

ist: gemeint ist die soziale Komponente. Die Tatsache also, daß sich „Gleichgesinnte“ treffen, sich austauschen und sich gegenseitig zu bestärken versuchen.

Was ist in diesem Rahmen für die Zukunft noch zu leisten? Nun, zuallererst muß der Kreis noch größer werden, auch auf die Gefahr hin, daß für bestimmte Anliegen und Themen eine Unterteilung erfolgen wird. Es ist daran gedacht auch Interessierte aufzunehmen, die erst mit dem Gedanken an eine Promotion spielen, und für die die „Alteingesessenen“ eine Beratungsfunktion ausüben könnten. Darüber hinaus sollte noch verstärkter auf inhaltliche Schwerpunkte Wert gelegt werden, dergestalt, daß z.B. die Teilnehmer/innen einen Wissenschaftsüberblick über ihre Disziplin geben, neue Forschungsrichtungen und Ergebnisse skizzieren oder einen Einblicke in die entsprechende Wissenschaftsgeschichte gewähren. Neben der Erweiterung des Grundwissens über Wissenschaftlichkeit im allgemeinen und über Sportwissenschaft im speziellen, könnten sich daraus weitere gemeinsame Themen und Linien ergeben. Zugegeben, das klingt nicht nur nach Arbeit, es ist

auch Arbeit. Doch wie heißt es so treffend bei Dürrenmatt: „Was einmal gedacht worden ist, kann nicht mehr zurückgenommen werden.“

Ein Letztes zum Abschluß: Es ist uns ebenso wichtig, mit dieser Initiative womöglich einen Anstoß für Interessierte an anderen Hochschulen zu geben, ähnliches zu versuchen. Wir sind davon überzeugt, daß auch Promovierende an kleineren sportwissenschaftlichen Einrichtungen davon profitieren werden. Schon ein Dreierteam kann Schwierigkeiten angehen, beseitigen und für den/die Einzelne/n große Unterstützung bedeuten. Der DSHS-Kreis könnte sich darüberhinaus sehr gut einen Austausch mit anderen Gesprächskreisen vorstellen, so daß hiermit gleichfalls ein Appell zur Kontaktaufnahme formuliert sei.

Peter FREI
Deutsche Sporthochschule Köln
Pädagogisches Seminar
Carl-Diem-Weg 6
50933 Köln

FREDERIK BORKENHAGEN

Zwischen Copy-Shop und Verlag – Zur Veröffentlichung von Dissertationen in der Sportwissenschaft

1 Was sagt die Promotionsordnung? – Erste Schritte zu einer Veröffentlichung

Das wichtigste und zugleich unwichtigste „Instrument“, mit dem sich eine jede Doktorandin und ein jeder Doktorand¹ im Laufe des Qualifikationsprozesses beschäftigt, ist die Promotionsordnung. Meist wird sie nur an zwei Stellen des gesamten Promotionsvorhabens wichtig: zu Beginn, wenn die Zulassungsvoraussetzungen noch einmal geprüft werden und man sich einen Eindruck von den Formalia des später auf einen zukommenden Verfahrens vertraut machen will, und gegen Ende, wenn es darum geht, die Bestellung der Gutachter ordnungsgemäß einzuleiten und für evtl. „Hürden“ auf der Zielgerade gewappnet zu sein. Spätestens dann kommt auch der Passus in den Blick, der – wenn auch in unterschiedlichen Formen – in jeder Promotionsordnung zu finden ist:

der Abschnitt zur Veröffentlichung der Dissertation.

Mit der Pflicht zur Publikation soll sichergestellt werden, daß die aus selbständiger Forschung erbrachten Erkenntnisse zum Fortschritt der Wissenschaft einer breiten Öffentlichkeit zugänglich und somit auch für die Gesellschaft verwertbar gemacht werden. Doch gerade diese Publikationspflicht, an die i.d.R. auch die offizielle Führung des Dokortitels gebunden ist, bereitet vielen Doktoranden Schwierigkeiten, da damit – noch bevor der Titel in „klingende Münze“ umgesetzt werden kann² – eine größere finanzielle Anstrengung verbunden ist. Außerdem ist Publikation nicht gleich Publikation: Promotionsordnungen sehen i.d.R. nicht explizit nur *eine* bestimmte Veröffentlichungsart vor, mit der man seiner Pflicht

1 Im weiteren Textverlauf werde ich – aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit – auf die gleichzeitige Nennung der weiblichen und männlichen Form verzichten. Gemeint sind in allen Fällen immer Frauen und Männer.

2 Die Promotion ist nicht nur „Eingangsvoraussetzung“ für die (weitere) akademische Laufbahn, die bei der Besoldungsstufe C 4 endet, sondern auch außerhalb der Hochschulen (z.B. in der Wirtschaft) ein wesentlicher Faktor bei der Festlegung von Einstiegsgehältern: Diese liegen bei Promovierten bis zu ca. 20% höher (Hamburger Abendblatt vom 06.01.1996).

nachkommen kann. Meist werden drei Varianten genannt: (1.) die Abgabe von bis zu 150 *Pflichtexemplaren*, von denen der Großteil an die örtliche Universitätsbibliothek (UB) weitergeht, die diese im Tauschverfahren gegen Dissertationen mit anderen UBs in Deutschland verteilt, (2.) die Abgabe einer geringeren Zahl von Exemplaren (meist 5-10), wenn die Arbeit in einem *Verlag* erscheint und (3.) die Veröffentlichung auf *Microfiche*. Die genauen Vorgaben sollte jeder in seiner örtlichen Promotionsordnung nachlesen.

