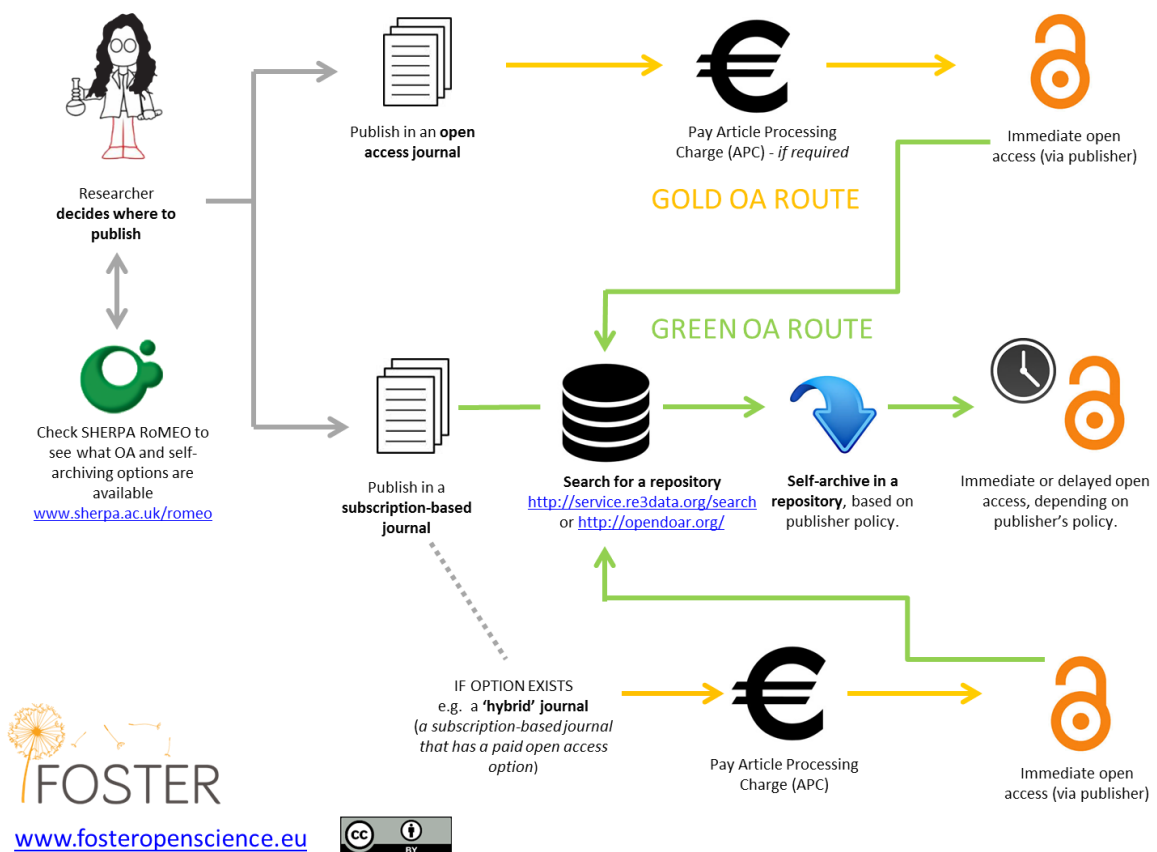


Abbildung 6: Publikationsstrategien von Open Access⁵⁵

⁵⁴ Vgl. Open Access.net, URL: <<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/open-access-strategien>>, verfügbar am 17.11.2019 um 20:15 Uhr.

⁵⁵ DCC, URL: <<http://www.dcc.ac.uk/blog/fostering-open-science>>, verfügbar am 17.11.2019 um 20:30 Uhr.

6.4 Geschäftsmodelle

6.4.1 Autorenfinanziertes Modell

Bei diesem Modell übernehmen die Autoren oder ihre Förderer die Kosten für die Veröffentlichung und Verbreitung ihrer Beiträge. Laut open-access.net ist dieses Modell stark verbreitet und wird häufig gleich gesetzt zum Open-Access Geschäftsmodell. Das Konzept sieht vor, dass der Autor bzw. seine Institution oder Forschungsförderorganisation sogenannte APC (article processing charges oder author-pays charges) zahlt. Die Verrechnung dieser Kosten erfolgt nach Annahme und vor Veröffentlichung des Artikels. Dieses Geschäftsmodell findet man sowohl bei vollständigen Open Access Zeitschriften wie auch bei hybriden Zeitschriften.⁵⁶

Finanzielle Beiträge der Autoren und Herausgeber zu den Publikationskosten von Büchern oder Zeitschriften sind somit heute generell nichts Ungewöhnliches. Ausnahmen bilden nur jene Publikationen, die nach Verlagseinschätzung einen gesicherten Absatz erwarten lassen, oder solche, für die sich eine Querfinanzierung erwarten lässt. Zeitschriften mit einer parallelen Printausgabe erheben oftmals Gebühren, wenn die Publikation einen bestimmten Umfang überschreitet oder der Autor Farbabbildungen wünscht. Dies ist für STM (Science-Technology-Medicine)-Zeitschriften üblicher als für Journale der Geistes- und Gesellschaftswissenschaften.⁵⁷

Auf der Grundlage des Directory of Open Access Journals (DOAJ) kommt eine Studie der Kaufmann-Wills-Group zu dem Schluss, dass etwa 50 Prozent aller Open Access Zeitschriften Publikationsgebühren erhebt. Die Frage nach der angemessenen Höhe von Publikationsgebühren ist durchaus umstritten.

Generell orientieren sie sich an den Prozesskosten, das heißt, allen Kosten, die einem Verlag pro Online-Veröffentlichung im Durchschnitt entstehen. Bei einer Printausgabe kommen ggf. weitere Kosten hinzu. Die Höhe der Gebühren beginnt bei etwa 30 \$ pro Seite und variiert zumeist zwischen 500 und 2000 \$. Generell ist zu erwägen, welche Kosten auf die Autoren umgelegt und welche aus anderen Einkommensquellen bestritten werden sollen. Grundsätzlich kann eine „Einrei-

⁵⁶ Vgl. Keller, Alice: Finanzierungsmodelle für Open-Access-Zeitschriften, erschienen in BIBLIOTHEK – Forschung und Praxis; 41(1), De Gruyter, 2017, S. 29-30.

⁵⁷ Vgl. Schmidt, Birgit: Auf dem "goldenen" Weg? Alternative Geschäftsmodelle für Open-Access-Primärpublikationen, erschienen in: Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie (ZfBB) 54, Nr. 4-5, Universitätsverlag Göttingen, 2007, S. 177ff.

chungsgebühr“ renommierten Zeitschriften helfen, den Aufwand für die Organisation des Peer Review bis zur Entscheidung über die Aufnahme in die Zeitschrift abzudecken. So erhebt die Zeitschrift *Journal of Clinical Investigation* 70 \$ bei der Einreichung und weitere Gebühren für akzeptierte Artikel, die vom Umfang, Abbildungen, Tabellen und Farbseiten abhängen. Pro Wort werden 0,22 \$, pro Abbildung 100 \$, pro Tabelle 50 \$ und pauschal 1.000 \$ erhoben, falls farbige Abbildungen gewünscht sind. „Supplemental Data“ wird für weitere 300 \$ online bereitgestellt. Für finanziell schlecht ausgestattete Autoren bieten viele Verlage Gebührenerlasse oder Rabatte an.

Hat ein Verlag zunächst seine Publikationsgebühren unterhalb der tatsächlich entstehenden Kosten angesetzt, werden bei einem Erfolg seines Produktes bzw. beim Wegfall einer Anschubfinanzierung die Erwartungen an einen Überschuss oder unternehmerischen Gewinn deutlich steigen. Dies zeigen eklatant die Preissteigerungen verschiedener Open Access Verlage in den letzten Jahren, etwa bei BioMed Central und der Public Library of Science.

Das Einwerben von Forschungsmitteln gehört heute zum wissenschaftlichen Alltag. Da das Publizieren ein selbstverständlicher Teil der Forschungstätigkeit ist, müssten an sich die Publikationsmittel aus den jeweiligen Drittmitteln bestritten werden. Disziplinen die mit umfangreichen Forschungsmitteln bedacht werden, wird dies natürlich leichter fallen.

Zahlreiche Forschungsförderer und Wissenschaftsorganisationen ermutigen oder verpflichten heute ihre Wissenschaftler zum Open Access Publizieren und planen dabei ein, Publikationsgebühren zumindest teilweise zu übernehmen. Forschungsförderer und Wissenschaftsorganisationen sind dabei aber durchaus vorsichtig bei der Gewährung von Publikationsmitteln. Sie wollen hier sicherlich keine unerwünschten Anreize für steigende Gebühren schaffen.⁵⁸

Eine besonders flexible Form der Autorengebühren bietet das PWYCA-Modell (pay what you can afford). Dieses Modell wird beispielsweise beim Anbieter Cogent Open Access angeboten und kann gezielt auf die finanziellen Möglichkeiten der Autoren eingehen.

⁵⁸ Vgl. Schmidt, Birgit: Auf dem "goldenen" Weg? Alternative Geschäftsmodelle für Open-Access-Primärpublikationen, erschienen in: *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie (ZfBB)* 54, Nr. 4-5, Universitätsverlag Göttingen, 2007, S. 177ff.

Zusätzlich zur Studie der Kaufmann-Wills-Group liegt eine interessante Studie von David Crotty bezüglich der Verbreitung von APC vor:

- Die Mehrheit der in DOAJ aufgelisteten Zeitschriften verlangt keine APC (exklusive hybride Zeitschriften).
- Die Mehrheit an Zeitschriften insgesamt, die Open Access Aufsätze anbietet, verrechnen APC (total, also inklusive hybride Zeitschriften).
- Die Mehrheit an Open-Access-Aufsätzen beruht auf dem APC-Modell (total, also inklusive Aufsätzen in hybriden Zeitschriften).

Die Verbreitung und Akzeptanz des APC-Modells sind stark abhängig vom Fachgebiet. So sind viele Herausgeber in den Geisteswissenschaften der Meinung, dass Autorengebühren als Geschäftsmodell in ihren Fachgebieten grundsätzlich nicht infrage kommen. In diesem Sinne äußerten sich bereits im Jahre 2003 renommierte Herausgeber von britischen Geschichtszeitschriften auf die Veröffentlichung des Finch-Berichts hin. Und seither haben sich die Meinungen nicht wesentlich verändert.

Laut Verlegern kann man bei der Gründung einer Open Access Zeitschrift nicht von Anfang an APC verlangen. Deshalb wird bis zum Zeitpunkt des Aufbaus der Reputation (bedeutet in den ersten ein bis zwei Jahren) auf APC verzichtet.

Außerdem gibt es bei den meisten Verlagen auch Sonderkonditionen für Autoren aus Entwicklungs- oder Schwellenländer.

Geht es um das sogenannte „Flipping“ einer Zeitschrift, also um den Wandel von subskriptionsbasiert hin zu vollständig Open Access, so bieten APC bei eher umsatzschwachen Zeitschriften ein wirtschaftlich geeignetes Modell. Bei sehr umsatzstarken Zeitschriften hingegen gelingt es kaum, den gesamten Umsatz über APC zu erwirtschaften. Nicht zuletzt auch weil diese Zeitschriften in der Regel hohe Ablehnungsquoten (rejection rates) aufweisen, was zu einem signifikanten Zusatzaufwand führt, dessen Kosten fairerweise nicht über APC anderer Autoren gedeckt werden sollen. Das APC Geschäftsmodell wird von vielen Universitäten oder Bibliotheken über sogenannte Publikationsfonds sowie von Förderorganisationen finanziell unterstützt.⁵⁹ Diese Modelle werden im Folgenden besprochen.

⁵⁹ Vgl. Keller, Alice: Finanzierungsmodelle für Open-Access-Zeitschriften, erschienen in BIBLIOTHEK – Forschung und Praxis; 41(1), De Gruyter, 2017, S. 29-30.

6.4.2 Publikationsfonds

Durch die Ausweitung von APC Modellen werden verstärkt Forschungsetats genutzt. Eine Methode um die Zahlung von APC institutionell zu regeln, sind spezielle Publikationsfonds, die inzwischen an vielen Einrichtungen existieren. Aus diesen Fonds können der Institution zugehörige Autoren die Übernahme der ihnen entstehenden Publikationskosten beantragen. Vielfach wird angestrebt, Mittel, die bisher für den Literaturerwerb, insbesondere für Zeitschriftenabonnements, vorgesehen waren, in Mittel für die Bezahlung von Open Access Publikationskosten umzuschichten. Auf diese Weise zahlen immer noch wissenschaftliche Einrichtungen für Publikationen, die dann aber allen Menschen zugänglich sind und nicht nur mehr den abonnierenden Einrichtungen.

In Österreich ist die Einführung von Publikationsfonds stark mit dem Förderprogramm "Open Access Publizieren" dem Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (FWF) verbunden. Im Rahmen des Programms kann der FWF den Aufbau von Open-Access-Publikationsfonds an österreichischen Universitäten und Hochschulen jeweils über mehrere Jahre fördern (mit steigendem Eigenanteil der Universitäten und Hochschulen), dabei verpflichtet der FWF die Hochschulen auf Mindestkriterien, u.a. maximale Publikationskosten von 3.000 € pro Artikel und ein Verbot der Finanzierung "hybrider" Zeitschriften.

Verträge zwischen Open Access Verlagen und Wissenschaftseinrichtungen können die Abwicklung von APC für Angehörige der Einrichtungen sowie etwaige Rabatte regeln. Dabei geht es zumeist um die zentrale Rechnungsstellung (an die Institution statt an individuelle Autoren) sowie um eine Rabattierung der Standard-APC für die Autoren aus der jeweiligen Einrichtung. Teilweise beinhalten die Verträge auch eine Vorauszahlung für ein bestimmtes Artikelkontingent durch die jeweilige Einrichtung.

Die Forschungsförderer in Deutschland, Österreich und der Schweiz fordern, dass aus Projekten resultierende Veröffentlichungen zu Open-Access-Bedingungen publiziert werden. Mit dem Projekt eingeworbene Publikationsmittel können hierfür verwendet werden. Teilweise bieten Förderer auch die Möglichkeit, nachträglich Publikationsmittel zu beantragen, teilweise übernehmen sie im Rahmen von Vereinbarungen mit Verlagen die APC für Projektveröffentlichungen direkt und ohne Beteiligung der Autoren.⁶⁰

⁶⁰ Vgl. Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/geschaeftsmodelle>>, verfügbar am 17.11.2019 um 22:00 Uhr.

Als Beispiel kann an dieser Stelle die Universität Wien erwähnt werden. Im Folgenden werden kurz die Voraussetzungen für eine Förderung näher erläutert:

Um die Forschenden der Universität Wien finanziell und organisatorisch zu unterstützen, steht diesen ein zentraler Publikationsfonds zur Übernahme von Publikationsgebühren (APCs) in Open Access Zeitschriften zur Verfügung.

Förderkriterien:

1. Gefördert werden Artikel in Open Access Zeitschriften. Die Zeitschrift muss im Directory of Open Access Journals gelistet sein. Dies impliziert, dass Maßnahmen zur Qualitätssicherung wie z.B. Peer-Review durchgeführt werden, Artikel sofort nach Erscheinen frei zugänglich sind und eine Verbreitung erlaubt ist (z.B. im Rahmen einer Creative-Commons-Lizenz). Für neu gegründete Open Access Journals, die noch nicht im DOAJ verzeichnet sind, muss anhand der Angaben der Journal-Website klar ersichtlich sein, dass die DOAJ-Kriterien erfüllt sind.
2. *Nicht* gefördert werden:
 - a) der „Freikauf“ von Artikeln in Subskriptionsjournals (Hybridmodell)
 - b) Artikel, die im Rahmen von FWF-Projekten, EU-Projekten oder vorwiegend extern geförderter Forschung veröffentlicht werden.
3. Die Mittelvergabe erfolgt nach dem Prinzip „First come, first served“. Gefördert werden maximal drei Publikationen pro Jahr und Autor.
4. Pro Artikel wird eine maximale Publikationsgebühr (Article Processing Charge – APC) von 2.000 € erwartet. Höhere Kosten können im Einzelfall übernommen werden.
5. Der "corresponding author" gehört der Universität Wien an. "Corresponding author" ist jene Person, die gegenüber dem Verlag die offizielle Ansprechperson bezüglich des eingereichten Beitrags ist. Universitätsangehörige sind Personen gemäß UG 2002 §94.
6. In der Publikation bzw. auf der Website der Zeitschrift wird als Organisationszugehörigkeit „Universität Wien“ bzw. „University of Vienna“ vermerkt.
7. Der Antragstellende trägt im Fall einer Förderzusage dafür Sorge, dass im Artikel ein „Acknowledgement“ erscheint, das auf die Förderung durch den Publikationsfonds der Universität Wien hinweist.

