

Hildegard Schäffler

Geschäftsmodelle für elektronische Medien II: Neue Ansätze im Praxistest

Ausgehend von der Diskussion über mögliche Einflussgrößen neuer Geschäftsmodelle für elektronische Medien widmet sich der vorliegende Beitrag der Analyse konkreter Praxisbeispiele. Dazu zählen beispielsweise Preismodelle, die in Abkehr vom historischen Umsatzvolumen mit Printzeitschriften Kriterien wie Nutzungszahlen oder die Größe einer Hochschule zugrunde legen. Zu nennen sind auch Modellversuche zur pauschalen Lizenzierung einer Kernmenge von Zeitschriften mit ergänzendem Pay-per-View oder die Integration von Open-Access-Komponenten in kommerzielle Zeitschriftenangebote. Auch anhand der für sich genommen noch relativ neuen E-Book-Modelle lassen sich mögliche Perspektiven in Bezug auf künftige Geschäftsmodelle aufzeigen. Bei dieser Analyse soll unter anderem herausgearbeitet werden, welche Konsequenzen sich aus solchen Entwicklungen für einzelne Einrichtungen ergeben und wie unterschiedlich diese ausfallen können.

Kurzbiographie

Hildegard Schäffler legte nach dem Studium der Anglistik, Geschichte und Erziehungswissenschaften das Staatsexamen für das Lehramt an Gymnasien ab und promovierte anschließend in Englischer Sprachwissenschaft. Referendariat und Anstellungsprüfung für den höheren Dienst an wissenschaftlichen Bibliotheken führten 1998 zur Anstellung an der Bayerischen Staatsbibliothek, wo sie aktuell das Referat Zeitschriften und Elektronische Medien leitet. Zu ihren Aufgaben gehören insbesondere die Verantwortung für Erwerbung und Erschließung von Periodika und lizenzpflichtigen E-Medien auf lokaler Ebene, die Geschäftsstelle des Bayern-Konsortiums, die Verhandlungsführung in Kontext der DFG-geförderten Nationallizenzen und Projektmanagement. Weiters übt sie Vertretungsfunktionen in diversen regionalen und überregionalen Gremien aus, u.a. den Vorsitz in der bayerischen AG E-Books und den stellvertretenden Vorsitz der GASCO.