



Aufgaben und Ziele eines Wissenschaftsverlags

Von David Marc Hoffmann, Mitglied der Verlagsleitung Schwabe

Mit ihrem Engagement sind die renommierten Wissenschaftsverlage seit jeher Partner der akademischen Lehre und Forschung. Das Lektorat, heute zunehmend eine verschwindende, weil aufwendige Institution, bietet mit seiner Qualitätsprüfung, Auswahl und redaktionellen Textarbeit das Kernstück der Publikationsbetreuung.

Klassische Wissenschaftsverlage sind das letzte Glied in der langen Kette der Forschung und Wissensvermittlung. Forschung, die nicht publiziert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird, ist *l'art pour l'art* und verliert ihre öffentliche Legitimation. Im universitären Hörsaal fliesen die Forschungsergebnisse als Lehre nur an einen ausgewählten Kreis von Studierenden, in Publikationen (Zeitschriften oder Büchern) erreichen sie potentiell weltweit den grossen Kreis interessierter Leserinnen und Leser.

Verantwortung für Qualität

Es gibt ganz verschiedene Konzepte von Wissenschaftsverlagen: Manche verstehen sich weitgehend als «Spiegel der akademischen Textproduktion» und nehmen an Universitäten angenommene Arbeiten ohne grosse zusätzliche Prüfung in ihr Programm auf, während andere im Hinblick auf ihr Verlagsprofil dezidiert auswählen oder wie der Schwabe Verlag gar mit einem gutausgebauten akademischen Lektorat aktiv am Qualitätssicherungsprozess

teilnehmen. Nicht jede Dissertation, Habilitationsschrift oder akademische Studie ist gleich unbesehen als Buch zu publizieren. Oft bedarf es einer intensiven inhaltlichen und formalen Auseinandersetzung mit dem Manuskript. Dieses Verlagsengagement steht dem blossen «Ins-Netz-Stellen» eines Textes ohne weitere Prüfung nach definierten Qualitätskriterien diametral entgegen. Doch das unbesehene Aufschalten ins Internet durch universitäre und institutionelle Repositorien findet immer mehr Verbreitung. Im Unterschied dazu bedeuten die von den angesehenen Wissenschaftsverlagen vorgenommene Auswahl und Aufnahme in ein Verlagsprogramm, das sorgfältige Lektorat und die Bewerbung im internationalen Buchmarkt ein verantwortungsvolles Bekenntnis zu den im eigenen Haus erscheinenden Titeln. Dabei spielt es keine Rolle, ob ein Titel in gedruckter Form oder digital als E-Book erscheint, zentral ist für Verlage die Wahrnehmung der intellektuellen und kulturellen Verantwortung im Publikationsprozess. Treffend hält deshalb Dr. Markus Zürcher, der Generalsekretär der Schweizerischen Akademie für Geistes- und Sozialwissenschaften, in einem Statement fest: «Verlage führen nicht nur qualitätssichernde, aufwendige Lektoratsarbeiten durch, sondern stellen in Eigenregie kritische Apparate bereit, sorgen für ein auch der Qualitätssicherung dienendes Layout und pflegen überdies oftmals systematisch Wissensgebiete.»

«Verlage führen nicht nur qualitätssichernde, aufwendige Lektoratsarbeiten durch, sondern stellen in Eigenregie kritische Apparate bereit, sorgen für ein auch der Qualitätssicherung dienendes Layout und pflegen überdies oftmals systematisch Wissensgebiete.»



Realistische Markteinschätzung und attraktive Preispolitik

Ein anderer Aspekt der wissenschaftlichen Verlagstätigkeit ist die Auflagenschätzung und die Positionierung in den Preissegmenten: Wie viele Bücher können zu welchem Preis innerhalb eines bestimmten Zeitraums verkauft werden? Die gesamten Herstellungskosten eines Buches (Lektorat, Layout, Korrekturen, Druck, Papier, Buchbinder, Marketing, Auslieferung) lassen sich über den Verkaufserlös nur decken, wenn je nach Ladenpreis 3000–5000 Bücher verkauft sind. Wissenschaftliche Titel haben aber oft Auflagen von einigen hundert Exemplaren. Mit dem entsprechend bescheidenen Verkaufserlös lässt sich die Herstellung nicht finanzieren. Einige Verlage praktizieren eine Hochpreispolitik und suchen die Herstellung durch sehr hohe Ladenpreise aufzufangen. Damit ist klar, dass das Buch nur noch von ausgewählten Bibliotheken und Instituten angeschafft werden kann. Schwabe geht diesbezüglich einen anderen Weg: Durch Druckkostenzuschüsse von Stiftungen und vom Schweizerischen Nationalfonds sollen die Herstellungskosten zu einem Teil gedeckt werden, was ermöglicht, für die Bücher einen tieferen Ladenpreis anzusetzen. Und das kommt unmittelbar der Buchkäuferin, dem Buchkäufer zugute.

Renommierte Verlage schaffen Vertrauen

«Ein Verlag ist keine bloße Druckerei. Das Manuskript, das man abgibt, darf deshalb auch nicht *tel quel* der Text sein, der dann publiziert wird. Das ist nur in einer Druckerei so. Ein Verlag aber investiert sich in einen Text, bringt sich inhaltlich, stilistisch und formal ein, um die Ideen des Autors noch deutlicher und für das Lesepublikum verständlicher zu machen. Echte Verlage wählen auch aus und stehen mit ihrer Programmauswahl für ein intellektuelles Profil. Und die Verlage investieren in die Herstellung des Buches, d.h. in das Layout, den Druck, die Ausstattung sowie in Marketing, Werbung und Vertrieb. Deshalb traue ich den Publikationen von renommierten Verlagen, denn es steckt Investition und Verkaufsrisiko dahinter.»

Maurizio Ghelardi, Professor an der Scuola Normale Superiore, Pisa