8. Es gibt keinen Rechtsanspruch auf Förderung. Sind die bereitgestellten Fördermittel aus dem Publikationsfonds erschöpft, ist eine Förderung nicht mehr möglich.
9. Förderungen sind nur für Neueinreichungen möglich. Eine Rückerstattung von bereits bezahlten Rechnungen für APCs ist nicht möglich.⁶¹

6.4.3 Finanzierung durch Förderorganisationen

Eine zentrale Rolle im Wissenschaftsbetrieb spielen sogenannte Förderorganisationen. Eine zukunftssträchtige Forschung wäre ohne die vielfältige Unterstützung verschiedenster Förderorganisationen nicht möglich. Vor allem durch die Zuweisung von Fördermitteln haben sie Einfluss auf die Veröffentlichung von Forschungsergebnissen. Den Förder- sowie Wissenschaftsorganisationen geht es vor allem darum, Forschungsergebnisse, welche mit öffentlichen Geldern zustande kommen, auch öffentlich zugänglich zu machen.

Eine Vielzahl von Förderorganisationen veröffentlichen sogenannte Open Access Policies. Mit Hilfe dieser positionieren sie sich klar und stimmen ihre weitere Förderstrategie ab. Allgemein ist in der Policy geregelt, welche Förderungsmaßnahmen vorherrschend sind und unter welchen Bedingungen eine Förderung möglich ist.

In den vergangenen Jahren haben sich verschiedene Formen einer Übernahme von Open Access Publikationsgebühren seitens der Förderorganisationen etabliert. Solche Finanzierungsangebote gibt es zum Beispiel vom britischen Research Councils (RCUK) oder vom FWF. Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) fördert die Schaffung lokaler Publikationsfonds an deutschen Hochschulen. Förderorganisationen übernehmen auch Publikationskosten direkt - entweder nachträglich auf gesonderten Antrag (z.B. beim FWF) oder als Teilsumme der für das Projekt beantragten Gesamtmittel (z.B. bei der DFG).

Auch die Europäische Kommission unterstützt die Open Access Bewegung und fördert mehrere Projekte. Seit mehr als zehn Jahren wird im Rahmen des OpenAIRE Projekts sowie den drei Folgeprojekten die Umsetzung von Open Access europaweit gefordert. Das bedeutet auch, dass eine technische Infrastruktur und ein europaweiter Informationsdienst bereitgestellt werden. Diese unterstützen Wissenschaftler sowie Institutionen bei der Umsetzung von Open Access.⁶²

⁶¹ Universität Wien, URL:<<https://openaccess.univie.ac.at/foerderungen/oa-publikationsfonds/>>, verfügbar am 17.11.2019 um 22:30 Uhr.

⁶² Vgl. Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-fuer-verschiedene-zielgruppen/foerderorganisationen>>, verfügbar am 01.03.2020 um 21:00 Uhr.

6.4.4 Community-Fee-Modell

Eine weitere Variante an Geschäftsmodellen ist die (Teil-)Finanzierung von Publikationen über Fachgesellschaften oder andere Institutionen einer Community. Ein paar Fachgesellschaften finanzieren ihre Publikationsaktivitäten traditionell durch Mitgliedsbeiträge. Hierbei sind die organisierten Wissenschaftler in der Regel sowohl Lesende als auch Autoren der dort veröffentlichten wissenschaftlichen Artikel. Somit verteilen sich die Kosten der Open Access Publikation auf beide Gruppen bzw. auf die Community.⁶³

In dem Community-Fee-Modell zahlen somit Institutionen wie Hochschulen oder Forschungszentren feste Beiträge an Verlagshäuser, die den Autoren eine gebührenfreie Publikation ermöglichen. In dem konsortialen Modell haben sich verschiedene Unterhaltsträger zusammengeschlossen, um die Gebühren für die Überführung von traditionellen Zeitschriften in Open Access Zeitschriften zu finanzieren. Ein Beispiel dafür wäre das Projekt Sponsoring Consortium for Open Access Publishing in Particle Physics (SCOAP³), der Hochenergiephysik.⁶⁴

Im Folgenden wird die Vorgehensweise von SCOAP³ kurz erläutert:

SCOAP³ ist eine Partnerschaft von über dreitausend Bibliotheken, wichtigen Finanzierungsagenturen und Forschungszentren in 44 Ländern und 3 zwischenstaatlichen Organisationen. In Zusammenarbeit mit führenden Verlagen hat SCOAP³ wichtige Zeitschriften im Bereich der Hochenergiephysik für Autoren kostenlos auf Open Access umgestellt. SCOAP³ zahlt Publishern zentral die Kosten für die Bereitstellung von Open Access. Publisher reduzieren wiederum die Abonnementgebühren für alle ihre Kunden, die diese Mittel umleiten können, um zu SCOAP³ beizutragen. Jedes Land leistet einen Beitrag, der seiner wissenschaftlichen Leistung auf diesem Gebiet entspricht. Darüber hinaus werden vorhandene Open Access-Zeitschriften zentral unterstützt, wodurch bestehende finanzielle Hindernisse für Autoren beseitigt werden.

SCOAP³- Zeitschriften können von jedem Wissenschaftler ohne finanzielle Hindernisse veröffentlicht werden. Das Urheberrecht verbleibt bei den Autoren. Alle Artikel werden zur weiteren Verbreitung im SCOAP³- Repository angezeigt und sind Open Access auf den Websites der Herausgeber.⁶⁵

⁶³ Vgl. Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/geschaeftsmodelle>>, verfügbar am 03.04.2020 um 17:00 Uhr.

⁶⁴ Vgl. Uni Heidelberg.de, URL:<https://archiv.ub.uni-heidelberg.de/artdok/help/oa_def.html>, verfügbar am 03.04.2020 um 17:15 Uhr.

⁶⁵ Vgl. Scoap3.org, URL:<<https://scoap3.org/what-is-scoap3/>>, verfügbar am 03.04.2020 um 17:45 Uhr.

6.4.5 Hybride Publikationen

Bei hybriden Publikationen bietet der Verlag das Medienprodukt den Lesern und Bibliotheken zur Lizenzierung an. Ergänzend wird gegen Gebühr die Open Access Freischaltung von Einzelartikeln eingeräumt.

So entsteht ein Mix aus frei zugänglichen und nur subscribierenden Einrichtungen zugänglichen Artikeln. Gelegentlich werden Rabatte eingeräumt, wenn die Autoreninstitution ein Abo bezieht.

Ursprünglich zielte das hybride Geschäftsmodell darauf ab, einen reibungslosen Übergang von partiellem zu vollem Open Access zu vollziehen. Heute ist davon nur die vage Absicht geblieben, proportional die Subskriptionsgebühren zu senken – ab welcher Annahmerate die eintritt bleibt offen. Bei relativ geringen Kosten für die Autoren und Journalen mit hohem Prestige ist das Modell durchaus ein Erfolg. Die meisten Angebote bewegen sich jedoch am oberen Rand der Preisskala.

Inzwischen legen Verlage großen Wert darauf, in der Diskussion um Open Access eine nicht nur verweigernde Haltung einzunehmen. Dabei wird Autoren mit einem ausgeprägten Interesse an Open Access ein mit ihren geschäftlichen Kalkulationen vereinbares Angebot gemacht. Für den Verleger sind damit einerseits die Einnahmen über Subskriptionen gesichert und andererseits wird eine unternehmerische risikolose Einnahme erzielt.

Für Autoren ist damit ein Preisvergleich der verschiedenen Angebote längst Realität. Ihnen wird es dabei primär um das Renommee ihrer Veröffentlichungen gehen – sei das von der Zeitschrift adaptierte Geschäftsmodell nun ein alle Beiträge betreffendes „Full Open Access“ oder lediglich ein artikelweises „Optional Open Access“. Für die Autoren ist außerdem wichtig, ob die Lizenzvereinbarung ihnen Rechte an der Verbreitung der elektronischen Version ihrer Beiträge belässt. Empfehlenswert ist zudem die Archivierung der Beiträge in einem vernetzten Open-Access-Archiv direkt durch den Verlag. Tatsächlich spielen heute die meisten hybriden Verlage die biomedizinischen Beiträge in das fachliche Archiv PubMed Central ein.

Das hybride Geschäftsmodell ist von vielen Seiten mit Kritik bedacht worden. So lehnt es beispielsweise die Max-Planck-Gesellschaft ab, hierfür Publikationsgebühren bereitzustellen, da dieses Geschäftsmodell wenig nachhaltig ist und Publikations- und Subskriptionsgebühren in einem intransparenten Verhältnis stehen.⁶⁶

⁶⁶ Vgl. Schmidt, Birgit: Auf dem "goldenen" Weg? Alternative Geschäftsmodelle für Open-Access-Primärpublikationen, Erschienen in: Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie (ZfBB) 54, Nr. 4-5, Universitätsverlag Göttingen, 2007, S. 177ff.

6.5 Ausgewählte Open Access Verlage

6.5.1 Springer

Im Jahre 1842 legt Julius Springer den Grundstein für den Springer Verlag. Aus der kleinen Buchhandlung in Berlin wird ein großer Wissenschaftsverlag mit weltweiten Standorten in Berlin, Heidelberg, Basel, Dordrecht (Niederlande), New York City, Peking, Wien, Paris, Mailand und Neu-Delhi.

2004 gelingt Springer unter dem Namen „Open Choice“ der Einstieg in das zukunftssträchtige Publikationsmodell von Open Access. „Open Choice“ ermöglicht den Autoren die Auswahl, wie sie publizieren möchten. Für Open Choice gab es international nur wenige Vorbilder. Springer ist damit Pionier in der Branche und positioniert sich 2008 mit dem Kauf von Biomed Central und der Neugründung des Verlagsportfolios SpringerOpen als führender Open Access Verlag.

2015 fusionierte Springer Science+Business Media mit Nature Publishing Group, Palgrave Macmillan und Macmillan Education zur Springer Nature Group.⁶⁷

Open Choice

Mit Open Choice bietet Springer seit 2004 ein hybrides Publikationsmodell an. Mit Hilfe des Modells ist es möglich, dass der Autor gegen Bezahlung einer Gebühr (APC) seine Artikel frei zugänglich macht. Die APCs variieren je nach Fachrichtung und liegen zwischen 800 € und 3.500 € (Stand April 2020).⁶⁸

Springer Open Choice wirbt vor allem mit folgenden Vorteilen:

- Erhöhtes Engagement der Forscher: Open Choice ermöglicht jedem, der über eine Internetverbindung verfügt, den sofortigen Zugriff.
- Höhere Sichtbarkeit und größere Wirkung: In Springer-Hybridzeitschriften wird auf Open Access Artikel durchschnittlich viermal häufiger zugegriffen und durchschnittlich 1,6-mal häufiger zitiert.
- Einfache Einhaltung von Mandaten: Viele Geldgeber benötigen einen offenen Zugang, und einige berücksichtigen die Einhaltung bei der Beurteilung künftiger Zuschussanträge.

⁶⁷ Vgl. Springer.com, URL:<<https://www.springer.com/de/ueber-springer/verlagsgeschichte>>, verfügbar am 04.03.2020 um 21:00 Uhr.

⁶⁸ Vgl. Springer Nature.com, URL:<<https://www.springernature.com/gp/open-research/journals-books/journals>>, verfügbar am 07.03.2020 um 20:00 Uhr.

- Das Urheberrecht verbleibt beim Autor: Die meisten Open Choice Artikel werden unter der liberalen Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY) -Lizenz veröffentlicht.⁶⁹

Die bei Open Choice erwähnte Lizenz Creative Commons Attribution 4.0 (CC BY) bedeutet, dass die Artikel geteilt und auch bearbeitet werden dürfen, allerdings muss eine angemessene Urheber- und Rechteangabe gemacht werden.⁷⁰

Einen zusätzlichen Benefit im Bereich von Open Choice bietet das sogenannte Springer Compact. Wenn eine Institution eine Lese- und Veröffentlichungsvereinbarung (Springer Compact) hat, können die Artikel von Autoren kostenlos in den mehr als 1.850 Springer-Hybridzeitschriften veröffentlicht werden. Das heißt es entfallen die Publikationskosten (APC) und gleichzeitig kann auf jegliche Journals von Springer zugegriffen werden.⁷¹

SpringerOpen

SpringerOpen wurde im Juni 2010 eingeführt und umfasst das Springer-Portfolio von mehr als 200 von Experten geprüften, vollständig Open Access Zeitschriften in allen Bereichen der Wissenschaft.

Im August 2012 hat Springer aufgrund der wachsenden Nachfrage nach Open Access und des Erfolgs der SpringerOpen Zeitschriften das Angebot um Open Access-Bücher erweitert.

SpringerOpen Zeitschriften und Bücher werden sofort nach Veröffentlichung online frei und dauerhaft verfügbar gemacht. Sie unterliegen einem Peer-Review Verfahren um die Qualität und Zuverlässigkeit der Arbeit sicherzustellen. Autoren, die mit SpringerOpen veröffentlichen, behalten das Urheberrecht an ihren Werken und lizenzieren es unter einer Creative Commons-Lizenz. Zur Deckung der Kosten des Veröffentlichungsprozesses erheben alle SpringerOpen Zeitschriften und Bücher eine Open Access Gebühr.⁷²

⁶⁹ Vgl. Springer.com <<https://www.springer.com/gp/open-access/springer-open-choice>>, verfügbar am 07.03.2010 um 20:15 Uhr.

⁷⁰ Vgl. Creative Commons.org, URL:<<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>>, verfügbar am 07.03.2020 um 20:15 Uhr.

⁷¹ Vgl. Springer.com, URL:<<https://www.springer.com/gp/open-access/springer-open-choice/springer-compact>>, verfügbar am 07.03.2020 um 20:30 Uhr.

⁷² Vgl. SpringerOpen.com, URL:<<https://www.springeropen.com/about>>, verfügbar am 07.03.2020 um 21:45 Uhr.

SpringerOpen Zeitschriften und Bücher sind bei SpringerLink, der weltweit umfassendsten Online-Sammlung von STM-Inhalten, frei und dauerhaft online verfügbar. Darüber hinaus sind SpringerOpen Artikel auf der SpringerOpen Website frei verfügbar und im Verzeichnis der Open Access-Zeitschriften (DOAJ) aufgeführt, wodurch die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit erhöht wird.⁷³

Open Access Vertrag mit SpringerOpen in Österreich

Der FWF, das österreichische Bibliothekskonsortium (Kooperation E-Medien Österreich, KEMÖ) und Springer Nature haben im September 2019 eine Erneuerung bzw. Verlängerung des Open Access Vertrags für Springer Zeitschriften unterzeichnet. Das Abkommen ermöglicht Wissenschaftlern und Studierenden in über 1.900 Springer-Zeitschriften ohne zusätzliche Gebühren Open Access zu publizieren.

Darüber hinaus erhalten die Konsortialmitglieder Zugriff auf mehr als 2.000 Zeitschriften der Imprints Springer, Adis und Palgrave Macmillan. An dem dreijährigen Abkommen (Laufzeit vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2021) nehmen insgesamt 34 österreichische Forschungseinrichtungen (Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitute und Landesbibliotheken) und der Wissenschaftsfonds FWF teil. Das Bibliothekskonsortium in Österreich hat früh das Potential von Open Access Transformationsmodellen erkannt und mit Springer Nature eines der ersten Read & Publish Abkommen abgeschlossen. Die seit 2016 erfolgreich bestehende Vereinbarung hat maßgeblich dazu beigetragen, dass inzwischen ca. 70% der Springer Nature-Autoren in Österreich Open Access publizieren. Die Vertragsverlängerung um weitere drei Jahre treibt die Veröffentlichung von Open Access Artikeln in Österreich weiter voran. Hiervon profitieren nicht nur Wissenschaftler und Studierende in Österreich, sondern die gesamte Wissenschaftscommunity.⁷⁴



Abbildung 7: Logo Springer Verlag⁷⁵

⁷³ Vgl. SpringerOpen.com, URL:<<https://www.springeropen.com/about/what-is-springeropen>>, verfügbar am 07.03.2020 um 21:45 Uhr.

⁷⁴ Vgl. FWF.ac.at, URL:<<https://www.fwf.ac.at/de/news-presse/news/nachricht/nid/20190904-2430/>>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:00 Uhr

⁷⁵ Springer.com, URL:<<https://www.springer.com>>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:15 Uhr.

6.5.2 De Gruyter

Der Berliner Wissenschaftsverlag De Gruyter blickt auf eine über 260-jährige Geschichte zurück. Das Unternehmen mit seinem Stammsitz in Berlin und Dependancen in Basel, Boston, und Peking publiziert jährlich etwa 1.300 neue Titel auf den Gebieten Geisteswissenschaften, Medizin, Naturwissenschaften und Rechtswissenschaft sowie mehr als 700 Abonnement- und Open Access-Fachzeitschriften. Unter der Dachmarke De Gruyter werden die Imprints De Gruyter Akademie Forschung, Birkhäuser, De Gruyter Mouton, De Gruyter Oldenbourg und De Gruyter Saur geführt. Das Portfolio des Verlages besteht zu ca. 70% aus geisteswissenschaftlichen Publikationen, 30% werden den Fachbereichen STM und Recht zugeordnet.⁷⁶

De Gruyter Online Library

Seit mehr als 10 Jahren gibt es auch bei De Gruyter ein hybrides Geschäftsmodell. Wie bei den anderen Verlagen setzt auch De Gruyter auf Article Processing Charges. Diese liegen zum jetzigen Zeitpunkt (Stand April 2020) für Zeitschriften, unabhängig von der Disziplin, bei einheitlich 2.000 €.⁷⁷

Wissenschaftliche Artikel werden bei De Gruyter im hybriden Geschäftsmodell, wie bei den meisten anderen Verlagen, unter der CC BY-NC-ND-Lizenz veröffentlicht. Dies bedeutet, dass Veröffentlichungen von Benutzern unter folgenden Bedingungen kopiert, verbreitet und anderweitig veröffentlicht werden dürfen:

- Der Name des Autors / Copyright-Inhabers muss auf die vom Autor / Copyright-Inhaber gewünschte Weise angegeben werden.
- Die Veröffentlichung und ihr Inhalt dürfen nicht in ihrem Open Access-Format für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- Die Publikation und ihr Inhalt dürfen nicht bearbeitet, modifiziert oder anderweitig verändert werden.⁷⁸

⁷⁶ Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/dg/page/15/der-verlag>>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:00 Uhr.