Nun muß man sich entscheiden: Setzt man auf die Varianten Pflichtexemplare und Microfiche als (vermeintlich) kostengünstige Lösung, entscheidet man sich vielleicht unwissentlich gegen eine weite Verbreitung der eigenen Gedanken – vielleicht ist dieses in manchen Fällen sogar gewollt. Strebt man eine Verlagsveröffentlichung an, geht man das Risiko ein, in eine „Karriere“ zu investieren, die vielleicht noch lange – oder im schlimmsten Fall für immer – auf sich warten läßt. Eine Veröffentlichung in einem renommierten Verlag ist kein Freibrief für eine (lukrative) Stelle im Hochschulbereich. Man muß sich also im klaren sein, *was* und auch *wen* man erreichen will (vgl. dazu auch die Ausführungen von NITSCH 1994)³.

Mit diesem Beitrag soll denjenigen, die vor einer solchen Entscheidung stehen, eine kleine Orientierungshilfe gegeben werden. Dabei wird zunächst auf die Vor- und Nachteile einer Verlagsveröffentlichung (in Buchform) gegenüber der Variante „Pflichtexemplare“ eingegangen (Abschnitt 2). Die Variante „Microfiche“ wird nicht näher betrachtet, da sie in der Sportwissenschaft (im Gegensatz zu anderen Disziplinen) eine untergeordnete Rolle spielt und darüber hinaus für den alltäglichen Gebrauch unpraktikabel ist. Anschließend wird versucht, einen kurzen Überblick über die Profile von sportwissenschaftlichen Fachverlagen zu geben, die für etwaige Verlagsveröffentlichungen in Frage kommen könnten (3), bevor auf zwei zentrale Aspekte bei Publikationen im Verlagsbereich eingegangen wird: die Kosten (4) und der Zeitraum (5), in dem das Buch herausgebracht werden kann.

Die nachstehend gemachten Aussagen beruhen im wesentlichen auf Auskünften, die anhand einer schriftlichen Befragung von 20 Verlagen im Dezember 1995 erhoben wurden (Rücklauf: n = 16; vgl. die Tab. 1) und zusätzlichem, zur Verfügung gestellten bzw. vorliegendem Informationsmaterial. Dabei ist zu berücksichtigen, daß nicht beachtet ist, „reine Zahlen“ o.ä. zu vergleichen.

Dieses wäre einerseits aufgrund der unterschiedlichen Verlagsprofile nicht aussagekräftig, andererseits werden bestimmte Informationen von Verlagen nur an potentielle Autoren gegeben. Bei Interesse sollten daher Anfragen direkt an die jeweiligen Verlage gerichtet werden.

2 Kopieren oder Verlegen? – Vor- und Nachteile von Verlagsveröffentlichungen

Ein wesentlicher Aspekt in der Entscheidungsfindung, ob die eigene Arbeit in einem Verlag erscheinen soll oder nicht, sind die damit verbundenen Kosten. Da ohne eine Kostenbeteiligung (oder -übernahme) des Autors eine Verlagsveröffentlichung nur in seltenen Fällen möglich sein wird (siehe 4), müssen an dieser Stelle viele Autoren ihren „Traum“ vom „richtigen Buch“ oft mangels Finanzierungsmöglichkeiten begraben. Die Alternative, in einem einfachen Vervielfältigungsverfahren in „Copy-Shops“ die erforderliche Anzahl von Exemplaren herzustellen, ist gegenüber einer Publikation in einem Fachverlag meist um einiges günstiger und erzielt den gleichen „Effekt“: man ist seiner Publikationspflicht nachgekommen. Doch: Ist der „Effekt“ wirklich derselbe?

Verlage verneinen diese Frage nachdrücklich – allerdings nicht nur aus Eigennutz: Autoren, die sich für eine Verlagsveröffentlichung entscheiden, können davon ausgehen, daß ihr „Werk“ über einen längeren Zeitraum (d.h. fünf Jahre und länger) „am Markt“ verfügbar ist, in den einschlägigen Buchhandelsverzeichnissen registriert und nachgewiesen ist und in den Verlagsmedien (Verlagsprogramm o.ä.) bzw. in Anzeigen beworben wird. Der dahinter verborgene Aufwand – z.B. für Lagerhaltung, Versand, Buchhandelpräsenz, Werbemaßnahmen usw. – belastet den Autoren nicht weiter, allerdings hat er auch kaum Einfluß darauf, wie der Verlag dieses gestaltet. Diejenigen, die ihre selbstproduzierten Werke eigenständig „unter die Leute bringen“ wollen, müßten – wenn sie richtig kalkulieren – vergleichbare Kosten auch für sich ansetzen, wobei dann evtl. schon der etwaige finanzielle Vorteil der Copy-Shop-Herstellung aufgezehrt wird. Außerdem bleibt Autoren, die nicht gleich den Schritt zur Gründung eines Eigenverlages machen wollen, der Weg in die Welt des Buchhandels – ISBN-Zuteilung durch die Deutsche Bibliothek, Eintrag in das Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB) der Buchhändler-Vereinigung etc. – versperrt. Wer meint, daß diese Formalia unerheblich sind, mag bei speziellen Fachpublikationen, die so gut wie nie über den Buchhandel bezogen werden, vordergründig betrachtet sogar Recht haben – der Nachteil, daß man mit seiner Arbeit nicht „gefunden“ wird, wenn doch einmal über diese Wege recherchiert wird (z.B. aus dem Ausland), bleibt be-

