

It's the author, stupid!

Erwartungen an und von Autoren im digitalen Zeitalter
Praxis eines wissenschaftlichen Verlages

Ove Kähler

Geschäftsführer, Mohr Siebeck

Jahrestagung IG wissenschaftliche Bibliotheken

Frankfurt, 25. April 2024



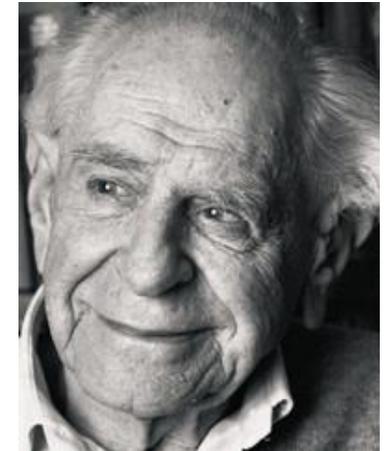
Unser Profil

- Wissenschaftlicher Verlag in Tübingen
- 55 Mitarbeitende
- Gegründet 1801, weiterhin in Familienbesitz
- Hauptfokus auf Jura, Theologie, Philosophie, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
 - ca. 400 Bücher/Jahr, 20 Zeitschriften
 - Deutsch, Englisch
 - Print & Online, auf eigener E-Library sowie über Aggregatoren



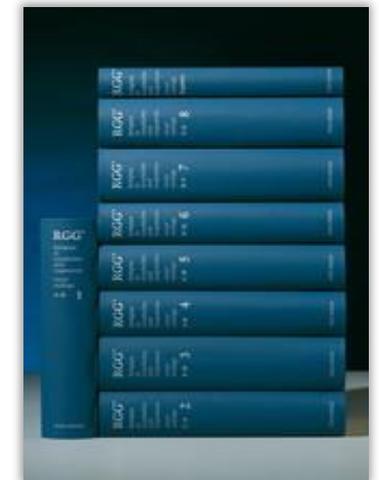
Unser Profil

- Wissenschaftlicher Verlag in Tübingen
- 55 Mitarbeitende
- Gegründet 1801, weiterhin in Familienbesitz
- Hauptfokus auf Jura, Theologie, Philosophie, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
 - ca. 400 Bücher/Jahr, 20 Zeitschriften
 - Deutsch, Englisch
 - Print & Online, auf eigener E-Library sowie über Aggregatoren



Unser Profil

- Wissenschaftlicher Verlag in Tübingen
- 55 Mitarbeitende
- Gegründet 1801, weiterhin in Familienbesitz
- Hauptfokus auf Jura, Theologie, Philosophie, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
 - ca. 400 Bücher/Jahr, 20 Zeitschriften
 - Deutsch, Englisch
 - Print & Online, auf eigener E-Library sowie über Aggregatoren



Unsere Zielgruppen

Wiss. Bibliothekare

Wissenschaftsförderer

Wissenschaftler



Unsere Zielgruppen

Wiss. Bibliothekare

Wissenschaftsförderer

Wissenschaftler



Unsere Herausforderung? Alles ändert sich!



Format

Print

→ Online



Förderung

Bezahlen f. Lesen

→ Bezahlen f.
Publizieren



Verlag

Programm

→ Plattform



Wissenschaftler

Autor

→ Zulieferer

Alles ändert sich! Und wir?

**Be yourself!
Because
everyone else
is already taken**



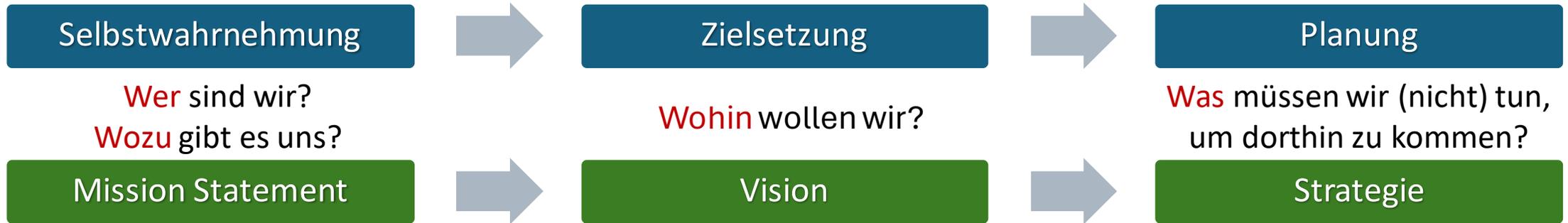
Alles ändert sich! Und wir?

**Was müssen
wir ändern,
um bleiben
zu können,
wer wir sind?**



Ein Strategieprozess muss her...