⁷⁷ Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/page/hybrid-open-access>>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:30 Uhr.

⁷⁸ Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/page/hybrid-open-access?lang=en>>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:45 Uhr.

De Gruyter arbeitet mit Institutionen zusammen, um seinen Autoren das Open Access Publizieren zu erleichtern. Die institutionellen Mitgliedschaftsvereinbarungen geben Bibliothekaren die Kontrolle über Open Access Ausgaben und befreit Autoren durch die Einführung eines vereinfachten Zahlungssystems von der direkten Zahlung von APCs.

Laut Website vergibt De Gruyter Rabatte für Open Access Veröffentlichungsgebühren, auch für hybride Zeitschriften, auf Anfrage.⁷⁹

Für Autoren aus Österreich gibt es keine expliziten Vereinbarungen. Auf der Website von De Gruyter gibt es Vereinbarungen von Autoren aus folgenden Ländern: Niederlande, Großbritannien, Schweiz, Schweden und Ungarn.

Im Folgenden wird auf die Vereinbarung mit Autoren aus der Schweiz näher eingegangen:

Mit Wirkung zum 1. Januar 2016 können Autoren einer dem Konsortium der Schweizerischen Akademischen Bibliotheken angeschlossenen Institution Primärforschung veröffentlichen und Artikel in Open Access in einer der Online Open Zeitschriften von De Gruyter mit einem Rabatt von 90% des APC-Preises überprüfen.

Der entsprechende Autor des Artikels muss von einer berechtigten Universität stammen und der Artikel muss am oder nach dem 1. Januar 2016 angenommen worden sein.

Die Universität muss ein aktives Abonnement für das Hybridjournal haben, in dem der Autor veröffentlichen möchte.

Berechtigte Autoren können die endgültige Version (Publisher PDF-Version) in das institutionelle Repository der Institution und auf die persönlichen Webseiten des betreffenden Mitarbeiters aufnehmen und zur Verfügung stellen.

Folgende Institutionen sind laut der Website von De Gruyter für die Schweiz förderungsfähig:

- Bibliothèque de l'Université de Genève
- Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne
- Bibliothek Universität St. Gallen
- Zentralbibliothek Zürich
- ETH-Bibliothek Zürich

⁷⁹ Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/dg/page/institutional-memberships>>, verfügbar am 08.03.2020 um 21:00 Uhr.

Berechtigte Autoren sind laut De Gruyter Lehr- und Forschungspersonal, das an einer der Institutionen beschäftigt oder anderweitig akkreditiert ist, sowie Studierende, die an einer der Institutionen eingeschrieben oder akkreditiert sind.

Bei Artikeln, die von mehreren Autoren veröffentlicht wurden, ist der entsprechende Autor der berechnete Autor. Der korrespondierende Autor ist der Autor, der den Veröffentlichungsvertrag unterzeichnet.

Die folgenden Standards müssen von den Open-Access-Artikeln erfüllt werden:

- Artikel müssen original sein und dürfen keine Gesetze und / oder Rechte Dritter verletzen und ethischen Standards entsprechen.
- Originalpapier - Standardartikel, der normalerweise neue Ergebnisse präsentiert; Artikel, die unter diesem Artikeltyp veröffentlicht werden, können auch als Original Research, Original Article, Original Paper oder Research Paper bezeichnet werden
- Review Paper - Standardartikel, der zuvor veröffentlichte Ergebnisse interpretiert.
- Kurze Mitteilung - Kurzer Artikel zur schnellen Veröffentlichung eingereicht, der dieselbe Struktur wie ein Standardartikel aufweist.
- Weiterbildung - Artikel, der integraler Bestandteil der Weiterbildung ist (in der Regel medizinisch).
- Fallberichte - Artikel in medizinischen Fachzeitschriften.⁸⁰

De Gruyter Open

Auch de Gruyter bietet ein Angebot für reine Open Access Veröffentlichungen. Bei den reinen Open Access Zeitschriften liegen die APCs zwischen 500 € und 2.000 € (Stand April 2020). Wobei an dieser Stelle hinzugefügt werden muss, dass bei den ausgerufenen Summen die Mehrwertsteuer noch nicht mit einberechnet ist.⁸¹

De Gruyter bietet ebenfalls institutionelle Mitgliedschaften an. Hierbei wird durch Prüfung der Anzahl publizierter Artikel ein bestimmter Preis berechnet. Im Rahmen dieser Mitgliedschaften bekommen Institutionen einen Preisnachlass von 15 %. Im nächsten Jahr werden die berechneten Kosten unter Berücksichtigung des Preisnachlasses von der Institution beglichen.

⁸⁰ Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/dg/page/open-access-agreements-switzerland>>, verfügbar am 08.03.2020 um 21:30 Uhr.

⁸¹ Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/dg/page/article-processing-charges>>, verfügbar am 08.03.2020 um 22:00 Uhr.

De Gruyter bietet auch zusätzlich ein Waiver-Programm an. Dieses Programm ermöglicht es Autoren aus Ländern mit einem geringen Pro-Kopf Einkommen eine Unterstützung zu bekommen. Dies wird im Einzelfall geprüft. Erfolgt eine positive Prüfung, können die Autoren ihre Arbeiten kostenlos publizieren.⁸²

De Gruyter stellt es den Autoren ebenfalls offen über den grünen Weg zu publizieren. Nach einer Sperrfrist von 12 Monaten ab der Erstveröffentlichung erlaubt De Gruyter den Autoren die Verwendung der veröffentlichten Endfassung ihres Artikels (Verlags-PDF) zur Selbstarchivierung (persönliche Internetseite des Autors) und/oder zur Archivierung in einem institutionellen Verzeichnis (auf einem Server, der ohne kommerzielles Interesse betrieben wird).

Die Quelle des veröffentlichten Textes muss kenntlich gemacht werden, und es ist eine Verlinkung mit der Website der Fachzeitschrift erforderlich.

Die Autoren dürfen ihre Artikel nicht in öffentlichen und/oder kommerziellen thematischen Verzeichnissen selbst archivieren.⁸³



Abbildung 8: Logo De Gruyter Verlag⁸⁴

⁸² Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/dg/page/article-processing-charges>>, verfügbar am 08.03.2020 um 22:15 Uhr.

⁸³ Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/dg/page/576/repository-policy>>, verfügbar am 08.03.2020 um 22:30 Uhr.

⁸⁴ Vgl. De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com>>, verfügbar am 08.03.2020 um 22:45 Uhr.

6.5.3 Wiley

Der bereits 1807 gegründete Verlag mit mehr als 4.900 Angestellten zählt ebenfalls zu den großen Wissenschaftsverlagen. Die Hauptniederlassung befindet sich in New Jersey. Die Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die Vereinigten Staaten, Europa, Asien, Kanada und Australien.⁸⁵

Wiley OnlineOpen

Auch Wiley bietet mit OnlineOpen ein hybrides Geschäftsmodell an. Der Verlag offeriert insgesamt ca. 1.450 hybride Zeitschriften. Die Article Processing Charges für das Modell liegen zwischen 830 € und 4.700 € (Stand April 2020).⁸⁶

Wie bei den anderen Verlagen bietet auch Wiley Preisnachlässe für Autoren an, die von ihren Institutionen finanziell unterstützt werden. Auf der Website finden sich Agreements mit verschiedenen Ländern. Die Institutionen können sogenannte Wiley Open Access Accounts anlegen und bekommen somit Preisnachlässe. Darüber hinaus bietet Wiley auch Institutional Payment an. In diesem Fall erhalten die Institution für die Bezahlung einer Pauschalgebühr einen Preisnachlass von 15%.⁸⁷

Wiley Open Access

Bei Wiley Open Access wird mit reinen Open Access Journals gearbeitet. Momentan gibt es etwa 160 verfügbare Open Access Journals aller Fachrichtungen. Die Publikationsgebühren für dieses Modell liegen zwischen 630 € und 2.850 € (Stand April 2020). Auch Wiley setzt dabei auf das APC Gebührenmodell. Allerdings gibt es auch vereinzelt Journals, beispielsweise das „Theoretical Economics“, bei denen keine Gebühren anfallen.⁸⁸

The logo for Wiley Verlag, consisting of the word "WILEY" in a large, bold, black, serif font.

Abbildung 9: Logo Wiley Verlag⁸⁹

⁸⁵ Vgl. Wiley-VCH.de, URL:<<https://www.wiley-vch.de/de/ueber-wiley/wiley-weltweit>>, verfügbar am 18.03.2020 um 20:15 Uhr.

⁸⁶ Vgl. Wiley.com, URL:<<https://authorservices.wiley.com/author-resources/Journal-Authors/open-access/article-publication-charges.html>>, verfügbar am 18.03.2020 um 20:30 Uhr.

⁸⁷ Vgl. Wiley.com, URL:<<https://authorservices.wiley.com/open-research/open-access/for-institutions-and-funders/institutional-funder-accounts.html>>, verfügbar am 18.03.2020 um 20:30 Uhr.

⁸⁸ Vgl. Wiley.com, URL:<<https://authorservices.wiley.com/author-resources/Journal-Authors/open-access/article-publication-charges.html>>, verfügbar am 18.03.2020 um 20:45 Uhr.

⁸⁹ Wiley.com, URL:<<https://wiley.com>>, verfügbar am 18.03.2020 um 21:00 Uhr.

6.5.4 Thieme

Der Verlag wurde bereits 1886 von Georg Thieme in Leipzig gegründet. Seinen Hauptsitz hat der Verlag in Stuttgart und hat weltweit 11 Niederlassungen mit über 1.000 Mitarbeitern. Der Schwerpunkt des Thieme Verlages liegt auf der Veröffentlichung von Artikeln der Medizin und Chemie. Thieme führt laut der Unternehmenswebsite etwa 200 Fachzeitschriften und 4.400 Buchtitel.⁹⁰

Thieme Open

Unter Thieme Open ist es für Autoren möglich in hybriden Zeitschriften zu publizieren ebenso wie in reinen Open Access Journals. Aktuell zählt der Verlag 59 reine Open Access Journals sowie 14 hybride Zeitschriften.⁹¹

Bei den reinen Open Access Journals betragen die APC zwischen 400 € und 1900 €. Für hybride Zeitschriften fallen Veröffentlichungsgebühren von pauschal 2.500 € an (Stand April 2020).⁹²

Bei hybriden Journals bietet Thieme die Option "Personal Subscriber" an. Bei einem Personal Subscriber handelt es sich um den Abonnenten eines Subskriptionsjournals. Dabei erhält man automatisch bei Open Access Publikationen einen Nachlass von bis zu 50 Prozent auf die APCs.⁹³

Die Problematik des Double Dipping bei hybriden Journals wird bei Thieme, ähnlich wie bei anderen Verlagen, nicht außer Acht gelassen. Double Dipping ist der Begriff, der der Situation zugeschrieben wird, in der eine Zeitschrift sowohl eine Open Access Veröffentlichungsgebühr enthalten als auch Kunden eine Abonnementgebühr für denselben Artikel berechnen kann. Um ein doppeltes Bezahlen zu vermeiden, ändert Thieme seine Zeitschriftenpreise jedes Jahr basierend auf der Anzahl der im vorherigen Kalenderjahr veröffentlichten Open Access Artikel.⁹⁴

⁹⁰ Vgl. Thieme.de, URL:<<https://www.thieme.de/de/thieme-gruppe/unternehmensgeschichte-1148.htm>>, verfügbar am 16.03.2020 um 18:30 Uhr.

⁹¹ Vgl. Thieme.com, URL:<<https://open.thieme.com/de/web/19/all-journals>>, verfügbar am 16.03.2020 um 18:45 Uhr.

⁹² Vgl. Thieme.com, URL:<<https://open.thieme.com/de/web/19/apcs>>, verfügbar am 16.03.2020 um 18:45 Uhr.

⁹³ Vgl. Thieme.com, URL:<<https://open.thieme.com/de/web/19/authors>>, verfügbar am 16.03.2020 um 19:00 Uhr.

⁹⁴ Vgl. Thieme.com, URL:<<https://open.thieme.com/de/web/19/double-dipping>>, verfügbar am 16.03.2020 um 19:05 Uhr.

Bei Thieme werden Open Access Artikel unter der Lizenz CC-BY-NC-NC (Attribution-Noncommercial-No Derivatives International) publiziert. Für Nutzer bedeutet das folgendes:

Namensnennung: Korrekte Urheber-und Rechteangaben sind zu machen, ein Link auf die Lizenz ist einzustellen, sowie Änderungsvornahmen neutral anzugeben.

Nicht-kommerziell: Werk, Material oder Auszüge dürfen nicht für kommerzielle Zwecke genutzt werden.

Keine Bearbeitung: Werk, Material oder Auszüge dürfen nicht verändert werden. Sollte verändert, anders angeordnet oder anderweitig direkt auf dem Original aufgebaut werden, so darf die derart bearbeitete Fassung nicht verbreitet werden.

Keine weiteren Einschränkungen: Es dürfen keine zusätzlichen Klauseln oder (technische) Verfahren eingesetzt werden, die anderen rechtlich irgendetwas untersagen, was die Lizenz erlaubt.⁹⁵

Pay what you want

2015 erprobte Thieme das unter anderem in der Gastronomie genutzte *Pay What You Want Modell* in der Finanzierung von Open Access. Dabei gilt - der Autor soll entscheiden, was ihm eine Open Access Publikation seines Artikels wert ist.

Sozusagen als Testjournal wird hierbei das in der Medizin neu gegründete *The Surgery Journal* herangezogen. Das Geschäftsmodell wurde gemeinsam von Betriebswirtschaftswissenschaftlern der LMU München entwickelt.

Laut Auskunft von Thieme bestimmt der Autor die Summe, die er bereit ist zu zahlen, erst nach positiver Begutachtung im Peer-Review Verfahren. Als Grundregel gilt, dass jeder genannte Betrag akzeptiert wird, also auch wenn dieser bei null liegt. Auch das Lektorat erfolgt laut dem Verlag in gleicher Qualität, unabhängig vom bezahlten Preis.

Ein großer Vorteil an diesem Modell soll daran liegen, dass der zu zahlende Preis vom Autor erst nach positivem Peer-Review Verfahren und Annahme des Artikels bestimmt wird. Dadurch ist ausgeschlossen, dass Autoren sich eine Veröffentlichung durch höhere Gebühren erkaufen. Das zieht den nächsten Vorteil mit sich: Es ist ausgeschlossen, dass Artikel von Autoren mit hohem Renommee zu geringeren Gebühren akzeptiert werden.

⁹⁵ Vgl. Thieme.de, URL:<<https://www.thieme.de/de/autorenloungue/86412.htm>>, verfügbar am 16.03.2020 um 19:10 Uhr.

Thieme verfolgt damit das Ziel herauszufinden, wie viel Wissenschaftler bereit sind für ihre Publikation zu bezahlen. Der Versuch wird von vielen als ehrenwert angesehen, allerdings wird die Kritik laut, dass es unmöglich sei den finanziellen Wert eines wissenschaftlichen Artikels zu bestimmen.⁹⁶

Umfragen geben etwas Aufschluss über die Bereitschaft der Wissenschaftler bzgl. der Bezahlung von APCs. Laut einer Untersuchung, an der mehrere Einrichtungen aus dem Publikationswesen und Wissenschaftsbetrieb beteiligt waren, ist die Mehrheit der Autoren bereit maximal 500 € für eine Publikation zu bezahlen. Weitere Studien kommen zu einem ähnlichen Ergebnis.

Auch die LMU München hat erste Ergebnisse bzgl. solcher Befragungen vorzuweisen und bestätigen die oben genannte Größenordnung, wobei diese Ergebnisse auf sehr wenigen Daten basieren. Als Durchschnittsbetrag wurden 427,50 \$ angegeben, der Median liegt bei 250 \$. Das sogenannte Freeriding, Autoren die also nichts bezahlen, ist ebenfalls vertreten. Allerdings würde die Mehrheit Publikationsgebühren bezahlen. Zu diesen von 2015 gestarteten Projekt sind weder auf der Seite von Thieme noch auf der Seite der LMU München weitergehende Infos zu finden.⁹⁷



Abbildung 10: Logo Thieme Verlag⁹⁸

⁹⁶ Vgl. Heise.de, URL:<<https://www.heise.de/tp/features/Open-Access-Pay-What-You-Want-3373899.html>>, verfügbar am 16.03.2020 um 20:00 Uhr.