3 NITSCH, J.R.: Wege aus dem Elfenbeinturm: Veröffentlichung. In: NITSCH, J.R. u.a.: Der rote Faden. Eine Einführung in die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Köln 1994, 259-287

stehen. So könnte der für die Wissenschaft geleistete Beitrag unbemerkt bleiben.

Nicht unerheblich ist in diesem Zusammenhang auch das „Image“ des Verlages, für den man sich entscheidet, sowie das Renommée der Reihe, in der das Buch letztlich erscheint. Ist ein Verlag bzw. eine Reihe im Markt bekannt, werden die dort erscheinenden Publikationen i.d.R. eher und evtl. wohlwollender rezipiert als bei einem unbekanntem Verlag.

Hinzu kommen noch zwei weitere Aspekte, die mehr für als gegen eine Verlagsveröffentlichung sprechen. Zum einen behandeln professionelle Fachverlage die ihnen zur Publikation angebotenen Arbeiten nicht nur als reine „Druckaufträge“, sondern beraten mit ihrem Sachverstand, insbesondere im Hinblick auf gestalterische Elemente, die Autoren bei der Vorlagenerstellung. Häufig unterstützen sie auch tatkräftig mit ihren technischen Möglichkeiten – schließlich ist die Publikation nicht nur allein „Aushängeschild“ des Autors. Zum anderen übernehmen die Verlage i.d.R. die Verteilung von Besprechungsexemplaren an Fachzeitschriften und andere Stellen, die der Autor dem Verlag benennt. Diese Aktivitäten – Expertenrat und Multiplikatorenwerbung – müßte der Autor – wie bereits oben erwähnt – selbst initiieren und finanzieren, wenn er ohne Verlag eigenständig tätig wird.

Ein häufig genanntes Argument gegen Verlagsveröffentlichungen ist die Tatsache, daß mit der Publikation im Namen des Verlages dieser das „Copyright“ am publizierten Werk hält. Dieses wird

meistens auch in entsprechenden schriftlichen Vereinbarungen zwischen Autor und Verlag (sog. Autoren- oder Verlagsvertrag – je nach Sichtweise) festgehalten. Hintergrund dieser Abtretung des Copyright ist, daß der Verlag gegenüber Dritten (= anderen Verlagen) seine Position stärken will, sollten diese sich ein „Sahnestück“ aus seinem Gesamtprogramm herausnehmen wollen, um ihrerseits ein Geschäft zu machen. Um von Verlagsseite gegen solche „Trittbrettfahrer“ auch juristisch etwas unternehmen zu können, was der Autor allein meist gar nicht tun würde, muß der Autor seine Rechte dem Verlag abtreten.

Anders liegt der Fall, wenn der Autor selbst sein „geistiges Eigentum“ weiterhin auswerten und publizieren will. Dieses ist grundsätzlich weiterhin möglich – in einem anderen Verlag jedoch nicht in der Publikationsform, wie sie beim Verlag, der das Copyright hält, gewählt wurde; es sei denn, letzterer gibt seine Zustimmung. Konkret: Der Autor wird seinen Text in veränderter (z.B. gekürzter) Form einer Zeitschrift zur Publikation anbieten können, ohne die Verlagsvereinbarung zu verletzen. Dieses gilt i.d.R. auch für Veröffentlichungen in Sammelbänden, die genauso wie Zeitschriftenbeiträge mit der Buchveröffentlichung in keiner Konkurrenz stehen. Einfacher hat man es als Autor, wenn man immer seinen Verlag konsultiert, um eine Freigabe für die Weiterverwertung bestimmter Textpassagen einzuholen. Die einzige Auflage des Verlages dafür ist meistens, in einer Fußnote o.ä. auf die Buchveröffentlichung hinzuweisen und ein Belegexemplar beizubringen.

Tab. 1: Sportwissenschaftliche Fachverlage (Ansprechpartner = Antwortgeber auf Befragung vom Dezember 1995)

