

# Bericht von der Buchmesse

by: Thomas Severiens, [severiens@mathematik.uos.de](mailto:severiens@mathematik.uos.de)

- Präsentationen und Diskussionen
- Publikum: Fachbesucher, Verlage, Journalisten



Foto: Heinold, Spille & Partner, 2004

Osnabrück, 2005-11-24

- Themen vom Mittwoch, 19.10.
  - Google Print Revealed
  - 80% Einsparung von Werbe- und Marketingkosten durch Cross Media Publishing
  - Intelligente Konvertierung von PDF zu XML
  - Know-How-Transfer zwischen Produktion und Standardisierung
  - Werbemittel – Content Management als Vertriebsunterstützung
  - Deutscher Markt für elektronische Informationsdienste: Die Offensive der Global Player
  - Weblogging – Neue Informationskultur oder Infomüll im Cyberspace?

- Die anschließenden Gespräche zeigten:
  - Standardisierung wird auch von den Verlagen oft wegen des Kostendrucks gemieden und dann nach zwei Jahren wegen des Kostendrucks nachgeholt.
  - Problembewusstsein fehlt noch in den Management-Ebenen der Verlage
  - Besonderes Interesse an Standardisierungen zur Langzeitarchivierung (um möglichst schnell und reibungslos die Daten (an die DDB) loszuwerden).

- Die anschließenden Gespräche zeigten:
  - Viele Verlage würden ein Kompetenz-Zentrum nur nutzen, wenn vertraglich die Vertraulichkeit der Anfragen geregelt ist und dieses von einer garantiert neutralen, möglichst staatlichen (nicht bibliothekarischen (Kunden)) Instanz betrieben wird, und sie es kennen würden.
  - Workflow im Open Access Publishing ist wesentlich standardisierter als im Closed Publishing („Warum standardisieren und damit Geld ausgeben, solange wir auch proprietär Geld verdienen können?“)

- Cashmere war ein guter Anfang, auf dessen Ergebnissen sich jetzt ein permanenter Dienst aufbauen lässt.
- Der vorhandene Know-How-Stand wird ohne Förderung schnell verloren gehen, was die Nachhaltigkeit sehr erschweren dürfte.
- Jetzt wäre es möglich, mit einem Geschäftsmodell einen vorhanden Markt zu erschließen, es bedürfte nur der geforderten „neutralen Instanz“...