⁹⁷ Vgl. ZB Med-Blog.de, URL:<<http://zbmedblog.de/pay-what-you-want-autorinnen-und-autoren-legen-die-hoehe-der-publikationsgebuehren-selbst-fest/>>, verfügbar am 16.03.2020 um 20:15 Uhr.

⁹⁸ Thieme.de, URL:<<https://www.thieme.de>>, verfügbar am 16.03.2020 um 20:30 Uhr.

6.5.5 Elsevier

Elsevier wurde bereits 1880 in Rotterdam gegründet. Der Verlag hat auch heute noch seinen Hauptsitz in den Niederlanden und ist mit weltweiten Niederlassungen wie zum Beispiel in Russland, Indien, Mexiko und Frankreich vertreten. Elsevier gehört zur RELX Group und veröffentlicht laut Angaben auf der Website rund 3.500 Zeitschriften jährlich.⁹⁹

Der Verlag bietet ein hybrides Geschäftsmodell an. Laut Website gibt es zurzeit etwa 1.900 hybride Journals, in denen Autoren veröffentlichen können. Die Anzahl an reinen Open Access Zeitschriften liegt bei ca. 250 (Stand März 2020).¹⁰⁰

Auch Elsevier macht sich das Authors Pay Modell zu Nutze und verlangt sogenannte Article Processing Charges. Auffällig ist bei diesem Verlag, dass die APCs stark schwanken. Sie liegen laut Angabe des Verlages zwischen 150 \$ und 6.000 \$ exklusive Steuern.¹⁰¹

Ähnlich wie bei anderen Verlagen werden Artikel unter der CC BY-NC-ND-Lizenz veröffentlicht. Das bedeutet, dass die Arbeiten unter Einhaltung der Namens- und Lizenznennung verbreitet und geteilt werden dürfen so lange es sich nicht um kommerzielle Zwecke handelt.¹⁰²

Der Verlag weist auf seiner Website dezidiert darauf hin, dass Open Access unterstützt wird und zeigt zehn Fakten auf, wie dies umgesetzt wird:

1. Über 85% der Zeitschriften bieten die Möglichkeit, Open Access zu veröffentlichen und einen Artikel sofort dauerhaft verfügbar zu machen. Der Preis liegt laut Website unter dem Branchendurchschnitt und liefert überdurchschnittliche Qualität.

Die Liste der Artikelveröffentlichungsgebühren (APCs) ist öffentlich verfügbar und kann auf der Website heruntergeladen werden.

Bei Elsevier werden keine Abonnenten für Open Access Veröffentlichungen berechnet und es werden Abonnementinhalte nur bei der Preisgestaltung von Abonnementtiteln berücksichtigt (Vermeidung Double Dipping in hybriden Geschäftsmodellen).

⁹⁹ Vgl. Elsevier.com, URL:<<https://www.elsevier.com/de-de/about/our-business>>, verfügbar am 30.03.2020 um 17:00 Uhr.

¹⁰⁰ Vgl. Elsevier.com, URL:<<https://www.elsevier.com/about/open-science/open-access/supporting-open-access>>, verfügbar am 30.03.2020 um 17:15 Uhr.

¹⁰¹ Vgl. Elsevier.com, URL:<<https://www.elsevier.com/about/open-science/open-access>>, verfügbar am 31.03.2020 um 17:00 Uhr.

¹⁰² Vgl. Ebenda.

2. Alle Zeitschriften des Verlages bieten eine kostenlose, grüne Open Access Option. Jedes Jahr stellt Elsevier aktiv über 45.000 Abonnementartikel Green Open Access zur Verfügung - laut Auskunft auf der Website mehr als jeder andere Verlag. Durch Green Open Access wird eine frühere Version eines im Rahmen des Abonnementmodells veröffentlichten Zeitschriftenartikels nach einem Embargo für die Nutzer frei verfügbar gemacht.
3. Elsevier investiert in den Kapazitätsaufbau, um einer der am schnellsten wachsenden Open-Access-Verlage zu bleiben. 2018 hat der Verlag 26% mehr Open Access Artikel veröffentlicht als im Vorjahr.
4. Über 70% der Zeitschriften, die Elsevier in den letzten drei Jahren herausgebracht hat, sind vollständig offen zugänglich, sodass insgesamt über 250 Open Access Goldzeitschriften verfügbar sind. Diese befinden sich neben 1900 Hybridzeitschriften, die bereits die Möglichkeit bieten, Open Access zu veröffentlichen.
5. Der Verlag entwickelt sich laut Website immer weiter, erforscht und entwickelt neue Open Access Optionen, um den Bedürfnissen der Autoren gerecht zu werden. Dies beinhaltet das Experimentieren mit Open Access Spiegelzeitschriften. Diese Zeitschriften sind vollständig Gold Open Access, haben jedoch die gleiche Redaktion, Ziele und den gleichen Umfang sowie die gleichen Peer-Review Richtlinien wie ihre bestehenden „übergeordneten“ Zeitschriften - und das gleiche Maß an Sichtbarkeit und Auffindbarkeit.
6. Elsevier stellt nach 12 Monaten offene Archive für 130 Zeitschriften zur Verfügung, einschließlich Cell Press-Titel. Die in den Archiven enthaltenen Artikel können somit von jedem kostenlos gelesen und heruntergeladen werden. Neu veröffentlichte Artikel werden nach einer Sperrfrist zur Verfügung gestellt.
7. Elsevier arbeitet eng mit Geldgebern und Institutionen auf der ganzen Welt zusammen und unterstützt Forscher durch Vereinbarungen in Norwegen, Finnland, Italien, Großbritannien, Portugal, Japan, den USA und anderen Ländern, um Artikel offen zugänglich zu machen. Der Verlag investiert auch in die Verbesserung der Systeme und Prozesse, um die Autoren während ihrer Veröffentlichungsreise auf diese Vereinbarungen und ihre konformen Optionen aufmerksam zu machen.

8. Elsevier möchte die Möglichkeit bieten, Open-Access-Artikel zu finden. Durch die Partnerschaft mit ImpactStory werden über 8,5 Millionen Artikel in Scopus als Open Access gekennzeichnet. Impact Story ist eine gemeinnützigen Organisation, die Online-Tools entwickelt, um die Wissenschaft offener und wiederverwendbarer zu machen.
9. Elsevier ermutigt Forscher, ihre Arbeit auf einer Plattform ihrer Wahl zu teilen. Eines davon ist SSRN. SSRN ist eine Open Access Online Preprint Community, die führenden akademischen Schulen und staatlichen Institutionen wertvolle Dienste bietet. Das SSRN ist hauptsächlich auf Sozialwissenschaften spezialisiert. Darunter fallen Wirtschafts-, Rechts-, Unternehmens- und Geisteswissenschaften. Es bietet Wissenschaftlern die Möglichkeit frühe Forschungsergebnisse zu veröffentlichen.
Auf den kostenlosen Preprint-Sharing-Server veröffentlichen mehr als 400.000 Autoren mehr als 731.000 Artikel in 37 Disziplinen und generieren jährlich 13,1 Millionen Downloads.
10. Elsevier unterstützt über 600 Forschungseinrichtungen beim Aufbau eigener Open Access Programme, indem ihnen die Infrastruktur dafür mithilfe von Digital Commons zur Verfügung gestellt wird. Über 3 Millionen solcher Open Access Artikel sind über Digital Commons aufgetaucht und wurden mehr als eine halbe Milliarde Mal geteilt.¹⁰³

Elsevier wurde in den letzten Jahren immer wieder stark kritisiert. Dem Verlag wurde vorgeworfen überhöhte Abonnementgebühren für einzelne Journals zu verlangen und es wurde Kritik an der Praxis laut, dass wenige wichtige Zeitschriften in großen Paketen an Bibliotheken verkauft werden. Darüber hinaus warf der britische Mathematiker Timothy Gower mit seiner gegründeten Initiative The Cost of Knowledge dem Verlag Lobbying gegen den freien Zugang zu Forschungsergebnissen vor.

Weil Forschungsergebnisse oft durch öffentliche Gelder finanziert wurden, argumentiert die Initiative rund um Gowers, habe die Öffentlichkeit auch ein Recht auf freien Zugang zu den Resultaten. Besonders unbeliebt hat sich Elsevier daher mit seiner Unterstützung für Gesetze gemacht, die Open Access unterbinden wollen.

¹⁰³ Vgl. Elsevier.com, URL:<<https://www.elsevier.com/about/open-science/open-access/supporting-open-access>>, verfügbar am 31.03.2020 um 17:30 Uhr.

So zum Beispiel US-amerikanische Research Works Act, der die freie Veröffentlichung öffentlich finanzierter Forschung erschweren sollte.¹⁰⁴

Wer sich auf der Website The Cost of Knowledge der Initiative anschloss, bekannte sich dazu, für Journale des Verlags keine Artikel einzureichen, noch zu begutachten oder als Herausgeber für Elsevier Zeitschriften tätig zu sein.

Der Aufruf fand bis heute mehr als 16.000 Unterzeichner und auch großes mediales Echo, beeinflusste die Geschäftspraxis des Verlags jedoch wenig, anders lässt es sich kaum erklären, dass sich deutsche Wissenschaftseinrichtungen im Projekt DEAL koordinierten, um Elsevier zu einem Einlenken in der Bepreisung seiner Publikationen zu bewegen.¹⁰⁵



Abbildung 11: Logo Elsevier Verlag¹⁰⁶

¹⁰⁴ Vgl. Der Standard.at, URL:<<https://www.derstandard.at/story/1329703169887/teure-wissenschaft-forscher-boykottieren-fachverlag-elsevier>>, verfügbar am 31.03.2020 um 18:30 Uhr.

¹⁰⁵ Vgl. Heise.de, URL:<<https://www.heise.de/tp/features/Wissenschaftsjournale-Boykott-Verhandlungen-und-Vorwurf-des-Missbrauchs-der-Marktmacht-3562666.html>>, verfügbar am 31.03.2020 um 19:30 Uhr.

¹⁰⁶ Elsevier.com, URL:<<https://www.elsevier.com>>, verfügbar am 31.03.2020 um 20:00 Uhr.

6.5.6 Sage

Sage wurde 1965 von Sara Miller McCune in New York gegründet und ist ein unabhängiger, akademischer Verlag. Mit mehr als 1.500 Mitarbeitern weltweit aus den Hauptgeschäftsstellen in Los Angeles, London, Neu-Delhi, Singapur und Washington DC, veröffentlicht Sage jährlich mehr als 1.000 Zeitschriften und über 800 Bücher, Nachschlagewerke und Datenbanken in den Bereichen Wirtschaft, Geistes-, Sozial- und Naturwissenschaften, Technologie und Medizin.¹⁰⁷

Sage Open

Im Jahr 2010 startete Sage mit Sage Open das erste Breitband Open Access Journal. Es richtet sich speziell an die Sozial- und Verhaltenswissenschaften. Das Open Access Verlagswesen der Biomedizin- und Biowissenschaften hatte sich in dieser Zeit bereits etabliert, während die Geistes- und Sozialwissenschaften laut Sage aufgrund von unterschiedlichen Finanzierungsstrukturen noch keine Wirkung erlangt hatten. Open Access in der Biomedizin wurde teilweise von Förderstellen selbst vorangetrieben. Sage war jedoch der Ansicht, dass eine ansteigende Nachfrage zu beobachten war und gründete Sage Open.¹⁰⁸

Sage Choice

Mit Sage Choice haben Autoren die Möglichkeit, Artikel bei Veröffentlichung in den meisten abonnementbasierten Sage Journals frei zugänglich zu machen. Die Mehrzahl von Sage Journals bieten Sage Choice an. Die Standardgebühr für die Artikelbearbeitung (ACP) für Sage Choice beträgt 3.000 \$.

Sage Choice steht Autoren nur zur Verfügung, nachdem ihre Manuskripte zur Veröffentlichung angenommen wurden. Dies dient dazu, potenzielle Interessenkonflikte zu vermeiden und sicherzustellen, dass die Auswahl- und / oder Geldgeberanforderungen der Autoren keinen Einfluss auf den redaktionellen Peer-Review- und Entscheidungsprozess haben.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Vgl. Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com/en-us/nam/company-information>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:00 Uhr.

¹⁰⁸ Vgl. Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com/en-us/nam/open-access-position-statement>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:15 Uhr.

¹⁰⁹ Vgl. Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com/en-us/nam/sage-choice>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:15 Uhr.

Open Access Vereinbarung mit Österreich

Sage bietet 14 österreichischen Forschungseinrichtungen (Mitglieder des Österreichischen Akademischen Bibliothekskonsortiums) eine Vereinbarung im Zeitraum von 2019 bis 2021 an. Mit Hilfe dieser Vereinbarung können Artikel von entsprechenden Autoren zum geminderten Preis von 200 GBP als Open Access Artikel veröffentlicht werden.¹¹⁰



Abbildung 12: Logo Sage Verlag¹¹¹

¹¹⁰ Vgl. Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com/en-us/nam/open-access-agreements-at-sage/austria>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:30 Uhr.

¹¹¹ Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:45 Uhr.

6.6 Vorteile und Möglichkeiten von Open Access

Freier Zugang zu öffentlich finanzierten Forschungsergebnissen

Open Access ermöglicht online freie Zugänglichkeit von öffentlich subventionierten Forschungsergebnissen und diese müssen dadurch nicht von den Wissenschaftseinrichtungen von Verlagen zurückgekauft werden. Kritiker bemängeln oft, dass die Öffentlichkeit Forschungsergebnisse im Closed Access dreifach finanzieren muss. In der Regel wird durch öffentlich bezahlte Wissenschaftler geforscht und publiziert. Die Arbeiten werden anschließend von öffentlich bezahlten Wissenschaftlern im Peer-Review Verfahren begutachtet. Danach erscheinen die Forschungsergebnisse in Zeitschriften, die durch öffentlich finanzierte Bibliotheken und Institute von Verlagen erworben werden müssen. Diese mehrfache Finanzierung findet sich im Open Access Bereich eben nicht.

Erhöhte Sichtbarkeit und Zitierhäufigkeit von Dokumenten

Ein weiterer, wesentlicher Vorteil von Open Access Publikationen wird häufig mit Begrifflichkeiten wie Sichtbarkeit und Impact umschrieben. Dabei bezieht sich die Sichtbarkeit auf die Wahrscheinlichkeit, mit der eine Publikation wahrgenommen und verbreitet wird. Impact bezieht sich auf die nachhaltige Rezeption und das Einfließen und Zitieren der Forschungsergebnisse in weitere Arbeiten und die wissenschaftliche Diskussion. Diese Faktoren tragen zum Renommee von Autoren bzw. ihrer Institutionen bei.

Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass Open Access Beiträge und Publikationen deutlich besser wahrgenommen werden als jene, die nicht frei im Internet verfügbar sind. Das globale und entgeltfreie Verfügen führt zu einer verstärkten Nutzung. Diese hat wiederum eine höhere Zitationshäufigkeit zur Folge. Dies ist durch einige empirische Studien belegt. Alma Swan publizierte 2010 eine Übersicht zu verschiedenen Studien, welche nachweisen, dass für Open Access Publikationen verglichen mit Closed Access Publikationen Zitationsvorteile von teilweise bis zu 600% für unterschiedlichste Disziplinen nachzuweisen sind. Neben dieser Studie gibt es zahlreiche Erhebungen für einzelne Fächer. Diese belegen, dass in überwiegenden Fällen für Open Access Publikationen höhere Zitationszahlen als für Closed Access Publikationen vorliegen.

Schneller und kostenloser Zugang zu wissenschaftlicher Information

Open Access Publikationen sind für alle Wissenschaftler sowie für Studierende und die interessierte Öffentlichkeit sofort erreichbar und zugleich leicht zu finden. Sie können von jedem PC mit Internetanschluss weltweit genutzt werden. Der Vorteil liegt an dem schnelleren Erscheinen von Open Access Publikationen nach dem Einreichen eines Manuskripts, vor allem da die elektronische Form eine rasche redaktionelle Bearbeitung, Begutachtung und Bereitstellung ermöglicht und gleichzeitig die benötigten Zeiten für Druck und Distribution wegfallen. Durch die entgeltfreie Nutzung von Open Access Publikationen stehen sie, anders als Closed Access Publikationen, auch Personen in finanziell benachteiligten Regionen zur Verfügung. Diesbezüglich kann festgehalten werden, dass Open Access einen beträchtlichen Beitrag zur Verringerung der digitalen Kluft in der Wissenschaft leistet.

Gute Auffindbarkeit über Suchmaschinen und Nachweisdienste

Open Access Publikationen sind ohne Einschränkung des Zugriffs im Internet abrufbar und können in Suchmaschinen wie Google oder Google Scholar gefunden werden. Diese Tatsache führt, wie bereits erwähnt, zur höheren Sichtbarkeit und erhöhten Zitation von Open Access Publikationen. Die optimale Sichtbarkeit und Wirksamkeit ist jedoch erst gegeben, wenn sie auch in Nachweisdiensten, die von Wissenschaftlern einer Disziplin häufig genutzt werden, aufscheinen. Open Access Publikationen sind somit durch entsprechende Metadaten, Abstracts und Schlagwörter erschlossen und können nach ihrer Einstellung ins Internet über internationale Suchmaschinen oder Bibliothekskatalogen weltweit gesucht werden. Ob eine Publikation relevant ist oder nicht, kann unmittelbar überprüft werden. Das heißt, dass Open Access ebenfalls zur Transparenz in der Wissenschaft beiträgt.

