

PRESSEINFORMATION

Paradigmenwechsel in der Welt der Fachbücher

Werden Online-Produkte das klassische Fachbuch in Print ablösen?

Köln, Juni 2007 – In der Buchbranche bahnt sich ein Paradigmenwechsel an: Das klassische Fachbuch in Print wird durch das elektronische in einigen Jahren verdrängt oder gar abgelöst sein. Die Gretchenfrage lautet: Gelingt es der Buchhandels- und Verlagsbranche, sich an die rasanten technologischen Entwicklungen anzupassen? Der Kundennutzen wird daher zum Dreh- und Angelpunkt für die Wettbewerbsfähigkeit avancieren. Verlage und Buchhändler buhlen um die besten Ideen.

Alle, die das traditionelle Fachbuch und Loseblattwerk lieben, aber durch Zeit intensives Einsortieren der Fortsetzungen regelmäßig ins Schwitzen geraten, können sich freuen: Die Verlags- und Buchhandelsbranche hat auf die Bedürfnisse der Kunden – speziell im Bereich Recht, Steuern, Wirtschaft – reagiert. Neue partnerschaftliche Geschäftsmodelle für Online-Produkte machen dem klassischen Printmedium und zunehmend der elektronischen Publikation als CD-ROM oder DVD Konkurrenz. Die deutsche Rechtsprechung in Form von Kommentaren, Text- und Entscheidungssammlungen, Arbeitshilfen oder Zeitschriften wird heute als Online-Datenbank dem Kunden täglich überarbeitet zur Verfügung gestellt.

Der eine kommt über so viel Neuerungen ins Staunen, den anderen packt das Grauen. Es taucht die Frage auf, wie lange er sich dem Trend noch verschließen kann.

Das Informations-Medium heute

Führende Fachverlage wie C.H. Beck, Haufe, Lexis Nexis, nwb, Otto Schmidt, Stollfuß, Wolters Kluwer und andere bieten aktuelle Rechtsprechung und Gesetzgebung in allen Rechtsgebieten mittlerweile auch als Scheibe oder Online an. Volltextsuche ist möglich, die Bedienung einfach und selbsterklärend. Innerhalb der Datenbank sind Fundstellen mit zum Thema weiterführenden Texten verlinkt. Per Mausklick kann zwischen verschiedenen Büchern, Verzeichnissen und vielem mehr hin und her gesprungen werden.

Durch ein Abonnement erwirbt der Kunde eine oder mehrere Arbeitsplatzlizenzen. Die Kosten liegen – je nach Umfang der Datenbank – zwischen 10 und 50 Euro im Monat pro User. Die Produktvarianten, die Datenfülle und die Praktikabilität sind enorm, ebenfalls deren Vorteile gegenüber dem Printmedium: Die elektronischen Medien dienen als tägliches Arbeitsmittel der schnellen und sicheren (Rechts)information. Das macht das Arbeiten effizienter, sicherer, aktuell, komfortabel und transparent. Dieser Service kostet, scheint aber angesichts des höheren Kundennutzens gerechtfertigt.

Zum Kunden auf den Schreibtisch

Wo liegt der optimale Nutzen für den Kunden? Verlage und Buchhandlungen buhlen um die besten Ideen. Zum Beispiel kann der Kunde per eProcurement oder durch spezielle Literaturverwaltungsprogramme direkt über den Verlags- oder Buchhandlungsserver seine elektronischen oder Online-Produkte bestellen, verwalten und nutzen. Hierfür erhält der Buchhändler Lizenzen, die er an den Kunden weiterverkauft. Dieser erhält ein Passwort für jedes einzelne Abo-Produkt. Zu jeder Zeit und an jedem Ort, wo es einen Internetanschluss gibt, kann der User darauf zugreifen.

Der Kay Deubner Fachbuchservice aus Köln – spezialisiert auf die Bereiche Recht, Steuern, Wirtschaft – setzt auf einen besonderen Kundenservice: Mit seinem Single-Sign-On-Server „My-Deubner.de“ – einer Art Online-Büro – kann der Kunde sogar mit nur einem Passwort alle seine über Deubner erworbene Online-Literatur verwalten und gleichzeitig nutzen. Für den Kunden bietet dieser Service eine erhebliche Organisationsvereinfachung, Zeitersparnis und Kostenoptimierung. Dank SSL-Verschlüsselung ist das ganze sicher. Mit diesem Service nimmt der Kölner Informationsbroker eine Vorreiterrolle in der Branche ein.