Verlag	Anschrift	PLZ	Ort	Ansprechpartner	Telefon	Fax
Academia Verlag	Postfach 1663	53734	St. Augustin	Frau Kolb	02241/341315	02241/341528
Afra Verlag	Rockenberger Str. 10	35510	Butzbach	Herr Jung	06033/68287	06033/68287
BLV Verlag	Postfach 40 03 20	80703	München	Herr Kemmler	089/12705-450	089/12705-354
bps Verlag	Psychologisches Institut	50927	Köln	Herr Prof. Dr. Nitsch	0221/4982-550	0221/4995235
Czwalina Verlag	Postfach 73 02 40	22122	Hamburg	Herr Wegner	040/679430-0	040/679430-30
Verlag Harri Deutsch	Gräfstr. 47 / 51	60486	Frankfurt	Herr Deutsch	069/775021	069/7073739
Verlag Karl Hofmann	Postfach 13 60	73603	Schorndorf	Herr T. Hecht	07181/402-0	07181/402-111
LIT Verlag	Dieckstr. 73	48145	Münster	Herr Dr. Hopf	0251/235091	0251/231972
Limpert Verlag	Luisenplatz 2	65185	Wiesbaden	Herr Baier	0611/39397-15	0611/304569
Meyer & Meyer Verlag	Von-Coels-Str. 39	52080	Aachen	Frau Croé	0241/556033	0241/558281
Philippka Verlag	Postfach 65 40	48034	Münster	Herr Böwing	0251/23005-61	0251/23005-99
Rowohlt Verlag	Hamburger Str. 17	21465	Reinbek	Herr Gottwald	040/7272-1	040/7272-319
SFT-Verlag	Untermühle 2	63526	Erlensee	Frau Starischka	06183/2410	06183/2410
Sport und Buch Strauß GmbH	Postfach 46 02 58	50841	Köln	Herr Strauß	0221/9472165	0221/9472166
Sport und Gesundheit Verlag	Charlottenstr. 13	10969	Berlin	Herr Ludwig	030/2591-3549	030/2591-3533
Verlag Wolfgang Weinmann	Beckerstr. 7	12157	Berlin	Herr Dr. Weinmann	030/8554895	030/8559464

Tab. 2: Interesse an der verlegerischen Betreuung von Dissertationen

Verlag	Interesse	besonderer Publikationsort für Dissertationen
Academia Verlag	ja	Reihe „Academia Hochschulschriften Sportwissenschaft“ (bisher 1 Band)
Afra Verlag	ja	Reihe „Afra Akademische Schriften“ (bisher ca. 10 Bände)
BLV Verlag	nein	–
bps Verlag	ja	keine gesonderte Schriftenreihe
Czwalina Verlag	ja	Reihe „Sportwissenschaftliche Dissertationen und Habilitationen“ (bisher 38 Bände)
Verlag Harri Deutsch	ja	Reihe „Beiträge zur Sportwissenschaft“ (bisher 25 Bände)
Verlag Karl Hofmann	ja	keine gesonderte Schriftenreihe
LIT Verlag	ja	keine gesonderte Schriftenreihe
Limpert Verlag	ja	sog. „Blaue Reihe“
Meyer & Meyer Verlag	ja	Reihe „Sportforum“ (bisher 5 Bände)
Philippka Verlag	nein	–
Rowohlt Verlag	nein	–
SFT-Verlag	ja	Reihe „Sportwissenschaften und Trainingspraxis“ (bisher 10 Bände)
Sport und Buch Strauß GmbH	ja	Reihe „Sportwiss. Arbeiten aus dem Bereich Medizin und Naturwissenschaft“ (bisher 1 Band); weitere Reihe in Planung
Sport und Gesundheit Verlag	nein	–
Verlag Wolfgang Weinmann	nein	–

Tab. 3: Formale und inhaltliche Voraussetzungen/Einschränkungen der Verlagsveröffentlichung (– : keine Angabe)

Verlag	Bedingungen (formal)	Bedingungen (inhaltlich)
Academia Verlag	Note im oberen Bereich	nicht zu spezielles Thema; möglichst fächerübergreifende Arbeit
Afra Verlag	Begutachtung durch Lektorat	keine, aber Schwerpunkte in den Bereichen Sportpädagogik, Sozialarbeit
bps Verlag	Prädikat mind. „magna cum laude“	Bereich Psychologie/Sportpsychologie, Bewegungsforschung
Czwalina Verlag	Begutachtung durch Herausgeber	keine, aber Schwerpunkt im Bereich Sportspielforschung
Verlag Harri Deutsch	Begutachtung durch Herausgeber	keine
Verlag Karl Hofmann	Begutachtung durch Herausgeber von Schriftenreihen oder andere Personen	allgemeines Interesse für Entwicklung der Sportwissenschaft; alle Theoriefelder der Sportwissenschaft; Praxisbezug muß gegeben sein
LIT Verlag	–	vorzugsweise Bereich Sozialwissenschaften und Geschichte
Limpert Verlag	gute Note wünschenswert	bevorzugt Arbeiten mit Praxisbezug
Meyer & Meyer Verlag	Begutachtung durch Herausgeber	keine
SFT-Verlag	Begutachtung durch Herausgeber	Bereich Trainingswissenschaft und -praxis
Sport und Buch Strauß	Begutachtung durch Herausgeber	keine

Ist aufgrund der genannten Aspekte die Entscheidung grundsätzlich für eine Verlagsveröffentlichung gefallen, steht die Frage der Auswahl des „richtigen“ Verlages für die eigene Arbeit an. Da sich die am deutschen Buchmarkt präsenten Fachverlage im Bereich Sportwissenschaft in verschiedener Hinsicht unterscheiden, soll im nächsten Abschnitt ein kurzer Überblick zu den verschiedenen Verlagsprofilen gegeben werden.