Partizipation an den Vorteilen digitaler Dokumente

Die Publikation von digitalen Dokumenten hat zumindest in der Theorie große Vorteile. Sie sind, wie bereits erwähnt, unmittelbar und jederzeit zugänglich und können somit leicht gespeichert, kopiert, versandt, gedruckt und als Denkanstoß bzw. Grundlage für neue Texte genutzt werden. So wird der Publikationsprozess deutlich beschleunigt.

Diese Vorteile von digitalen Dokumenten stehen nur im Open Access Bereich zur Verfügung. Denn Publikationen im Closed Access sind weder unmittelbar zugänglich, noch können sie einfach gespeichert oder geteilt werden.

Verbesserung der Informationsversorgung und Ausweg aus der Zeitschriftenkrise

Durch den wachsenden Open Access Bereich von frei zugänglichen Publikationen wird es zunehmend einfach sich schnell und umfassend über den aktuellen Forschungsstand zu informieren. Bedingt durch die steigenden Preise für die Anschaffung von Closed Access Zeitschriften entsteht eine Unterversorgung mit wissenschaftlichen Zeitschriften und viele dieser Zeitschriften sind über Bibliotheken nicht mehr verfügbar. Durch das Ziel von Open Access, die globale und entgeltfreie Verfügbarkeit, gibt es derartige Lücken in der Versorgung im Open Access Bereich nicht.

Förderung der internationalen und interdisziplinären Zusammenarbeit

Durch die digitale und entgeltfreie Nutzung von Open Access Publikationen, wird die weltweite Vernetzung wissenschaftlicher Arbeit und die dadurch entstehende Internationalisierung der Wissenschaft gefördert. Die zuvor genannte entgeltfreie Nutzung macht es auch Personen aus ärmeren Ländern möglich, auf relevante Informationen zuzugreifen und diese zu nutzen. Das heißt, auch die Verbreitung von Forschungsergebnissen aus Ländern, in denen keine starke Forschungsfinanzierung vorliegt, wird gefördert. Open Access Verlage, die sich durch Publikationsgebühren finanzieren, erlassen zahlreichen Wissenschaftlern aus armen Ländern diese Gebühren. Aufgrund der zeitnahen und internationalen Präsenz werden Kooperationen von Wissenschaftlern gefördert und dadurch auch der Forschungsprozess beschleunigt. Auch vor allem darum, weil die Wissenschaftler bei Open Access Publikationen umgehend Reaktionen von weltweit vernetzten Kollegen erhalten.

Förderung der Forschungseffizienz

Das vor allem in der Physik und Mathematik genutzte Repository arXiv und weitere Repositorien besitzen die Fähigkeit, Kommunikationsmaterial über Forschungsergebnisse rasch zur Verfügung zu stellen und dies teilweise schon vor der Publikation solcher Inhalte in einem Journal. Alma Swan zeichnet die hohen Zitationszahlen bei Open Access Publikationen aufgrund der raschen globalen Verfügbarkeit verantwortlich. Dieses Phänomen bezeichnet er als Early Advantage. Diese Tatsache verzeichnet eine Verkürzung des Forschungszyklus aufgrund der starken Nutzung dieses Kommunikationsweges.

Verbleib der Verwertungsrechte beim Autor

Open Access Publikationen sind grundsätzlich urheberrechtlich genauso geschützt wie jede andere. Im Rahmen von Publikationsverträgen mit Open Access Verlagen oder –Zeitschriften räumen die Autoren dem Verlag bzw. der Zeitschrift meistens nur ein einfaches Nutzungsrecht ein. In einem solchen Fall haben sie damit weiterhin das Recht, ihre Arbeit selbständig zu verwerten. Spezielle Open Content Lizenzen wie beispielsweise Creative-Commons-Lizenzen ermöglichen es dem Autor, die der Öffentlichkeit gewährten Nutzungsrechte selbst genau zu definieren und sich somit weitere Veröffentlichungsoptionen offen zu halten.

Langfristige Verfügbarkeit der Dokumente

Archivserver garantieren eine langfristige Archivierung von Dokumenten und Publikationen, welche durch die Bereitstellung auf persönlichen Websites meistens nicht gewährleistet ist. Aus Erfahrungswerten ist ersichtlich, dass Wissenschaftler ihre Arbeiten selten dauerhaft speichern und verlässlich sichern. Das bedeutet, dass die Ergebnisse an ihren Forschungsinstitutionen verloren gehen und zugleich obliegt die Langzeiterhaltung alleine den Verlagen. Um den dauerhaften Zugriff zu gewährleisten, helfen Open Access Server. Echte Open Access Publikationen können somit auch von Dritten und ohne spezielle Erlaubnis archiviert werden.

Vorteile in vernetzten und IT-gestützten Arbeitsumgebungen

Die Anforderung von Open Science bzw. Science 2.0, also das vernetzte Arbeiten und Anreichern von Informationen, ist von Closed Access Publikationen aufgrund des beschränkten Zugriffs und Nutzungsmöglichkeiten nicht gegeben. Open Access auf der anderen Seite macht den problemlosen Zugriff auf Informationen innerhalb von vernetzten Forschungsumgebungen möglich. Das bedeutet, dass Open Access eine wichtige Voraussetzung für Open Science darstellt.¹¹²

¹¹² Vgl. Open Access.net, URL:< <https://open-access.net/informationen-zu-open-access/gruende-und-vorbehalte>>, verfügbar am 25.01.2020 um 19:00 Uhr.

6.7 Kritik an Open Access

Qualitätsvorbehalte

Viele Autoren stellen sich die Frage, ob Open Access Publikationen angemessene Anerkennung finden. Dies wird oft bezweifelt und es liegt die Schlussfolgerung nahe, dass sich solche Publikationen negativ auf die Leistungsbewertung auswirken und somit ein Nachteil in der wissenschaftlichen Laufbahn sein könnten. Als Grund wird das mangelnde Renommee von Open Access Zeitschriften angegeben. Diese Befürchtung, die vor allem zu Beginn des Open Access Publizierens entstand, verliert zunehmend an Bedeutung. Das liegt vor allem an der Tatsache, dass die Reputation wissenschaftlicher Zeitschriften mit dem Alter wächst. Die anfänglich neuen Open Access Zeitschriften haben mittlerweile mehrere Jahre publiziert und sind mittlerweile etabliert.

Des Weiteren zielt dieser Qualitätsvorbehalt nur auf den goldenen Weg. Beim grünen Weg erfolgt, wie in Kapitel 6.3.2 beschrieben, die primäre Publikation in einer Closed Access Zeitschrift und lediglich die sekundäre Veröffentlichung in einem kostenlosen Repositorium. Dadurch greift der Qualitätsvorbehalt bei Open Access Zeitschriften nicht generell. Das liegt vor allem daran, dass etablierte Zeitschriften bereits von Closed Access auf Open Access umgestellt sind.

Das zuvor genannte, fehlende Renommee von Zeitschriften ist nicht nur Open Access zuzuschreiben. Es gibt Zeitschriften mit hoher oder niedriger Qualität bei kostenpflichtigen wie kostenlosen Angeboten. Die Herausgeber von Open Access Zeitschriften sind außerdem an qualitativ hochwertigen Publikationen interessiert, da eine hohe Qualität viele Autoren anzieht. Die Folge daraus besteht darin, dass es viele Open Access Zeitschriften gibt, die in kürzester Zeit hohe Impact Faktoren erzielen.

Fragen der Auffindbarkeit

Autoren von Open Access Publikationen ist es wichtig, dass ihre Arbeiten langfristig auffindbar und somit lesbar sind. Dies ist bei Betreibern von Repositorien und Herausgebern von Open Access Zeitschriften gegeben. Um sicherzugehen, dass die Publikationen und Beiträge sicher und dauerhaft gespeichert werden, werden sie mit sogenannten Metadaten verknüpft. Da Open Access Zeitschriften in bestimmten Fällen auch in konventionellen Verlagen erscheinen und die zuvor genannten Metadaten aufweisen, ist das Finden von Open Access Publikationen im gleichen Ausmaß gesichert wie bei Closed Access Zeitschriften.

Langzeitarchivierung von Dokumenten

Die Erfahrung zeigt, dass Dokumente die im Internet gefunden werden, nach einiger Zeit nicht mehr auffindbar sind. Diese, oft nicht unberechtigte Sorge, trifft Closed und Open Access Publikationen gleichermaßen. Die dauerhafte Verfügbarkeit ist durch Kooperationen der Verlage und Journals mit Nationalbibliotheken oder Anbietern von Langzeitarchivierungsdiensten gesichert. Es ist an dieser Stelle auch zu erwähnen, dass beim grünen Weg die Ablage auf einem Repositoryum einem ablegen auf einer Website vorzuziehen ist. Das liegt daran, dass die Bereitstellung auf Websites im Vergleich zu Repositorien nicht sicher ist: Änderungen auf der Website verantworten den Verlust der Information.

Finanzierbarkeit des Autorenfinanzierten Modells

Eine viel diskutierte Frage und somit Kritikpunkt am goldenen Weg von Open Access ist die Kostenfrage. Ist das Autorenfinanzierte Modell für Wissenschaftler, Hochschulen sowie Forschungseinrichtungen finanzierbar? In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage, welche tatsächlichen Kosten bei Open Access Angeboten im Vergleich zur traditionellen Verlagen anfallen. Einiges spricht für Open Access, da Druck- und Vertriebskosten wegfallen. Das Peer-Review Verfahren verursacht in beiden Fällen vergleichbare Kosten. Allerdings sind die konkreten Kosten bei Open Access Verlagen im Vergleich zu traditionellen sehr unterschiedlich und oft schwer zu vergleichen.¹¹³

Predatory Journals

Ein weiterer Kritikpunkt, den viele Gegner der Open Access Bewegung angeben, sind sogenannte Predatory Journals. Die Zeitschriften, die sich über Publikationsgebühren finanzieren, bringen des öfteren Schwarze Schafe mit sich. Diese Verlage erbringen für teilweise horrenden Gebühren keine ausreichende und zufriedenstellende Leistung.

Solche Geschäftspraktiken werden im Allgemeinen unter dem Begriff Predatory Publishing zusammengefasst. Oft beginnt eine solche Aktion mit dem Versenden von Spam-Mails. In diesen Mails wird um Einreichung einer Publikation gebeten. Auffällig bei solchen Mails sind die oft sehr kurzen Fristen der Begutachtung (Peer-Review Verfahren), die ein Anreiz für den Einreichenden sein sollen.

¹¹³ Vgl. Open-Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/gruende-und-vorbehalte>>, verfügbar am 31.01.2020 um 21:30 Uhr.

Bei manchen dieser Zeitschriften sind die unrealistischen Versprechen und Absichten sofort ersichtlich, unter anderem weil die sogenannten Einladungsmails und Websites der Verlage mit Tippfehlern übersät sind. Bei anderen Zeitschriften ist es jedoch notwendig zu recherchieren ob diese seriös sind oder nicht. Das liegt vor allem daran, dass diese Zeitschriften ihre Website und Zeitschriftenbezeichnung täuschend ähnlich an große und bekannte Zeitschriften anlehnen und es so leicht zu einer Verwechslung kommen kann. Nicht selten werden sogar die Namen renommierter Wissenschaftler angegeben, ohne dass die irgendwas davon wissen.

Eine Hilfestellung um seriöse Zeitschriften auszuwählen und den Anteil unseriöser Zeitschriften einzudämmen, sind sogenannte Black und White Lists. Black Lists beinhalten vermeintlich unseriöse Zeitschriften. White Lists als Gegenteil, benennen Zeitschriften, die für das Publizieren empfohlen werden.

Die wohl bekannteste Black List ist die Beall's List. Benannt ist diese nach dem amerikanischen Bibliothekar Jeffrey Beall, der auch gleichzeitig Initiator dieser Liste ist. Diese ist allerdings teilweise umstritten. Häufig kritisiert wird dabei die starke Subjektivität dieser Liste. Mittlerweile steht die Beall's List online nicht mehr zur Verfügung. Allerdings wird die Liste von anonymen Betreibern weitergeführt und stets erweitert.¹¹⁴

Als Beispiel für eine fachübergreifende White List können die Meist-zitierten Open Access Zeitschriften des Nationalen Kontaktpunkts für Open Access genannt werden.

Die Analysefirma Cabell's stellt jeweils eine kommerzielle Black und White List zur Verfügung, die allerdings lizenzpflichtig sind. Letztes Jahr wurden insgesamt 8.700 Raubjournale aufgelistet.¹¹⁵

Das alleinige Heranziehen von Black bzw. White Lists um zu ermitteln ob eine Zeitschrift seriös ist oder eben nicht, wird von vielen Seiten als problematisch angesehen. Es ist zum Beispiel möglich, dass Zeitschriften auf eine Black List kommen, die seriös sind, aber die gängigen Publikationsstandards noch nicht erfüllen und dadurch nicht professionell wirken.

¹¹⁴ Vgl. Publisso.de, URL:<<https://www.publisso.de/open-access-beraten/faqs/predatory-publishing/>> verfügbar am 25.01.2020 um 19:00 Uhr.

¹¹⁵ Vgl. Cabell's.com, URL:<<https://www2.cabells.com/about-blacklist>>, verfügbar am 25.01.2020 um 20:40 Uhr

Diese Aufnahme in eine solche Liste, kann dann für eine Zeitschrift sehr problematisch sein, da der Beigeschmack eines Predatory Journals durch das Internet lange erhalten bleiben kann, obwohl die Zeitschrift sich längst weiterentwickelt und professionalisiert hat. In White Lists aufgenommene Zeitschriften werden oft sehr selektiv ausgewählt und sind oft nicht vollständig.

Neben den zuvor genannten Listen, die eine Zeitschrift nach ihrer Seriosität einstufen, gibt es auch zunehmend sogenannte Predatory Konferenzen und Meetings. Im Vorfeld solcher Konferenzen werden potentielle Teilnehmer massiv um Einreichung von Beiträgen beworben. Des Weiteren werden von den Referenten sehr hohe Teilnehmergebühren verlangt. Nach Zahlungseingang werden diese dann zum Beispiel informiert, dass die geplante Konferenz nur virtuell stattfindet. Auf alle Fälle zeigen Erfahrungswerte, dass diese Konferenzen ihren Zweck nicht erfüllen, da kein fachlicher Austausch möglich ist. Hilfreich ist in diesem Zusammenhang die Plattform Think, Check, Attend. Sie listet Kriterien auf, anhand derer man unseriöse Konferenzen und Meetings erkennen kann.

Predatory Publishing wird als Kritik der Gegner der Open Access Bewegung vor allem Open Access Publikationen zugeschrieben und als problematisch angesehen. Dies liegt vor allem an der Tatsache, dass ein Täuschungsversuch unternommen wird. Daneben ist das oft fehlende oder unzureichende Peer-Review Verfahren zu bemängeln. Denn dadurch können ungeprüfte Ergebnisse veröffentlicht werden, die unter bestimmten Umständen sogar Schaden anrichten können. Dies kann vor allem im medizinischen Bereich problematisch sein. Daneben können durch frei erfundene Herausgeber renommierte Wissenschaftler unverschuldet in die Kritik geraten.¹¹⁶

¹¹⁶ Vgl. Publisso.de, URL:<<https://www.publisso.de/open-access-beraten/faqs/predatory-publishing/>> verfügbar am 25.01.2020 um 21:00 Uhr

7 Empirische Untersuchung

7.1 Vorbereitung und Durchführung

Fragebogenerstellung

Bei der vorliegenden Arbeit wurde im Rahmen des empirischen Teils eine Meinungsumfrage zum Thema Open Access in Form eines Fragebogens durchgeführt.

Der Fragebogen wurde, basierend auf einer sorgfältigen Literaturrecherche, Schritt für Schritt erstellt und auf drei Berufsgruppen (PhD-Student, Post Doc und Habilitation/Professur) zugeschnitten. Mehr Informationen zu den Zielgruppen folgen im nächsten Kapitel. Zu Beginn wurden prägnante Stichwörter zum Thema Open Access erörtert, welche dann zu konkreten Fragestellungen erweitert wurden. In Folge dessen wurde der jeweils passende Antworttypus für die einzelnen Fragen gewählt.

Aufgrund der o.g. Vorgehensweise entstand ein Fragebogen der insgesamt 15 Fragen umfasst, 10 davon als Entscheidungsfrage (ja/nein). Des Weiteren gibt es 2 Fragen in Form von Alternativfragen (zwei Antwortmöglichkeiten Ja/Nein sind gegeben) mit der zusätzlichen Möglichkeit einer weiteren Konkretisierung. Diese Konkretisierungen bzw. offen formulierten Antworten zu den einzelnen Fragen wurden anschließend kategorisiert, um eine Auswertung möglich zu machen. Drei Fragen wurden als Auswahlfrage gestellt (bei der aus einer Anzahl von vorgegebenen Aussagen jene ausgewählt werden, die für die beantwortende Person nach eigenen Empfinden am ehesten zutrifft).