Auf ein ähnliches System – allerdings nur auf ein Verlagsprogramm begrenzt – setzt der nwb-Verlag aus Herne mit „fabilon – die Fachbibliothek“. Mithilfe dieses Tools kann der Buchhändler für seine Kunden Online-Konten einrichten und diese verwalten. Im Juni 2007 gewann nwb gemeinsam mit dem Kay Deubner Fachbuchservice und weiteren Buchhandlungen für diese Projekt-Kooperation den Sonder-Award des Arbeitskreises Elektronisches Publizieren im Börsenverein des Deutschen Buchhandels.

Große Fachverlage und Buchhandlungen bieten eine Fülle an weiteren Dienstleistungen an: beispielsweise durch individualisierbare Business-Portale, die ins Intranet des Kunden eingebunden werden können, kundenspezifische Fachsysteme oder direkte Anbindungen der Online-Datenbanken im Rahmen eines Kooperationsmodells. Buchhandelsketten wie Schweitzer's Sortiment, die Sack-Mediengruppe und andere RWS-Fachdienste arbeiten mit Hochdruck an einem Single-Sign-On-Server. Databasemanagement- und CRM-Systeme werden laufend weiterentwickelt, um aus Kundensicht medienoptimal zu sein.

Endspurt für die RWS Verlags- und Buchhandelsbranche?

Wer heute aktuell, schnell und zuverlässig als Anwalt, Steuerberater oder Unternehmer sein möchte, wird sich dem Paradigmenwechsel vom Print- zum Online-Medium nicht mehr entziehen können. Der amerikanische Trend zur Digitalisierung von Informationen beeinflusst hierzulande die Branche. Das AKEP-Branchenbarometer von 2006 bestätigt die Entwicklung. Die Verlage erwarten einen stetigen Umsatzanstieg bei elektronischen Publikationen und prognostizieren eine Steigerung von heute fünf auf circa 14 Prozent in den nächsten fünf bis zehn Jahren.

Die entscheidende Frage lautet: Wie und wem wird es gelingen, sich an die rasanten technologischen Entwicklungen anzupassen und den Kunden mitzunehmen?

Tatsachen sind: Der Online-Markt in der RWS-Fachbuchbranche wird jetzt aufgeteilt. Das Werk in Printform oder als Scheibe wird durch das Online-Produkt – Datenbank – in wenigen Jahren fast verdrängt sein. Ebenfalls werden nur wenige Anbieter sich mit ihrem Angebot dauerhaft auf dem Markt halten können. Starke Verlagsmarken und großflächig einsetzbare Geschäftsmodelle für elektronische Verlagsinhalte sind gefragt. Gleichzeitig wird sich der Fachbuchhandel als Kooperations- und Vertriebspartner der Verlage zum Informationsbroker entwickeln und beim Kunden zum Servicepartner avancieren müssen. Ihm kommt eine wichtige Stellung zu – seine Aufgaben sind es, beim Kunden Ängste abzubauen und ihn in die Zukunft zu führen. Vor Ort gilt es, praktische Hilfe zu leisten.

Am Ende steht der Erfolgsfaktor Technologie: Er wird über die Zukunftsfähigkeit der funktionalen Produkte entscheiden. Verlage und Buchhändler haben noch viel zu tun.

Zum Unternehmen

Der Kay Deubner Fachbuchservice e.K. in Köln ist 1998 aus einer renommierten Fachbuchhandlung mit den Schwerpunkten Recht, Steuern, Wirtschaft hervorgegangen. Der Name Kay Deubner steht für eine breite Palette an Leistungen und Services rund um die Informationsbeschaffung und das gesamte Medienmanagement. Die Firmenphilosophie basiert auf der persönlichen Partnerschaft von Händler und Kunde. Das mittelständische Unternehmen hat mehrere Tausend feste Kunden.

Autor

Kay Deubner – Inhaber Kay Deubner Fachbuchservice e.K.

Pressekontakt

Anne-Katharina Bultmann M.A.

Vogelsanger Straße 187 – 50825 Köln

Telefon 0221/94 40 30 22 – Fax 0221/94 40 30 70 – Mail: bultmann@deubner.de

Weiterführende Links zum Thema:

www.deubner.de

www.akep.de

www.nwb.de