Strategie – wie sind wir vorgegangen



*Wir sind ein **Leuchtturm für Exzellenz** in ausgewählten Geistes- und Sozialwissenschaften.*

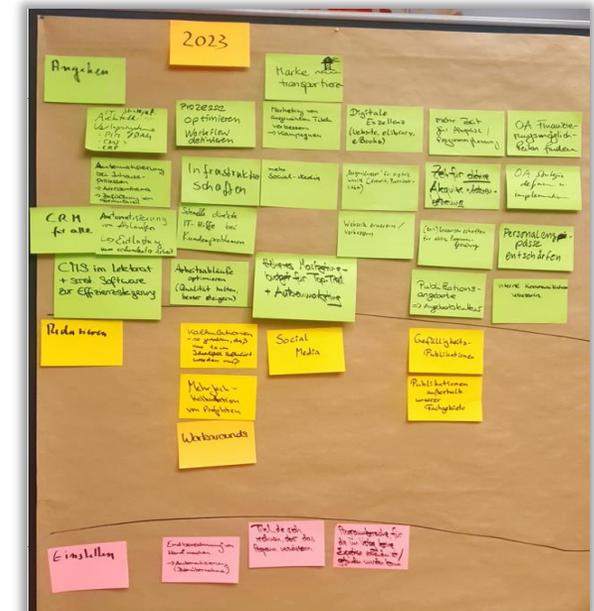
*Wir bieten unseren **Autorinnen & Autoren** Strahlkraft und Begleitung auf ihrem akademischen Weg, indem wir exzellente Publikationsplattformen bereitstellen und mit persönlichem Service glänzen.*

*Wir bieten unseren **Leserinnen & Lesern** Orientierung im Meer wissenschaftlicher Publikationen, indem wir exzellente Forschung filtern, optimal aufbereiten und weltweit sichtbar machen.*

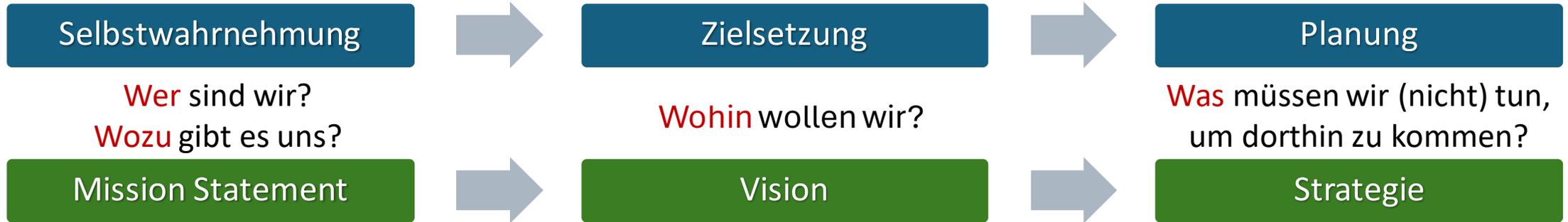
*Um unserer Mission im heutigen Marktumfeld und auch in Zukunft nachkommen zu können, wollen wir uns neben dem Tagesgeschäft auf **zwei wichtige übergeordnete Ziele** fokussieren:*

Operative Exzellenz erreichen und bieten.

Junge Top-Autorinnen und Top-Autoren finden und binden.



Strategie – wie sind wir vorgegangen



*Wir sind ein **Leuchtturm** für **Exzellenz** in ausgewählten Geistes- und Sozialwissenschaften.*

*Wir bieten unseren **Autorinnen & Autoren** Strahlkraft und Begleitung auf ihrem akademischen Weg, indem wir exzellente Publikationsplattformen bereitstellen und mit persönlichem Service glänzen.*

*Wir bieten unseren **Leserinnen & Lesern** Orientierung im Meer wissenschaftlicher Publikationen, indem wir exzellente Forschung filtern, optimal aufbereiten und weltweit sichtbar machen.*

*Um unserer Mission im heutigen Marktumfeld und auch in Zukunft nachkommen zu können, wollen wir uns neben dem Tagesgeschäft auf **zwei wichtige übergeordnete Ziele** fokussieren:*

Operative Exzellenz erreichen und bieten.

Junge Top-Autorinnen und Top-Autoren finden und binden.

Was	Wer	Wann	Warum
1. Grundlagen			
1.1 Geschäftsleitung & Rechnungswesen			
1.1.2-P	Projektleit., Personal		
1.1.2-Q	Zielvorgabe/Steuerung		
1.1.2-R	Kalkulation und Zahlungsabw.		
1.2 Personal & Aktivitäten			
1.2.1-1	Mitarbeiter		
1.2.2-1	Abw. / Wartung & Kundenservice		
1.3 IT & Büroinfrastruktur			
1.3.1	IT (alle)		
1.3.4	Frankfurt & Arbeitsplätze		
2. Wirtschaftlichkeitskriterien			
2.1 Programmeinstellung			
2.1.1	Programmeinstell. (alle)		
2.1.3-U	Programmeinst. USA		
2.1.4	Miscellaneous & Spezialtitel		
2.2 Preis/Print			
2.2.1-G	Governance (Publ. und Druck, Preis, Vertrieb, etc.)		
2.2.2-D	Subskriptions System (Geldströme)		
3.00 Projekte an Kunde			
3.2.3 Infrastruktur, Print, Druck und Lieferkette			
3.2.3.1	Asset, Versand (Druck)		



Strategie - zehn Themenblöcke

Betriebliche Grundlagen

1. Geschäftsleitung & Rechnungswesen
2. Personal & Abteilungen
3. Büro-IT & Gebäude

Verlegerische Wertschöpfungskette

Von Idee zu Druckvorlage

1. Programmentwicklung
2. Preprint

Von Produkt zu Kunde

3. Infrastrukturen Print: Druck & Lieferkette
4. Infrastrukturen Online: Auffindbarkeit & Plattformen
5. Werbeformate & Branding
6. Verkauf & Auftragsabwicklung

Übergreifend

7. Data Management



Danke!

Ove Kähler

kaehler@mohrsiebeck.com