Um noch allfällige Adaptierungen vor Beginn der Aussendung der Fragebögen vorzunehmen, wurde ein Pre-Test mit sechs Personen, welche der Zielgruppe entsprachen, durchgeführt. Durch ihre Rückmeldungen stellte sich heraus, dass einige Fragen modifiziert bzw. ergänzt werden mussten um ein besseres Verständnis zu erzielen.

Dem Fragebogen wurde außerdem eine Einleitung vorangesetzt, die über den Zweck der Befragung informiert und die Teilnehmer auch persönlich anspricht. Die Datenerhebung sollte ausschließlich anonym erfolgen. Um dies zu gewährleisten wurde allen Fragebögen ein vorfrankiertes Kuvert sowie ein Etikett, welches zum Versiegeln des Kuverts diente, beigelegt.

Auswahl der Zielgruppe

Die Umfrage wurde am Landeskrankenhaus - Universitätskliniken Innsbruck sowie der Universität Innsbruck durchgeführt und die Fragebögen an drei Berufsgruppen verteilt, die mit dem Thema Open Access im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeiten in Kontakt treten:

- PhD-Studenten
- Post Docs
- Wissenschaftler mit Habilitation/Professur

PhD-Studenten

Der Clinical PhD ist ein berufsbegleitender Doktoratsstudiengang für Absolventen des Diplomstudienganges Humanmedizin und Zahnmedizin. Er dient der Erlangung der dritten und höchsten Stufe akademischer Grade, die nach Bologna an einer Universität mit einem Studium erworben werden können. Innerhalb des Doktoratsstudienganges gibt es mehrere Programme, die Projekte mit wissenschaftlichen Themenschwerpunkten betreuen. Neben der einjährigen reinen Forschungszeit sollen die klinisch-orientierten Studierenden auch die Möglichkeit haben, einen Teil des Studiums berufsbegleitend zur Facharztausbildung absolvieren zu können. Dies wird vor allem beim Angebot der Formalen Lehre berücksichtigt. Clinical PhD Studierende sind junge Nachwuchsforscher, die dann mit Erlangung des PhD zu eigenständiger klinisch orientierter Forschung befähigt sind.¹¹⁷

Post Docs

Ein Post Doc ist ein Postdoktorand. Mit anderen Worten, der Forscher hat promoviert und führt nun weitere Forschungen auf diesem Gebiet durch. Im Allgemeinen arbeitet ein Post Doc in akademischer Funktion, um den Wissensbestand in seinem Bereich zu erweitern.

Post Doc Stellen sind zeitlich befristete Stellen, die für die Universität neue Entwicklungen in der Wissenschaft sicherstellen und den Mitarbeitern wissenschaftliches Arbeiten auf hohem Niveau sowie eine Spezialisierung in einem Themenbereich ermöglichen.¹¹⁸

¹¹⁷ Vgl. Medizinische Universität Innsbruck, URL:<https://www.i-med.ac.at/clinical_phd/>, verfügbar am 02.05.2020 um 20:00 Uhr

¹¹⁸ Vgl. Universität Innsbruck, URL:<<https://www.uibk.ac.at/universitaet/profile-wiss-personal/post-doc.html>>, verfügbar am 02.05.2020 um 20:30 Uhr

Wissenschaftler mit Habilitation/Professur

Die Habilitation ist die höchstrangige Hochschulprüfung in Österreich mit der im Rahmen eines akademischen Prüfungsverfahrens die Lehrbefähigung in einem wissenschaftlichen Fach festgestellt wird. Zuvor muss eine Habilitationsschrift eingereicht werden und sonstige wissenschaftliche Beiträge publiziert werden. Die Habilitation ist der vorletzte Schritt auf dem Weg zur Professur – der letzte ist die Berufung an eine Uni.¹¹⁹

Ein Professor ist die höchste Stufe des wissenschaftlichen Personals an einer Universität. Er muss von einer Kommission auf einen „Lehrstuhl“ berufen werden.

Die Aufgaben eines Professors gehen weit über die reine Lehre hinaus. Neben der Betreuung des wissenschaftlichen Nachwuchses, warten auch noch Gremientätigkeit und Verwaltungsaufgaben auf den Professor.

¹¹⁹ Vgl. Studium.at, URL:<<https://www.studium.at/uni-abc/habilitation>>, verfügbar am 02.05.2020 um 20:30 Uhr.

Durchführung/Verlauf

Die Meinungsumfrage mit den drei teilnehmenden Gruppen wurde anhand des Fragebogens im Zeitraum von Oktober 2019 bis Mitte Jänner 2020 durchgeführt.

Insgesamt wurden 100 Anfragen an das Landeskrankenhaus - Universitätskliniken Innsbruck bzw. die Universität Innsbruck gestellt. Nach Kontaktaufnahme und positivem Feedback zur Beteiligung wurden die Fragebögen konkret in folgenden Kliniken und Institute übermittelt:

- Institut für Altersforschung
- Institut für Biomedizin
- Institut für Genetische Epidemiologie
- Institut für Hygiene und Medizinische Mikrobiologie
- Institut für Medizinische Statistik und Informatik

- Univ.-Klinik für Anästhesie und Intensivmedizin
- Univ.-Klinik für Augenheilkunde und Optometrie
- Univ.-Klinik für Gynäkologie und Geburtshilfe
- Univ.-Klinik für Innere Medizin II (Schwerpunkte: Infektiologie, Immunologie, Pneumologie und Rheumatologie)
- Univ.-Klinik für Innere Medizin III (Schwerpunkte: Kardiologie und Angiologie)
- Univ.-Klinik für Innere Medizin IV (Schwerpunkte: Nephrologie und Hypertensiologie)
- Univ.-Klinik für Innere Medizin V (Schwerpunkte: Hämatologie und Onkologie)
- Univ.-Klinik für Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie
- Univ.-Klinik für Neurologie
- Univ.-Klinik für Pädiatrie
- Univ.-Klinik für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie
- Univ.-Klinik für Radiologie
- Univ.-Klinik für Visceral-, Transplantations- und Thoraxchirurgie

Aufgeteilt in die Zielgruppe konnten insgesamt 13 Wissenschaftler aus theoretischen Bereichen sowie 67 Ärzte an den oben genannten Kliniken für die Befragung gewonnen werden.

Von den insgesamt hundert versendeten Fragebögen wurden 80 ausgefüllt und mittels des vorfrankierten und versiegelten Kuverts retourniert. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 80%. Dieses Ergebnis zeigt das durchaus gegebene Interesse der Wissenschaftswelt in Innsbruck am Thema Open Access.

7.2 Auswertung

Die Daten wurden mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS (Statistical Package for Social Sciences), Version 22.0 auf deskriptiver Basis ausgewertet.

Deskriptiv wurden die Variablen Häufigkeitszählungen unterzogen, bei der Variable Alter in Jahren wurde die statistischen Kennwerte Median, Modalwert, Mittelwert sowie Minimum und Maximum berechnet. Des Weiteren wurden zu einigen Fragen Kreuztabellen erstellt, aus denen die Antworten - ausgewertet nach den Kategorien Geschlecht, Status und Fachbereich (Theoretiker oder Kliniker) - ersichtlich sind.

Vor der eigentlichen Befragung zum Thema Open Access wurden von den Teilnehmern die soziodemographischen Daten Geschlecht und Alter erhoben sowie der Status der klinischen Karriere anhand des Fragebogens eruiert.

Frage 1a: Geschlecht

Wie zuvor bereits erwähnt, haben insgesamt 80 Personen an der Meinungsumfrage teilgenommen. Der Anteil an männlichen Teilnehmern (58%) überwiegt knapp gegenüber den weiblichen.

Frage 1b: Alter

Statistiken		
Alter		
N	Gültig	80
	Fehlend	0
	Mittelwert	40,74
	Median	37,50
	Modalwert	32 ^a

Tabelle 7: eigene Tabelle: Altersverteilung

Das durchschnittliche Alter der befragten Personen liegt bei 40,7 Jahren bei einem Modalwert von 32 und einem Median von 37,5 Jahren. Das Minimum beträgt 27, das Maximum 78 Jahre.

Frage 1c: Fachbereich

Die teilnehmenden Kliniken und Institute wurden bereits in Kapitel 7.1 übersichtlich dargestellt. Den größten Anteil mit 25 Befragten (31%) stellen die Chirurgen gefolgt von den Nephrologen mit 12 ausgefüllten Fragebogen (15%) dar. Die restlichen Teilnehmer verteilen sich (Anzahl zwischen 1 und 7) etwa gleichermaßen auf die restlichen Kliniken und Institute.

Frage 1d: Status der klinischen Karriere

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Phd-StudentIn	23	28,8	28,8	28,8
	Post Doc	18	22,5	22,5	51,3
	Habilitation/Professur	39	48,8	48,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 8: eigene Tabelle: Status der wissenschaftlichen Karriere

Um die Verteilung des Status der wissenschaftlichen Karriere (PhD-Student, Post Doc, Wissenschaftler mit Habilitation/Professur) zu eruieren, wurden die Teilnehmenden in die zuvor genannten Status eingeteilt. 39 (48,8%) verfügen über eine Habilitation bzw. Professur, 23 (28,8%) befinden sich im PhD-Studium und 18 (22,5%) sind als Post Doc tätig. Somit setzt sich fast die Hälfte der Teilnehmer aus Wissenschaftlern mit Habilitation bzw. Professur zusammen.

Frage 2a: Ist Ihnen Open Access ein Begriff?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	79	98,8	100,0	100,0
Missing	System	1	1,3		
	Total	80	100,0		

Tabelle 9: eigene Tabelle: Bekanntheit Open Access

Mit 98,8% (79 der 80 Befragten) ist bestätigt, dass Open Access in der Wissenschaftswelt mittlerweile angekommen ist. Das liegt nicht zuletzt am großen Zuspruch an der Open Access Bewegung und dem Grundgedanken wissenschaftliche Literatur uneingeschränkt jedem zur Verfügung zu stellen.

Frage 2b: Wenn ja, würden Sie bevorzugt in Open Access Journals publizieren?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	23	28,8	28,8	28,8
	ja	57	71,3	71,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 10: eigene Tabelle: Präferenz für Open Access

Insgesamt 57 der 80 Befragten (71,3%) würden bevorzugt in einem Open Access Journal publizieren. Von den Befürwortern von Open Access wurde vor allem der freie Zugang zu Wissenschaft als Grund für ein Publizieren in Open Access Journals angegeben. Des Weiteren spielt die hohe Zitierbarkeit für die befragten Wissenschaftler eine wichtige Rolle. Nicht zuletzt zählt auch noch die große Erreichbarkeit der Leserschaft zu einem der Vorteile von Open Access.

Die Gegner von Open Access (in diesem Fall 28,8%) bemängeln vor allem die hohen Publikationsgebühren in Open Access Journals und geben dies als Hauptgrund an, nicht Open Access zu publizieren. Des Weiteren wird die immer noch weit verbreitete Meinung, dass diese Art von Journals über eine geringe Wertigkeit verfügen, als Argument gegen Open Access genannt. Ebenfalls erwähnt wurde der niedrige Impact Faktor der Journals in diesem Bereich sowie das oft fehlende Peer-Review Verfahren.

Frage 3a: Erhalten Sie SPAM Mails von wissenschaftlichen Journals (Open Access)?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	8	10,0	10,0	10,0
	ja	72	90,0	90,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 11: eigene Tabelle: SPAM Mails

Der überwiegende Teil (90%) der Befragten erhält SPAM Mails von wissenschaftlichen Journals im Open Access Bereich. Bei der Frage nach der Anzahl der erhaltenen Mails variieren die Antworten sehr stark. Der Großteil der Wissenschaftler

bekommt zwischen fünf und zwanzig SPAM Mails pro Woche, der Durchschnitt liegt bei 20 Mails pro Woche. 3 der 80 Befragten gaben sogar an mehr als 75 dieser Benachrichtigungen im Laufe einer Woche zu erhalten. Dies zeigt ganz deutlich die teils penetrante Art vermeintlicher Predatory Journals.

Frage 3b: Hatten Sie schon jemals das Gefühl, dass die Werbepraktiken der elektronischen Verlage zu fordernd oder eventuell belästigend sind?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	20	25,0	25,0	25,0
	ja	60	75,0	75,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 12: eigene Tabelle: Werbepraktiken

Dreiviertel der Befragten geben an, dass sie sich von den Werbepraktiken der elektronischen Verlage belästigt fühlen bzw. diese als zu fordernd empfinden. Als häufigster Grund wird angegeben, dass es einfach zu viele Mails in kurzem Zeitraum sind und diese einen zusätzlichen Verwaltungsaufwand durch das Lesen bedeuten, welcher sich auf Dauer summiert.

Frage 3c: Wie schätzen Sie die wissenschaftliche Seriosität dieser elektronischen Open Access Journals ein? Findet das Peer-Review Verfahren in ausreichender Weise statt?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	weiß nicht	25	31,3	100,0	100,0
Missing	System	55	68,8		
Total		80	100,0		

Tabelle 13: eigene Tabelle: Seriosität von Open Access Journals

25 der Befragten haben sich nicht zu dieser Frage geäußert. Die restlichen gut 70% halten im Durchschnitt 20% der elektronischen Open Access Journals als seriös. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass die befragten Wissenschaftler davon ausgehen, dass Open Access Journals tendenziell weniger qualitativ sind als traditionelle. 40 Teilnehmer und damit genau die Hälfte gab an, dass ihrer Meinung nach das Peer-Review Verfahren in ausreichender Weise stattfindet.

Frage 3d: Sind Sie der Meinung, dass Open Access Publikationen nicht der gleichen Qualitätskontrolle unterliegen wie traditionelle Publikationen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	38	47,5	47,5	47,5
	ja	29	36,3	36,3	83,8
	weiß nicht	13	16,3	16,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 14: eigene Tabelle: Qualitätskontrolle von Open Access Publikationen

38 von 80 Befragten (47,5%) sind nicht der Meinung, dass bei Open Access Publikationen eine minderwertigere Qualitätskontrolle stattfindet als bei traditionellen Publikationen. Wie in der Arbeit beschrieben verfügen auch die meisten Open Access Zeitschriften über ein Peer-Review Verfahren als Qualitätsmerkmal.

Frage 3e: Ist Ihnen der Begriff des "Predatory Journals" bekannt?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	31	38,8	38,8	38,8
	ja	49	61,3	61,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 15: eigene Tabelle: Predatory Journals

Etwas mehr als 60% der Befragten geben an, dass ihnen der Begriff des Predatory Journals bekannt ist. Dies ist in erster Linie wenig überraschend, da die zuvor genannten SPAM Mails in der Wissenschaft mittlerweile weit verbreitet sind und nicht nur einen Verwaltungsaufwand darstellen.

Frage 4a: Wie viele Aufsätze wurden von Ihnen in den letzten 5 Jahren veröffentlicht? Beinhalten diese Veröffentlichung auch Aufsätze in Open Access Journals?

Im Durchschnitt haben die Wissenschaftler 16-mal publiziert in den letzten 5 Jahren. Vor allem die PhD-Studenten haben zum Großteil noch gar keine Aufsätze veröffentlicht. Die genannte Höchstzahl liegt bei 67 Publikationen in einem Zeitraum von 5 Jahren. 42,5% der Befragten haben angegeben bisher keine Veröffentlichung unter Open Access als Leading Autor gemacht zu haben. Bei den Publikationen als Co Autor sind es sogar 55%.

Frage 4b: Haben Sie im Zeitraum der letzten 5 Jahre für die Veröffentlichung Ihrer Arbeiten Geld bezahlt (sowohl in konventionellen als auch Open Access Journals)?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	38	47,5	47,5	47,5
	ja	42	52,5	52,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 16: Bezahlung für Veröffentlichungen

Die Frage zeigt ein sehr ausgeglichenes Ergebnis. Gut die Hälfte hat bereits für die Veröffentlichung Geld bezahlt. Auffällig ist bei dieser Frage, dass rund 70% der PhD-Studenten noch nie Zahlungen leisten mussten, um zu publizieren. Bei den Post Docs hingegen haben 66,7% bereits dafür gezahlt. Bei den Wissenschaftlern mit Habilitation bzw. Professur haben 59% bereits Mittel aufbringen müssen um Artikel zu veröffentlichen. Die Höhe der Publikationskosten lag bei dreiviertel der Befragten bisher zwischen 500€ und 1.000€.

Frage 4c: Halten Sie es für vertretbar, dass Sie für eine eigene Publikation Geld bezahlen müssen und andere darauf dauerhaft kostenlosen Zugriff erhalten. Falls ja, aus welchen Mitteln?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	26	32,5	32,5	32,5
	ja	54	67,5	67,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 17: eigene Tabelle: Ausgaben für eigene Publikation

Etwa 68% (54 der 80 Befragten) halten es für vertretbar, dass sie für eigene Publikationen Geld bezahlen müssen und gleichzeitig andere darauf kostenlosen Zugriff erhalten. Auch hier spielt sicherlich wieder der Gedanke des freien Wissenschaftszugangs eine zentrale Rolle. Wissenschaftler sind bereit finanzielle Mittel zu investieren, um anderen einen kostenlosen Zugang zu ihren Arbeiten zu ermöglichen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aus eigenen Mitteln	3	3,8	5,6	5,6
	Aus Forschungsgeldern	23	28,8	42,6	48,1
	Aus Institutsgeldern	28	35,0	51,9	100,0
	Total	54	67,5	100,0	
Missing	System	26	32,5		
Total		80	100,0		

Tabelle 18: eigene Tabelle: Wahl der finanziellen Mittel

Bei der Angabe aus welchen Mitteln die Publikationen finanziert werden sollten fällt auf, dass kaum jemand bereit ist das Publizieren aus eigenen Mitteln zu finanzieren (lediglich 3,8%). Ausgeglichen verhält es sich bei der Auswahl zwischen Forschungsgeldern (wie beispielsweise dem FWF) und Institutsgeldern (zum Beispiel der Universität). Rund 30% halten es für sinnvoll, dass die Publikationen aus Forschungsgeldern finanziert werden, 35% sind für die Investition anhand von Institutsgeldern.