3 Hierhin oder dorthin? – Profile sportwissenschaftlicher Fachverlage

Die nachstehend aufgeführten tabellarischen Übersichten sollen eine erste Orientierung zu den im Markt befindlichen sportwissenschaftlichen Fachverlagen ermöglichen. Die Angaben wurden aus einer schriftlichen Befragung im Dezember 1995 gewonnen. In Tab. 1 sind nur die Verlage aufgeführt, die ein Antwortschreiben geschickt haben (16 von 20 Befragten)⁴. Die Verlage wurden gebeten, anzugeben, ob Sie an der verlegerischen Betreuung von Dissertationen interessiert

sind, ob es einen besonderen „Publikationsort“ im Verlagsprogramm, z.B. eine Schriftenreihe, gibt, in die Dissertationen bevorzugt aufgenommen werden. Die Antworten zeigt Tab. 2.

Bei vier Verlagen, die sich insbesondere der Sportpraxis verschrieben haben, sind Veröffentlichungsanfragen eher ohne Aussicht auf Erfolg, die anderen halten i.d.R. meist eine gesonderte Schriftenreihe für die „schwerverdauliche“ Textsorte Dissertation vor – einige Verlage auch schon seit längerer Zeit. Es ist aber auch oft möglich, die Arbeit außerhalb einer solchen Reihe im Verlagsprogramm unterzubringen, worauf einige Verlage in ihren Antworten hinwiesen.

Je theorielastiger und spezieller ein Promotions-thema ist, desto geringer stehen bei vielen Verlagen die Chancen auf Annahme zur Veröffentlichung; allgemeine und praxisrelevante (= besser

⁴ Nicht geantwortet haben: Kallmeyersche Verlagsbuchhandlung (Seelze), Verlag Stephanie Naglschmid (Stuttgart), Pohl Verlag (Celle) und Shaker Verlag (Aachen).

absetzbare) Themen sind gewünscht. Ausnahmen bilden durchaus die Verlage, die entsprechende „Dissertationsreihen“ haben; hier finden meist auch „Exoten“ ihren Platz. Über Annahme oder Ablehnung entscheiden bei den meisten Verlagen die Herausgeber der Reihen, in denen die Werke dann erscheinen sollen. Kriterien sind dabei in erster Linie inhaltlicher Art, wie z.B. die Einpassung in das Verlagsprogramm, gelegentlich aber formaler Natur, wie die Bewertung der Arbeit durch die Gutachter der Universität. In Tab. 3 sind nur noch die Verlage aufgeführt, die Angaben, an einer verlegerischen Betreuung von Dissertationen interessiert zu sein (vgl. auch Tab. 2). Alle Ausführungen in den folgenden Abschnitten sind auf diese 11 Verlage beschränkt.

4 „Karriereinvestition“ oder „Halsabschneiderei“? – Zu den Publikationskosten

Eine zentrale Frage, die sich spätestens dann stellt, wenn die Arbeit kurz vor dem Abschluß steht, ist die nach den Kosten, die bei der Veröffentlichung in einem Verlag auf den Autor zukommen können. Hierzu von Verlagen allgemeingültige Auskünfte zu bekommen, ist nicht so leicht: Bei telefonischen Anfragen – diese stellen wahrscheinlich die häufigsten Erstkontakte dar – halten sich die Verlage meist bedeckt – aus mehreren Gründen. Einerseits wird jeder Verleger das „Projekt“ zunächst prüfen wollen, um abschätzen zu können, ob es inhaltlich in sein Programm paßt (s.o.) und ob es sich – einfach gesagt – verkaufen läßt⁵. Andererseits gibt es immer noch Möglichkeiten oder Notwendigkeiten, die „Konditionen“ dem jeweiligen Einzelfall exakt anzupassen. Deshalb wurden Fragen nach Publikationskosten bei der durchgeführten schriftlichen Befragung zur Beantwortung freigestellt und auch nur wenige Verlage antworteten mit konkreten Zahlen. Diese werden jedoch nachfolgend – aus Gründen der fehlenden Vergleichbarkeit zwischen allen Konkurrenten – nicht genannt; vielmehr sollen die unterschiedlichen Modelle der Finanzierung und Re-Finanzierung aufgezeigt werden.

Zeigt also ein Verlag grundsätzliches Interesse an der Übernahme der Veröffentlichung, so sind in einem nächsten Schritt weitere Details der Publikation zu klären, die sich aus bestimmten „Ausstattungsmerkmalen“ und anderen Eckwerten ergeben. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, daß die Textsorte „Dissertation“ (wie bereits oben

angedeutet) für viele Verlage kein attraktives, weil schwer zu vermarktendes Programmelement ist: Dissertationen erreichen häufig hohe Seitenzahlen bei geringen Auflagen, damit oft einen höheren Verkaufspreis und richten sich fast ausschließlich an ein zahlenmäßig begrenztes, fachspezifisch interessiertes Publikum. Daher ist es bei (fast) allen Verlagen üblich, daß der Autor sich an den Druck- und Herstellungskosten beteiligt⁶, damit das Projekt realisiert werden kann. Dieses geschieht jedoch in unterschiedlichen Größenordnungen und mit differierenden Bezugsgrößen.

