

Adalbert Kirchgäßner

Geschäftsmodelle für elektronische Medien I: Ihre Bestimmungsgrößen

Die Geschäftsmodelle für elektronische Medien basieren derzeit noch weitgehend auf den Geschäftsmodellen für die gedruckten Medien, aus denen die elektronischen Medien entwickelt wurden. Diese Geschäftsmodelle basieren auf Zeitschriftenabonnements, Buchreihen oder Einzelbüchern und der Art, wie die gedruckten Medien gehandelt und genutzt wurden. Die Nutzung der elektronischen Medien unterscheidet sich heute von der Nutzung der gedruckten Medien ebenso wie die Produktionsbedingungen beider Medientypen. Deshalb bilden diese Geschäftsmodelle weder die Nutzung über die Bibliotheken noch die Produktionsbedingungen zutreffend ab. Inzwischen gibt es verschiedene Ansätze, um zu neuen Geschäftsmodellen zu kommen. In diesem Beitrag wird diskutiert, welche Einflussgrößen in diesen neuen Geschäftsmodellen berücksichtigt werden (können) und welche Auswirkungen – Chancen und Risiken – auf die Kostenentwicklung und die Möglichkeiten der Etatsteuerung dies für die Bibliotheken haben kann.

Kurzbiographie

Adalbert Kirchgäßner absolvierte nach dem Studium der Betriebswirtschaft und Mathematik in Mannheim (Abschluss Dr. rer. pol.) sein Bibliotheksreferendariat in Mannheim und Frankfurt. Seit 1983 ist er Erwerbungsleiter und Leiter der Bearbeitungsabteilung an der Bibliothek der Universität Konstanz. Er beschäftigt sich seit Jahren intensiv mit Fragen der Betriebsorganisation, der betrieblichen Steuerung und Finanzierungsproblemen des Literatur- und Informationsmarktes.