Frage 4d: Mussten Sie schon einmal Geld dafür bezahlen, um in den Besitz von notwendiger wissenschaftlicher Literatur zu kommen? Falls ja, geben Sie einen durchschnittlichen Betrag pro Publikation an.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	46	57,5	57,5	57,5
	ja	34	42,5	42,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 19: eigene Tabelle: Beschaffungskosten für notwendige Literatur

Mehr als die Hälfte der Befragten (57,5%) mussten bisher kein Geld dafür bezahlen, um in den Besitz notwendiger wissenschaftlicher Literatur zu kommen. Von den 34 Wissenschaftlern, die bereits Geld dafür bezahlt haben, haben durchschnittlich 26,39 € dafür ausgegeben. Dies ist als vergleichsweise günstig anzusehen. Der genannte Höchstbetrag liegt bei durchschnittlich 500 € pro Publikation.

Frage 5a: Es gibt verschiedene Positionspapiere bzw. Initiativen zum Thema Open Access. Geben Sie an welche dieser sogenannten Open Access Erklärungen Sie kennen. (Mehrfachantworten möglich)

- Berliner Erklärung über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen
- Budapest-Open Access Initiative
- Bethesda Erklärung (Bethesda Statement on Open Access Publishing)
- Open Archives Initiative
- Public Library of Science
- sonstige: _____

Die bekannteste Open Access Erklärung ist laut Auswertung die Berliner Erklärung über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen (27,5% ist diese Erklärung bekannt). Diese Antwort ist aufgrund der Tatsache, dass die Erklärung im europäischen Raum als Grundlage für Definitionen rund um das Thema Open Access dient, wenig verwunderlich. Ebenfalls bekannt ist auch noch die Public Library of Science mit 26,3%. Die anderen aufgeführten Erklärungen sind dem Großteil der Befragten nicht bekannt.

Frage 5b: Wie häufig nutzen Sie Open Access Zeitschriften um sich selbst zu informieren?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sehr häufig	8	10,0	10,0	10,0
	häufig	18	22,5	22,5	32,5
	mäßig	34	42,5	42,5	75,0
	weniger häufig	16	20,0	20,0	95,0
	überhaupt nicht	4	5,0	5,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 20: Open Access als Informationsquelle

42,5% der Befragten greifen mäßig oft auf die Möglichkeiten von Open Access zurück um sich zu informieren. Häufig informieren sich 18 der 80 Wissenschaftler (22,5%) und 4 Personen nutzt Open Access überhaupt nicht als Informationsquelle. Eine Rolle könnte hierbei die immer noch verbreitenden Vorurteile gegenüber Open Access, nämlich die mangelnde Qualität bzw. auch der teils niedrige Impact Faktor, spielen. Bei der Verteilung fällt jedoch auf, dass die Mehrzahl der Teilnehmenden sehr häufig bis mäßig auf Open Access Zeitschriften zurückgreifen.

Frage 5c: Sind Sie der Meinung, dass Open Access den Zugang zu wissenschaftlicher Information erleichtert?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	5	6,3	6,3	6,3
	ja	70	87,5	87,5	93,8
	weiß nicht	5	6,3	6,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 21: eigene Tabelle: Zugang zu wissenschaftlicher Information

Mehr als 85% der Teilnehmenden sind der Meinung, dass Open Access den Zugang zu wissenschaftlicher Information erleichtert.

Dieser Standpunkt wird möglicherweise auch darin gestärkt, dass das Publizieren nach den Regeln von Open Access den Urhebern die Rechte an ihrem geistigen Eigentum garantiert, Publikationswege verkürzt, flexiblen und schnellen Zugang ermöglicht, höhere Sichtbarkeit und damit größere Zitierhäufigkeit bietet, die Einbindung digitaler Dokumente und Objekte ermöglicht und die nachhaltige Archivierung elektronischer Publikationen unterstützt. Open Access verbessert somit die Informationsversorgung von Forschenden und den Wissenschaftstransfer weltweit.

Frage 5d: Sind Sie der Meinung, dass Publikationen, welche kostenlos im Internet zur Verfügung stehen, häufiger zitiert werden?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nein	15	18,8	18,8	18,8
	ja	30	37,5	37,5	56,3
	weiß nicht	35	43,8	43,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Tabelle 22: eigene Tabelle: Häufigkeit der Zitation

30 der 80 Befragten (37,5%) sind der Meinung, dass Open Access Publikationen häufiger zitiert werden als Closed Access Publikationen. Durch den dauerhaften und kostenlosen Zugriff ist eine erhöhte Zitierbarkeit durchaus gegeben. 43,8% haben diese Frage mit 'weiß nicht' beantwortet.

	Männlich	Weiblich	Signifikanz
OA bevorzugen	34/46 (73,9%)	23/34 (67,6%)	P = 0,620
SPAM Mails	41/46 (89,1%)	31/34 (91,2%)	P = 1,000
Werbepraktiken	35/46 (76,1%)	25/34 (73,5%)	P = 0,800
Qualitätskontrolle	17/46 (37,0%)	12/34 (35,3%)	P = 0,656
Predatory Journals	30/46 (65,2%)	19/34 (55,9%)	P = 0,488
Zahlung für Veröffentlichungen	27/46 (58,7%)	15/34 (44,1%)	P = 0,258
Publikationskosten vertretbar	34/46 (73,9%)	20/34 (58,8%)	P = 0,227
Zahlung für benötigte Literatur	23/46 (50%)	11/34 (32,4%)	P = 0,170
Erleichterter Zugang	41/46 (89,1%)	29/34 (85,3%)	P = 0,715
Häufige Zitierbarkeit	18/46 (39,1%)	12/34 (35,3%)	P = 0,642

Tabelle 23: eigene Tabelle: Übersicht Auswertung nach Geschlecht

	PhD-Student	Post Doc	Habilitation/ Professur	Signifikanz
OA bevorzugen	21/23 (91,3%)	10/18 (55,6%)	26/39 (66,7%)	P = 0,029
SPAM Mails	17/23 (73,9%)	18/18 (100%)	37/39 (94,9%)	P = 0,008
Werbepraktiken	14/23 (60,9%)	14/18 (77,8%)	32/39 (82,1%)	P = 0,169
Qualitätskontrolle	7/23 (30,4%)	4/18 (22,2%)	18/39 (46,2%)	P = 0,367
Predatory Journals	13/23 (56,5%)	11/18 (61,1%)	25/39 (64,1%)	P = 0,839
Zahlung für Veröffentlichungen	7/23 (30,4%)	12/18 (66,7%)	23/39 (59,%)	P = 0,037
Publikationskosten vertretbar	18/23 (78,3%)	12/18 (66,7%)	24/39 (61,5%)	P = 0,396
Zahlung für benötigte Literatur	6/23 (26,1%)	8/18 (44,4%)	20/39 (51,3%)	P = 0,150
Erleichterter Zugang	21/23 (91,3%)	17/18 (94,4%)	32/39 (82,1%)	P = 0,212
Häufige Zitierbarkeit	10/23 (43,5%)	8/18 (44,4%)	12/39 (30,8%)	P = 0,036

Tabelle 24: eigene Tabelle: Übersicht Auswertung nach wissenschaftlichem Status

	Theoretiker	Kliniker	Signifikanz
OA bevorzugen	11/13 (84,6%)	46/67 (68,7%)	P = 0,328
SPAM Mails	13/13 (100%)	59/67 (88,1%)	P = 0,341
Werbepraktiken	12/13 (92,3%)	48/67 (71,6%)	P = 0,167
Qualitätskontrolle	5/13 (38,5%)	24/67 (35,8%)	P = 0,693
Predatory Journals	12/13 (92,3%)	37/67 (55,2%)	P = 0,013
Zahlung für Veröffentlichungen	10/13 (76,9%)	32/67 (47,8%)	P = 0,071
Publikationskosten vertretbar	11/13 (84,6%)	43/67 (64,2%)	P = 0,204
Zahlung für benötigte Literatur	5/13 (38,5%)	29/67 (43,3%)	P = 1,000
Erleichterter Zugang	13/13 (100%)	57/67 (85,1%)	P = 0,330
Häufige Zitierbarkeit	4/13 (30,8%)	26/67 (38,8%)	P = 0,476

Tabelle 25: eigene Tabelle: Übersicht Auswertung Fachbereich

8 Fazit

Die vorliegende Arbeit zeigt, dass Marketing auch in der Welt der Wissenschaften mittlerweile eine große Rolle spielt. Die klassischen 4-P's des Marketings sind ummünzbar auf das Produkt der in der Wissenschaft tätigen Personen – die Publikationen.

In Bezug auf das Wettbewerbsumfeld unterscheidet sich das Betätigungsfeld der Wissenschaft also nur minimal von Bereichen der freien Wirtschaft. Personal und Geld stellen umkämpfte Ressourcen dar. Gutes Wissenschaftsmarketing ermöglicht daher die langfristige Sicherung der notwendigen Ressourcen. Marketing und Wissenschaft stehen somit doch in einer gewissen Symbiose. So bietet Wissenschaftsmarketing ein relativ großes Betätigungsfeld. Viel größer, als es eine enge Marktperspektive zunächst vermuten lässt. Des Weiteren ist es als positiv einzustufen, dass Marketing dazu beiträgt, zukünftige Wissenschaftsentwicklungen zu begünstigen, beispielsweise als essentieller Bestandteil eines fortschrittlichen Konzeptes des Wissenschaftsmanagements.

Open Access kann somit zu einem entscheidenden Marketinginstrument werden. Wissenschaftlichen Autoren geht es vor allem um Sichtbarkeit. Verlage, die durch abgetretene Nutzungsrechte die freie Verbreitung von Veröffentlichungen im Internet schwerer oder gar unmöglich machen, haben ein Konfliktpotential hinsichtlich der Wünsche ihrer Autoren und generell mit Forderungen von Open Access. Verlage können sich in der Wissenschaftskultur behaupten, die mittlerweile durch digitalen Informationsaustausch geprägt ist, indem sie ihren Autoren Open Access Optionen offerieren.

Open Access ist somit in der Wissenschaftswelt und in der Wirtschaft angekommen. Der überwiegende Teil der großen Wissenschaftsverlage bietet mittlerweile Open Access Angebote für Wissenschaftler an. Dabei spielt vor allem das hybride Modell eine große Rolle, aber auch reine Open Access Optionen haben an Bedeutung gewonnen. Hinsichtlich der Geschäftsmodelle hat sich vor allem das Authors Pay Modell etabliert.

Gleichzeitig nimmt Open Access den Wissenschaftsverlagen einiges an Macht, da das Recht an der Verbreitung der eigenen Publikation wieder zurück in die Hände der Wissenschaftler gelegt wird, vor allem durch die Creative Commons Lizenzen.

Viel Kritik wird in Bezug auf die Wissenschaftsverlage vor allem aufgrund des sogenannten Double Dipping geäußert. Double Dipping bedeutet, dass in einer Zeitschrift sowohl eine Open Access Veröffentlichungsgebühr enthalten ist, als auch

Kunden eine Abonnementgebühr für denselben Artikel berechnet werden. Um ein doppeltes Bezahlen zu vermeiden, ändern einige Verlage ihre Zeitschriftenpreise

jedes Jahr basierend auf der Anzahl der im vorherigen Kalenderjahr veröffentlichten Open Access Artikel. So wird versucht dieses Argument zu entkräften.

Die Gegner der Praktiken der großen Wissenschaftsverlage lassen auch die Frage aufkommen, warum nicht alle Artikel mittels Open Access, also im besten Fall ohne Gebühren publiziert werden?

Ein Grund ist die Tatsache, dass das Renommee einer Zeitschrift bei den Wissenschaftlern eine wesentliche Rolle spielt. Hoch angesehene Zeitschriften in den verschiedenen Bereichen der Wissenschaft können über Karrieren entscheiden. Und genau dies wird oft bei Open Access Zeitschriften bemängelt – die fehlende oder mangelhafte Qualität. Auch die durchgeführte Befragung hat gezeigt, dass diese Meinung noch immer recht verbreitet ist. Vor allem der niedrige Impact Faktor, der oft den noch jungen Journals geschuldet ist, hält viele Wissenschaftler davon ab in Open Access Zeitschriften zu publizieren.

An dieser Stelle muss jedoch nochmal hinzugefügt werden, dass die Frage nach der Qualität von Open Access Publikationen sich nicht pauschal beantworten lässt. Vor allem bei der Publikationsstrategie des grünen Weges werden teilweise Arbeiten mit höchsten Qualitätsstandards veröffentlicht und auch beim goldenen Weg finden sich Fachzeitschriften mit hoher Qualität.

Dennoch ist zu beachten, dass durch die Verbreitung von Open Access Zeitschriften und der folglich Akzeptanz von Article Processing Charges auch das Risiko gestiegen ist, Opfer von Predatory Journals zu werden. Speziell junge Wissenschaftler mit wenig Publikationserfahrung laufen Gefahr, solchen Fake-Journals aufzusitzen. Der Fragebogen hat gezeigt, dass Spam Mails solcher Journals mittlerweile weit verbreitet sind und fast alle Befragten von diesen betroffen sind.

Die empirische Untersuchung hat außerdem ergeben, dass der Karrierestatus eines Wissenschaftlers nichts über die Kenntnisse von Open Access aussagt. Die Befragten hatten, auch als PhD-Student, Wissen über die Thematik Open Access. Ein weiterer Beweis dafür, dass Open Access im Bereich der Wissenschaften angekommen ist.

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass Open Access auf jeden Fall seine Daseinsberechtigung in der Wissenschaftswelt hat. Die Bewegung bietet viele Vorteile, birgt allerdings auch vereinzelt Gefahren. Nichts desto trotz ist der Grundgedanke von Open Access, also die unentgeltliche Bereitstellung von wissenschaftlicher Information im Internet, als positiv zu betrachten und überwiegt meiner Meinung nach den Nachteilen. Langfristig kann Open Access jedoch nur Erfolg haben, wenn sich Wissenschaftler und Fachgesellschaften für das Modell stark machen.