Ausschlaggebend ist i.d.R. die Seitenzahl des herzustellenden Buches. Viele Verlage verlangen eine Kostenbeteiligung des Autors auf der Grundlage eines „Preises pro (Druck-)Seite“, einige Verlage auch „Pauschalpreise“ bezogen auf bestimmte Seitenzahlbereiche (z.B. bis 200 Seiten DM x, ab 200 Seiten DM > x). Letzteres könnte sich z.B. für den Autor dann ungünstig auswirken, wenn seine Arbeit genau 210 Seiten hat – da heißt es dann „Kürzen oder Zahlen!“. Unabhängig von diesen Rechenmodellen sollte jeder potentielle Autor davon ausgehen, das eine 200 Seiten umfassende Arbeit i.d.R. kaum unter 1.500 DM, wohl eher für 3.000 DM produziert werden kann. Der „nackte Preis“ sollte aber genauer – hinsichtlich der darin eingeschlossenen „Leistungsmerkmale“ – unter die Lupe genommen werden. Werden bei einem Verlag vielleicht mit diesem Betrag sämtliche Kosten in Druck- und Herstellung finanziert, bietet evtl. ein anderer Verlag dieselben Konditionen, allerdings noch zzgl. Mehrwertsteuer an. Bei einem dritten Verlag fallen dann wieder Zusatzkosten für bestimmte Arbeiten an. Gängig ist, daß z.B. Fotografien, die noch reprototechnisch bearbeitet werden müssen, zusätzlich berechnet werden (20 bis 50 DM pro Foto, je nach Aufwand). Hier ist also ein genauer Vergleich vorzunehmen.

Auch sollte man prüfen, ob einem die „Standardausstattung“ der angestrebten Verlagspublikation hinsichtlich Einband (i.d.R. kartoniert), Farbgestaltung auf dem Umschlag (meist einfarbig schwarz), Gestaltung der Buchrückseite (unterschiedlich: unbedruckt, mit Verlagswerbung oder Angaben zum Buch und Autor) sowie verwen-

5 Dazu werden meist Inhaltsverzeichnis, Einleitung und/oder Zusammenfassung (sowie evtl. andere ausgewählte Abschnitte des Buches) einer näheren Prüfung unterzogen. Es empfiehlt sich daher, die erstgenannten Seiten bei schriftlichen Anfragen an Verlage beizulegen. Das komplette Manuskript sollte erst auf Anforderung eingesandt werden.

6 Eine für den Autor kostenlose Buchproduktion seiner Dissertation ist nur in seltenen Einzelfällen zu erwarten und ist fraglos themenabhängig. Wenn ein Thema sich über den Kreis der Sportwissenschaft hinaus, z.B. unter Sportlehrern an Schulen, verkaufen läßt, ist vielleicht ein Verlag eher dazu bereit, etwas „auf eigene Rechnung zu machen“. Außerdem wird es dazu nötig sein, den Text „umzubauen“, um ihn für ein breites Publikum lesbar zu machen. So kann aber u.U. aus einer Dissertation ein ganz anderes Buch werden. Hier muß geprüft werden, ob so noch die Auflagen der Hochschule bei der Veröffentlichung erfüllt werden.

detem Papier im Innenteil gefällt oder ob man an der einen oder anderen Stelle eine Veränderung erreichen kann, ohne zusätzliche Kosten übernehmen zu müssen. Soll die Veröffentlichung in einer „Dissertations-Schriftenreihe“ erscheinen, können wohl nur die Wünsche eines Autors (auch gegen Bezahlung) berücksichtigt werden, die das Gesamtbild der Reihe nicht beeinflussen. Außerdem wird sich ein Verlag scheuen, einen größeren Aufwand zu betreiben (z.B. Mehrfarbendruck o.ä.), wenn sich dieses nicht rentiert – bei Dissertationen vermutlich eben nur in den seltensten Fällen.

Interessant ist natürlich die Zahl der Exemplare, die nach dem Druck dem Autor zur Verfügung stehen. Auch hier gibt es ganz unterschiedliche Modelle: Bei allen Verlagen einheitlich ist, daß die nach Promotionsordnung einzureichenden Belegexemplare (i.d.R. 5-10 Stück) dem Autor zur Verfügung gestellt werden – sei es kostenlos oder als Teil einer größeren Menge, die der Autor aufgrund seiner Druckkostenbeteiligung erhält. Die Regelung „Druckkostenzuschuß = x Bücher für den Autor“, also quasi der Kauf eines Teils der Druckauflage, ist bei einigen Verlagen üblich und für viele Autoren die einzige Möglichkeit, einen Teil der Investition durch Weiterverkauf (z.B. in Lehrveranstaltungen, Fortbildungen o.ä.) wieder zurückzuholen. Für andere Autoren, die ihre Bücher nicht über diese Kanäle absetzen können, mag es interessanter sein, nur einige wenige Exemplare („für den persönlichen Gebrauch“) zu erhalten und per Honorierung an den später durch den Verlag verkauften Büchern zu „verdienen“. Üblich sind Beteiligungen auf der Grundlage der Ladenpreise (= Verkaufspreise im Buchhandel; meist davon 5 bis 15% pro verkauftem Exemplar) oder auf der Grundlage der Verkaufserlöse, die durch den Vorabzug von Buchhandelsrabatten und Umsatzsteuern deutlich geringer sind als der Ladenpreis. Sollten Autoren zu einem späteren Zeitpunkt Interesse haben, weitere Exemplare ihrer Arbeit zu erwerben, so gewähren die Verlage bei solchen Nachkäufen meist einen Rabatt (i.d.R. 25 bis 30% auf den Ladenpreis). Auch kann es sein, daß – nach Ablauf einer bestimmten Frist – dem Autor Bücher, die sich nicht haben absetzen lassen, vom Verlag zu einem reduzierten Kaufpreis angeboten werden.

Autoren haben oft das Interesse, daß ihr Buch zu einem möglichst niedrigen Preis verkauft wird, damit die Absatzchancen steigen. Diese „Gleichung“ geht jedoch nicht ganz auf: Ein Fachbuch wird i.d.R. nicht deswegen gekauft, weil es besonders günstig ist, sondern weil der Inhalt besonders interessant oder wichtig bzw. die Aufbereitung und/oder das Layout ansprechend ist. Da eine Dissertation nicht auf den „Massenmarkt“ zielt,

sind auch „Kampfpreise“ nicht zweckmäßig. Der günstigste Ladenpreis einer (aktuellen) Dissertation, der aus den Angaben der befragten Verlage zu entnehmen war, betrug DM 27,50, der höchste DM 48.--. Die Festlegung des Ladenverkaufspreises obliegt grundsätzlich dem Verlag, der auch immer sein bestehendes Preisgefüge berücksichtigen wird und „Ausreißer“ (in die eine oder andere Richtung) vermeiden will. Außerdem ist der Buchhandel – ein wichtiger Partner der Verlage – an niedrigen Preisen nicht zwangsläufig interessiert, da er mit einem höheren Buchpreis auch höhere eigene Handelsspanne erzielt. Natürlich kann ein höherer Ladenpreis auch einem Autoren, der mit dem Verlag eine entsprechende Honorarvereinbarung getroffen hat (s.o.), zugute kommen.

Nicht unerwähnt bleiben soll die Möglichkeit, über bestimmte Kanäle Zuschüsse („Druckkostenbeihilfen“) zu beschaffen. Da wären zum einen allgemeine Förderinstanzen wie Stiftungen, Universitätsgesellschaften, die DFG u.a. zu nennen. Außerdem gibt es gelegentlich die Möglichkeit, Wirtschaftsunternehmen für das „Sponsoring“ einer Publikation zu gewinnen, wenn z.B. Produkte des Unternehmens im Rahmen der Forschungsarbeit eingesetzt wurden. Meist schaltet das Unternehmen Anzeigen im Buch oder erwirbt einen Teil der Auflage zu Werbezwecken. Auch können z.B. in Wettbewerben ausgezeichnete Arbeiten über den Träger der Ausschreibung oft kostenneutral publiziert werden (wie z.B. im „Carl-Diem-Wettbewerb“ des DSB). Gerade für Nachwuchswissenschaftler besteht über den „Verein zur Förderung des Wissenschaftlichen Nachwuchses e.V.“, der mit der dvs-Kommission „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ kooperiert, die Chance, Zuschüsse zu einer Veröffentlichung in der Schriftenreihe des Vereins („Beiträge zur Sportwissenschaft“), zu erhalten⁷.

Eine andere Art Zuschuß ist die Vergütung der „Verwertungsgesellschaft Wort“ (VG Wort)⁸, die jeder Autor, der mit der Gesellschaft einen (kostenlosen) Abtretungsvertrag geschlossen hat, auf Antrag für wissenschaftliche Veröffentlichungen (jeglicher Art) erhalten kann. Die VG Wort finanziert sich u.a. aus Abgaben, die Betreiber von Fotokopiergeräten in Bibliotheken entrichten müssen, in denen ja ggf. das eigene Buch kopiert werden kann, ohne daß der Autor etwas – in finanzieller Hinsicht – davon hat. 1995 wurde von der VG Wort pro Buch ein Betrag von (immerhin) 650 DM ausgeschüttet (sog. „Autorenquote“).

7 Nähere Auskünfte dazu gibt der Vorsitzende des Vereins: Dr. Achim CONZELMANN, Universität Tübingen, Institut für Sportwissenschaft, Wilhelmstr. 124, 72074 Tübingen.

8 VG Wort, Goethestraße 49, 80336 München, Tel.: (089) 514120, Fax: (089) 5141258.

5 Geht's nicht schneller? – Zeitlicher Ablauf einer Veröffentlichung

Ein wesentlicher Aspekt bei der Verlagsveröffentlichung ist der des zeitlichen Ablaufs der Buchproduktion⁹. Hier sind bei einigen Verlagen große Unterschiede festzustellen, die sich aus verschiedenen Zusammenhängen heraus erklären lassen.

Zum einen spielt es eine Rolle, wie schnell sich Autor und Verlag einig werden. Gehen „Leseproben“ häufig hin und her oder müssen immer wieder einzelne Details geklärt werden, so können bereits Verzögerungen eintreten, bevor es überhaupt richtig losgegangen ist. Auch kann von Bedeutung sein, ob der Verlag seinen Sitz „vor der eigenen Haustür“ hat, oder ob man sich für einen Betrieb mehrere hundert Kilometer entfernt entschieden hat. Trotz der modernen Kommunikationswege (deren Nutzung aber natürlich auch immer mehr kostet, je weiter der Partner entfernt ist) kann es manchmal notwendig sein, kurzfristig und/oder persönlich Sachen vor Ort besprechen zu müssen.