Literatur

Fachliteratur:

Altmann, Jörn: Starthilfe BWL, B.G. Teubner Stuttgart - Leipzig, 1999

Bauer, Bruno et al.: Austrian Transition to Open Access (AT2OA), erschienen in BIBLIOTHEK – Forschung und Praxis; 42(3), De Gruyter, 2018

Benkenstein, Martin: Entscheidungsorientiertes Marketing: Eine Einführung, Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, 2001

Bruhn, Manfred: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 12. Auflage, Springer Gabler Verlag

Dimitrios, Lianos: Möglichkeiten zur Nutzung des Marketingmix für Non-Profit Organisationen zur effizienteren Spendergenerierung, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH, 2012

Fuchs, Wolfgang, Unger, Fritz: Verkaufsförderung: Konzepte und Instrumente im Marketing-Mix, Wiesbaden, Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, 2003

Goldberg, Alexander: Open Access im Wettbewerbsrecht: Elektronische Produkte von Universitätsverlagen und Privatverlagen im Wettbewerb, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH, 2010

Güldenbergl, Stefan: Wissensmanagement und Wissenscontrolling in lernenden Organisationen: Ein systemtheoretischer Ansatz, Wiesbaden, Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, 1997

Hagenhoff Svenja, Seidenfaden Lutz, Ortelbach Björn, Schumann Matthias: Neue Formen der Wissenschaftskommunikation: Eine Fallstudienuntersuchung, Universitätsverlag Göttingen, 2007

Hans, Dirk: Wissenschaftsmarketing, Oldenburg, Carl von Ossietzky Universitätsverlag, 2014

Hornbostel, Stefan, Knie Andreas, Simon Dagmar: Handbuch Wissenschaftspolitik, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften, 1. Auflage, 2010

Karmasin, Matthias; Ribing, Rainer: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, Wien, 7. Auflage, 2012

Keller, Alice: Finanzierungsmodelle für Open-Access-Zeitschriften, erschienen in BIBLIOTHEK – Forschung und Praxis; 41(1), De Gruyter, 2017

Kleinaltenkamp Michael, Kuß Alfred: Marketing-Einführung: Grundlagen - Überblick - Beispiele, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag

Pastowski Sven: Messung der Dienstleistungsqualität in komplexen Marktstrukturen: Perspektiven für ein Qualitätsmanagement von Hochschulen, Wiesbaden, Deutscher Universitätsverlag, 1. Auflage, 2004

Scheffler, Jochen: Grundlagen des Marketing-Mix und dessen beispielhafte Anwendung in der Unterhaltungsgüterindustrie, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH, 2012

Schmidt, Birgit: Auf dem "goldenen" Weg? Alternative Geschäftsmodelle für Open-Access-Primärpublikationen, erschienen in: Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie (ZfBB) 54, Nr. 4-5, Universitätsverlag Göttingen, 2007

Spiecker, Claus; Schulze, Mathias: Was gestatten deutsche Verlage ihren Autoren? Der deutschsprachige Zugang zu den Open-Access-Informationen der SHERPA/RoMEO-Datenbank. In: Bibliotheksdienst 44 (7), 2010

Wöhe, Günter: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 24. Auflage, Vahlens Handbücher, 2010

URL-Verzeichnis:

Agentur Junges Herz, URL:<<https://www.agentur-jungesherz.de/hr-glossar/wissenstransfer-methoden-beispiele-definition/>>, verfügbar am 08.05.2019 um 18:00 Uhr

Advice Partners, URL:<<https://www.advicepartners.de/unsere-leistungen/wissenschaftskommunikation/wissen/wissenschafts-pr/>>, verfügbar am 10.04.2019 um 16:30 Uhr

Berliner Erklärung, URL:< <https://openaccess.mpg.de/Berliner-Erklaerung>>, verfügbar am 14.11.2019 um 13:30 Uhr

Budapester Open Access Initiative, URL:< <https://www.budapestopenaccessinitiative.org/translations/german-translation>>, verfügbar am 13.11.2019 um 21:15 Uhr

Coachingzonen Wissenschaft, URL:<<https://coachingzonen-wissenschaft.de/visualisieren-in-der-wissenschaft/>>, verfügbar am 29.04.2019 um 18:30 Uhr

Creative Commons.org,
URL:<<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>>, verfügbar am
07.03.2020 um 20:15 Uhr

DCC, URL:<<http://www.dcc.ac.uk/blog/fostering-open-science>>, verfügbar
am 17.11.2019 um 20:30 Uhr

De Gruyter.com, URL:<<https://www.degruyter.com/dg/page/15/der-verlag>>,
verfügbar am 08.03.2020 um 20:00 Uhr

De Gruyter.com, URL:<[https://www.degruyter.com/dg/page/article-
processing-charges](https://www.degruyter.com/dg/page/article-processing-charges)>, verfügbar am 08.03.2020 um 22:00 Uhr

De Gruyter.com, URL:<[https://www.degruyter.com/page/hybrid-open-
access](https://www.degruyter.com/page/hybrid-open-access)>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:30 Uhr

De Gruyter.com, URL:<[https://www.degruyter.com/page/hybrid-open-
access?lang=en](https://www.degruyter.com/page/hybrid-open-access?lang=en)>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:45 Uhr

De Gruyter.com, URL:<[https://www.degruyter.com/dg/page/institutional-
memberships](https://www.degruyter.com/dg/page/institutional-memberships)>, verfügbar am 08.03.2020 um 21:00 Uhr

De Gruyter.com, URL:<[https://www.degruyter.com/dg/page/open-access-
agreements-switzerland](https://www.degruyter.com/dg/page/open-access-agreements-switzerland)>, verfügbar am 08.03.2020 um 21:30 Uhr

De Gruyter.com, URL:<[https://www.degruyter.com/dg/page/576/repository-
policy](https://www.degruyter.com/dg/page/576/repository-policy)>, verfügbar am 08.03.2020 um 22:30 Uhr

Der Standard.at,
URL:<[https://www.derstandard.at/story/1329703169887/teure-wissenschaft-
forscher-boykottieren-fachverlag-elsevier](https://www.derstandard.at/story/1329703169887/teure-wissenschaft-forscher-boykottieren-fachverlag-elsevier)>, verfügbar am 31.03.2020 um
18:30 Uhr

Deutsches Institut für Marketing,
URL:<<https://www.marketinginstitut.biz/blog/marketing-mix/>>, verfügbar am
08.02.2019 um 18:30 Uhr

DOAJ, URL:<<https://doaj.org/about>>, verfügbar am 15.11.2019 um 21:45
Uhr

Elsevier.com, URL:<[https://www.elsevier.com/about/open-science/open-
access](https://www.elsevier.com/about/open-science/open-access)>, verfügbar am 31.03.2020 um 17:00 Uhr

Elsevier.com, URL:<[https://www.elsevier.com/about/open-science/open-
access/supporting-open-access](https://www.elsevier.com/about/open-science/open-access/supporting-open-access)>, verfügbar am 30.03.2020 um 17:15 Uhr

Elsevier.com, URL:<<https://www.elsevier.com/de-de/about/our-business>>, verfügbar am 30.03.2020 um 17:00 Uhr

FWF.ac.at, URL:<<https://www.fwf.ac.at/de/news-presse/news/nachricht/nid/20190904-2430/>>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:00 Uhr

Go: Geschichte online, Wissenschaftliches Arbeiten, URL:<<https://www.univie.ac.at/gonline/htdocs/site/browse.php?a=3942&arttyp=k>>, verfügbar am 10.05.2019 um 17:00 Uhr

Heise.de, URL:<<https://www.heise.de/tp/features/Open-Access-Pay-What-You-Want-3373899.html>>, verfügbar am 16.03.2020 um 20:00 Uhr

Heise.de, URL:<<https://www.heise.de/tp/features/Wissenschaftsjournale-Boycott-Verhandlungen-und-Vorwurf-des-Missbrauchs-der-Marktmacht-3562666.html>>, verfügbar am 31.03.2020 um 19:30 Uhr

Karall, Peter H., Weikert, Aurelia: Das Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten, URL:<<https://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/schreiben/schreiben-2.html>>, verfügbar am 24.02.2019 um 19:35 Uhr

Medizinische Universität Innsbruck, URL:<https://www.imed.ac.at/clinical_phd/>, verfügbar am 02.05.2020 um 20:00 Uhr

Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-fuer-verschiedene-zielgruppen/foerderorganisationen>>, verfügbar am 01.03.2020 um 21:00 Uhr

Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/geschichte-des-open-access>>, verfügbar am 14.11.2019 um 12:30 Uhr

Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/geschaeftsmodelle>>, verfügbar am 17.11.2019 um 22:00 Uhr

Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/gruende-und-vorbehalte>>, verfügbar am 25.01.2020 um 19:00 Uhr

Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/open-access-strategien>>, verfügbar am 17.11.2019 um 19:30 Uhr

Open Access.net, URL:<<https://open-access.net/informationen-zu-open-access/was-bedeutet-open-access>>, verfügbar am 13.11.2019 um 21:30 Uhr

Publisso.de, URL:<<https://www.publisso.de/open-access-beraten/faqs/peer-review/>>, verfügbar am 10.02.2019 um 21:00 Uhr

Publisso.de, URL:<<https://www.publisso.de/open-access-beraten/faqs/predatory-publishing/>> verfügbar am 25.01.2020 um 19:00 Uhr

Rechnungswesen-verstehen.de, URL:<<https://www.rechnungswesen-verstehen.de/bwl-vwl/marketing/ansoff-matrix.php>>, verfügbar am 31.03.2019 um 20:40 Uhr

Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com/en-us/nam/company-information>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:00 Uhr

Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com/en-us/nam/open-access-agreements-at-sage/austria>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:30 Uhr

Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com/en-us/nam/open-access-position-statement>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:15 Uhr

Sage Publishing.com, URL:<<https://us.sagepub.com/en-us/nam/sage-choice>>, verfügbar am 13.03.2020 um 20:15 Uhr

Scoap3.org, URL:<<https://scoap3.org/what-is-scoap3/>>, verfügbar am 03.04.2020 um 17:45 Uhr

Scribbr.de, URL:<<https://www.scribbr.de/methodik/peer-review/>>, verfügbar am 31.03.2019 um 18:30 Uhr

SHERPA/RoMEO, URL:<<http://sherpa.ac.uk/romeo/index.php>>, verfügbar am 16.11.2019 um 20:30 Uhr

Smart Marketing Breaks, URL:<<https://smartmarketingbreaks.eu/was-ist-der-marketing-mix/#kommunikationspolitik>>, verfügbar am 01.04.2019 um 18:15 Uhr

Springer.com, URL:<<https://www.springer.com>>, verfügbar am 08.03.2020 um 20:15 Uhr

Springer.com, URL:<<https://www.springer.com/de/ueber-springer/verlagsgeschichte>>, verfügbar am 04.03.2020 um 21:00 Uhr

Springer.com<<https://www.springer.com/gp/open-access/springer-open-choice>>, verfügbar am 07.03.2010 um 20:15 Uhr

Springer.com ,URL:<<https://www.springer.com/gp/open-access/springer-open-choice/springer-compact>>, verfügbar am 07.03.2020 um 20:30 Uhr

Springer Nature.com, URL:<<https://www.springernature.com/gp/open-research/journals-books/journals>>, verfügbar am 07.03.2020 um 20:00 Uhr

SpringerOpen.com, URL:<<https://www.springeropen.com/about>>, verfügbar am 07.03.2020 um 21:45 Uhr

SpringerOpen.com, URL:<<https://www.springeropen.com/about/what-is-springeropen>>, verfügbar am 07.03.2020 um 21:45 Uhr

Studium.at, URL:<<https://www.studium.at/uni-abc/habilitation>>, verfügbar am 02.05.2020 um 20:30 Uhr

Thieme.com, URL:<<https://open.thieme.com/de/web/19/all-journals>>, verfügbar am 16.03.2020 um 18:45 Uhr

Thieme.com, URL:<<https://open.thieme.com/de/web/19/apcs>>, verfügbar am 16.03.2020 um 18:45 Uhr

Thieme.de, URL:<<https://www.thieme.de/de/thieme-gruppe/unternehmensgeschichte-1148.htm>>, verfügbar am 16.03.2020 um 18:30 Uhr

Thieme.com, URL:<<https://open.thieme.com/de/web/19/authors>>, verfügbar am 16.03.2020 um 19:00 Uhr

Thieme.com, URL:<<https://open.thieme.com/de/web/19/double-dipping>>, verfügbar am 16.03.2020 um 19:05 Uhr

Thieme.de, URL:<<https://www.thieme.de/de/autorenlounge/86412.htm>>, verfügbar am 16.03.2020 um 19:10 Uhr

Universität Heidelberg, URL:<https://archiv.ub.uni-heidelberg.de/artdok/help/oa_def.html>, verfügbar am 03.04.2020 um 17:15 Uhr

Universität Hildesheim, URL:<<https://www.uni-hildesheim.de/bibliothek/suchen-finden/elektronische-ressourcen/directory-of-open-access-journals-doaj/>>, verfügbar am 15.11.2019 um 21:30 Uhr

Universität Innsbruck, URL:<<https://www.uibk.ac.at/universitaet/profile-wiss-personal/post-doc.html>>, verfügbar am 02.05.2020 um 20:30 Uhr

Universität Stuttgart, URL:<<https://oa.uni-stuttgart.de/oa/projekte/oa-p.html>>, verfügbar am 16.11.2019 um 20:00 Uhr

Universität Wien, URL:<<https://openaccess.univie.ac.at/ueber-open-access/>>, verfügbar am 13.11.2019 um 21:30 Uhr

Unternehmer.de, URL:<<https://www.unternehmer.de/marketing-vertrieb/37680-marketing-mix-das-funfte-p>>, verfügbar am 08.02.2019 um 19:00 Uhr

Wiley.com, URL:<<https://authorservices.wiley.com/author-resources/Journal-Authors/open-access/article-publication-charges.html>>, verfügbar am 18.03.2020 um 20:30 Uhr

Wiley-VCH.de, URL:<<https://www.wiley-vch.de/de/ueber-wiley/wiley-weltweit>>, verfügbar am 18.03.2020 um 20:15 Uhr

Wissenschaft im Dialog, URL:<<https://www.wissenschaft-im-dialog.de/blog/blogartikel/beitrag/wir-machen-pr-und-das-ist-auch-gut-so/>>, verfügbar am 29.04.2019 um 19:00 Uhr

Wordpress.com,
URL:<<https://wissenschaftsmarketing.wordpress.com/2015/11/11/was-ist-wissenschaftsmarketing/>>, verfügbar am 19.05.2019 um 20:30 Uhr

Word-
press.com, URL:<<https://wissenschaftsmarketing.wordpress.com/2015/11/11/welche-vorteile-bietet-das-wissenschaftsmarketing/>>, verfügbar am 17.05.2019 um 19:30 Uhr

ZB Med-Blog.de, URL:<<http://zbmedblog.de/pay-what-you-want-autorinnen-und-autoren-legen-die-hoehe-der-publikationsgebuehren-selbst-fest/>>, verfügbar am 16.03.2020 um 20:15 Uhr

Anlage

Teil 1 A-I

Anlagen, Teil 1

OPEN ACCESS ALS GESCHÄFTSMODELL BEI WISSENSCHAFTLICHEN PUBLIKATIONEN

FRAGEBOGEN ZUM THEMA OPEN ACCESS

Sehr geehrte Damen und Herren,

der vorliegende Fragebogen beschäftigt sich mit verschiedenen Aspekten wie Publikationsverhalten oder Kenntnisse rund um das Thema Open Access. Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen nacheinander so aufrichtig und ausführlich wie möglich.

Die Ergebnisse werden ausschließlich anonym zu wissenschaftlichen Zwecken erhoben und ausgewertet. Alle Ihre Angaben in diesem Fragebogen werden streng vertraulich behandelt – der Datenschutz ist gewährleistet.

ANGABEN ZUR PERSON

(1a) Geschlecht: Weiblich Männlich

(1b) Geburtsjahr: _____

(1c) Fachbereich: _____

(1d) 1) PhD-StudentIn 2) Post Doc 3) Habilitation/Professur

WISSENSCHAFTLICHE PUBLIKATIONEN

(2a) Ist Ihnen Open Access ein Begriff?

Ja

Nein

(2b) Wenn ja, würden Sie bevorzugt in Open Access Journals publizieren?

Ja

Wenn ja, warum:

Nein

Wenn nein, warum:

(3a) Erhalten Sie SPAM Mails von wissenschaftlichen Journals (Open Access)? Ja

Wenn ja, wie viele pro Woche: _____

 Nein**(3b) Hatten Sie schon jemals das Gefühl, dass die Werbepraktiken der elektronischen Verlage zu fordernd oder eventuell belästigend sind?** Ja

Wenn ja, warum:

 Nein**(3c) Wie schätzen Sie die wissenschaftliche Seriosität dieser elektronischen Open Access Journals ein? Findet das Peer-Review Verfahren in ausreichender Weise statt?**

Anteil der seriösen elektronischen Open Access Journals (in Prozent): _____%

Anteil mit ausreichendem Peer-Review Verfahren (in Prozent): _____%

 Weiß nicht**(3d) Sind Sie der Meinung, dass Open Access Publikationen nicht der gleichen Qualitätskontrolle unterliegen wie traditionelle Publikationen?** Ja Nein Weiß nicht

(3e) Ist Ihnen der Begriff des „Predatory Journals“ bekannt?

Ja

Nein

(4a) Wie viele Aufsätze wurden von Ihnen in den letzten 5 Jahren veröffentlicht? Beinhalten diese Veröffentlichung auch Aufsätze in Open Access Journals?

als verantwortlicher Autor

als Co-Autor

Zeitschriftenaufsätze gesamt: |__|__|__|

|__|__|__|

Davon in Open Access Zeitschriften: |__|__|__|

|__|__|__|

keine

(4b) Haben Sie im Zeitraum der letzten 5 Jahre für die Veröffentlichung Ihrer Arbeiten Geld bezahlt (sowohl in konventionellen als auch Open Access Journals)?

Ja

Nein

(4c) Halten Sie es für vertretbar, dass Sie für eine eigene Publikation Geld bezahlen müssen und andere darauf dauerhaft kostenlosen Zugriff erhalten. Falls ja, aus welchen Mitteln?

Ja

Falls ja, aus welchen Mitteln:

- Aus eigenen Mitteln
- Aus Forschungsgeldern (z.B. FWF, ÖNB)
- Aus Institutsgeldern (Universität)

Nein

(4d) Mussten Sie schon einmal Geld dafür bezahlen, um in den Besitz von notwendiger wissenschaftlicher Literatur zu kommen? Falls ja, geben Sie einen durchschnittlichen Betrag pro Publikation an.

Ja Betrag: _____ €

OPEN ACCESS

(5a) Es gibt verschiedene Positionspapiere bzw. Initiativen zum Thema Open Access. Geben Sie an welche dieser sogenannten Open Access Erklärungen Sie kennen. (Mehrfachantworten möglich)

- Berliner Erklärung über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen
- Budapest-Open Access Initiative
- Bethesda Erklärung (Bethesda Statement on Open Access Publishing)
- Open Archives Initiative
- Public Library of Science
- sonstige: _____

(5b) Wie häufig nutzen Sie Open Access Zeitschriften um sich selbst zu informieren?

Sehr häufig			überhaupt nicht	
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(5c) Sind Sie der Meinung, dass Open Access den Zugang zu wissenschaftlicher Information erleichtert?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

(5d) Sind Sie der Meinung, dass Publikationen, welche kostenlos im Internet zur Verfügung stehen, häufiger zitiert werden?

Ja

Nein

Weiß nicht

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Tarrenz, den 01.06.2020

Sandra Bergmann, B.A.