Zum anderen ist der Herstellungsprozeß entscheidend. Wird vom Autor eine „einwandfreie“ Druckvorlage (nach Maßgaben des Verlages) als Ausdruck oder als Datei vorgelegt, die im Original übernommen werden kann, können die Arbeiten für Verfilmung und/oder Montage sowie Druck und Verarbeitung in relativ kurzer Zeit – bei freien Kapazitäten – abgewickelt werden. Zu kalkulieren wären bei optimalen Bedingungen und zügiger Abwicklung dafür jedoch mindestens vier Wochen; i.d.R. liegen sechs bis acht Wochen zwischen Eingang der Druckvorlage und Auslieferung des ersten Buches. In dieser Zeit müssen auch sämtliche Formalia (Titelmeldungen, Klärung von Copyright-Fragen bei der Übernahme von fremden Grafiken etc.) erledigt werden – häufig „Bremser“ im angestrebten zügigen Produktionsprozeß. Auch kosten Zusatzarbeiten, wie die Übernahme von (vielen) Fotografien mehr Zeit.

Kann die Druckvorlage nicht direkt übernommen werden, z.B. wenn nur ein Rohtext vorliegt, der dann noch im Verlag durch Lektorat und Setzerei bearbeitet werden muß, so verlängert sich dieser Zeitraum entsprechend. Hier sind üblicherweise mehrere Monate anzusetzen, in denen die entsprechenden Korrekturen zwischen Verlag und Autor abgestimmt werden müssen.

Außerdem können sich noch bestimmte „infrastrukturell“ bedingte Zeitprobleme ergeben: Hat ein Verlag eine eigene Druckerei und Buchbindelei im Haus, so kann er zeitliche Abläufe besser überwachen und koordinieren; er ist nicht von Zu-

lieferern abhängig, die auch andere Kunden, ggf. mit anderen Prioritäten bedienen. Hier können Laufzeiten entstehen, die drei- bis viermal so lang sind wie bei Hausdruckereien. Auch sollten immer bestimmte „Arbeitsbelastungs-Hochs“ (wie z.B. die Zeit vor den Buchmessen oder vor Weihnachten) und „-Tiefs“ (wie typische Urlaubszeiten im Sommer u.ä.) einkalkuliert werden, an denen sich immer Zeitverschiebungen im Produktionsprozeß ergeben können.

6 ... und zum Schluß ein „richtiges“ Buch!

Abschließend sei noch einmal festgehalten: Eine Verlagsveröffentlichung der Dissertation muß wohl überlegt sein. Für diejenigen, die eine Wissenschaftslaufbahn anstreben, ist sie jedoch erste Wahl. Die zunächst große Investition „amortisiert“ sich im Laufe der Zeit mit Sicherheit. Diejenigen, die mehr Wert auf den Titel legen – evtl. um außerhalb der Wissenschaft ihre Karriere zu machen – können evtl. auch auf eine Verlagspublikation verzichten. Dennoch sei auch diesen zu empfehlen, zumindest das eine oder andere Angebot eines Verlages einzuholen, und im Zweifelsfalle auch der Verlagslösung Vorrang einzuräumen. Zu vermeiden ist in jedem Falle die „Doppellösung“: Erst die Produktion von Pflichtexemplaren im Copy-Shop (damit z.B. der „Dr.“-Titel geführt werden kann) und anschließend eine Verlagspublikation. Kaum ein Verlag wird sich darauf einlassen, da so schon potentielle Kunden bedient wurden. Außerdem muß der Autor natürlich doppelt bezahlen: erst im Copy-Shop und dann beim Verlag!

Die Auswahl des für die eigene Arbeit am besten geeigneten Verlages sollte mit Bedacht getroffen werden. Verlagsprogramme und Kollegen, die bereits Erfahrung mit dem einen oder anderen Verleger gemacht haben, sollten konsultiert werden, um sich wohlbegründet entscheiden zu können. Die Kontaktaufnahme mit dem/den betreffenden Verlag/en sollte parallel erfolgen.

In den konkreten Verhandlungen kann man folgendes Prinzip immer im Hinterkopf behalten: *Je einfacher, desto günstiger*. Ist das Thema der Arbeit einfach, d.h. spricht es ein breites Publikum an, so kommt einem der Verlag vielleicht in den Konditionen entgegen; ist die Ausstattung des Buches einfach (d.h. Standard), kommen keine Zusatzkosten auf den Autor zu; ist die Druckvorlage des Autors im Verlag „einfach“ weiterzubearbeiten, so dauert es nicht lange, bis man endlich ein „richtiges“ Buch in der Hand hat!

Frederik BORKENHAGEN
dvs-Geschäftsstelle
Postfach 73 02 29
22122 Hamburg

⁹ vgl. auch die Ausführungen von NITSCH (1994) zum „Veröffentlichungsprozeß“ (270-274).