



Copernicus Publications

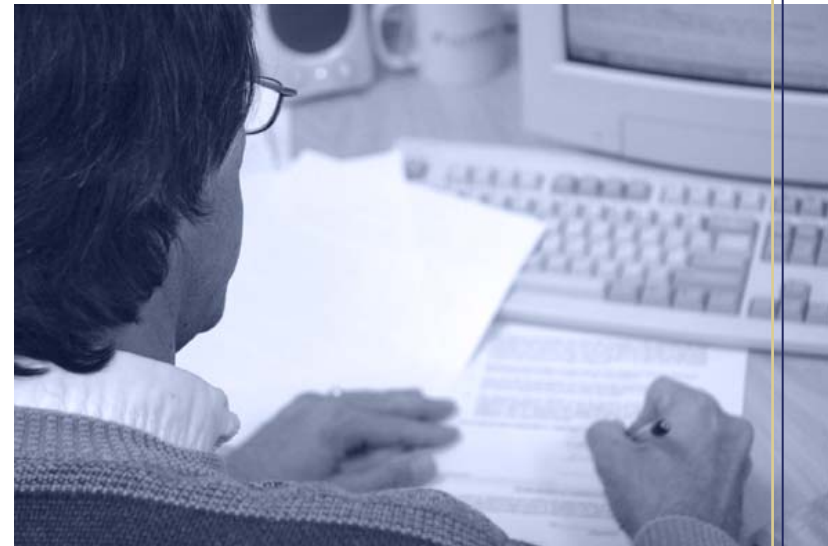
The Innovative Open Access Publisher

Open Access Publishing

Public Peer-Review

Two-Stage Publication Process

Worldwide Archiving + Indexing



Marketing für Open Access

Inhalte und Zeitschriften

Martin Rasmussen | Open Access Tage 2011

04.10.2011 | Universität Regensburg

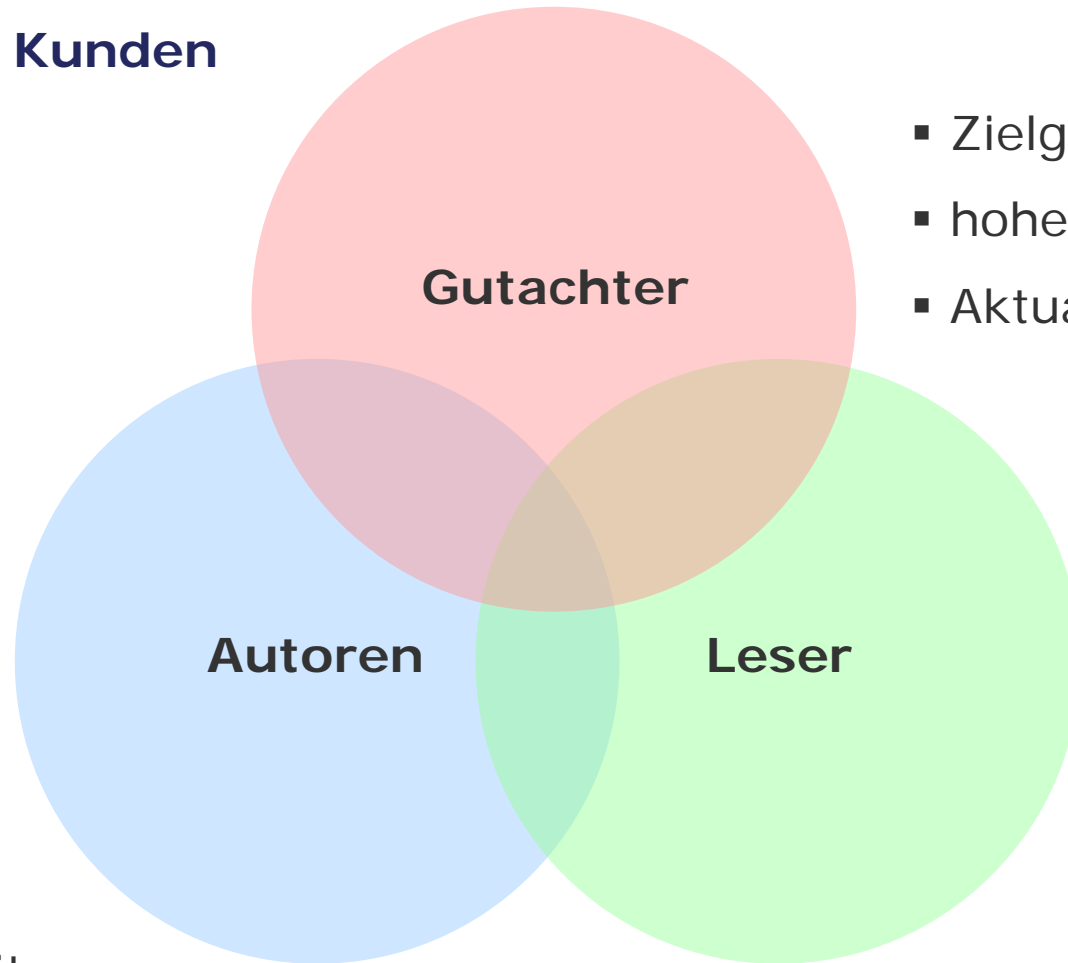
Inhalt

- Begriffsklärung Marketing
- Unser Kunde – Wer ist das eigentlich?
- Unsere Strategien – Was tun wir für unseren Kunden?
- Volle Kraft voraus – Ein OA Journal geht an den Start

Begriffsklärung Marketing

Marktgerechte, ganzheitliche Unternehmensführung
zur Befriedigung der **Bedürfnisse und Erwartungen**
der **Kunden** und anderer **Interessengruppen**.

Unsere Kunden



- Zielgerichtet
- hohe Qualität
- Aktualität

- Reputation
- Verbreitung
- Schnelligkeit
- Bezahlbarkeit

- Reputation
- Zugang
- Mehrwerte
- Aktualität

Unsere **Strategien**

Reputation (Autor/Leser)

- **Qualitätssicherung**
 - Internationales Editorial Board, etablierte Wissenschaftler
 - Passgenaue Review Kriterien
 - Transparenz
- **Akzeptanz in der Community**
 - Fachgesellschaften einbeziehen
 - Regeln für die Arbeit der Gutachter
 - Feedback
- **„Das Maß aller Dinge“**
 - Thomsons Reuters SCIE/IF
 - Scopus SNIP/SJR

Zugang und Verbreitung (Leser/Autor)

- Open Access als Basis
- LOCKSS – Portico, CLOCKSS, J-Gate, Repositorien
- Datenbanken – WoS, Scopus, CAS, CSA, thematische DB
- RSS Feeds und Alert Service
- XML Push – OAI Harvesting

Mehrwerte (Leser/Autor)

- Zitatexport nach RIS/BibTeX
- Referenzen-Verlinkung
- Daten-Verlinkung von/zum Daten-Repository
- Cited-by (CrossRef, Scopus, ISI)
- Article Level Metric (ALM)

Aktualität (Leser/Gutachter)

- Thematische Ausrichtung anpassen
- Editoren auf neue Themen setzen
- Akquisition von Special Issues
- Fachgesellschaften
- Synergien: Tagungen und Publikationen

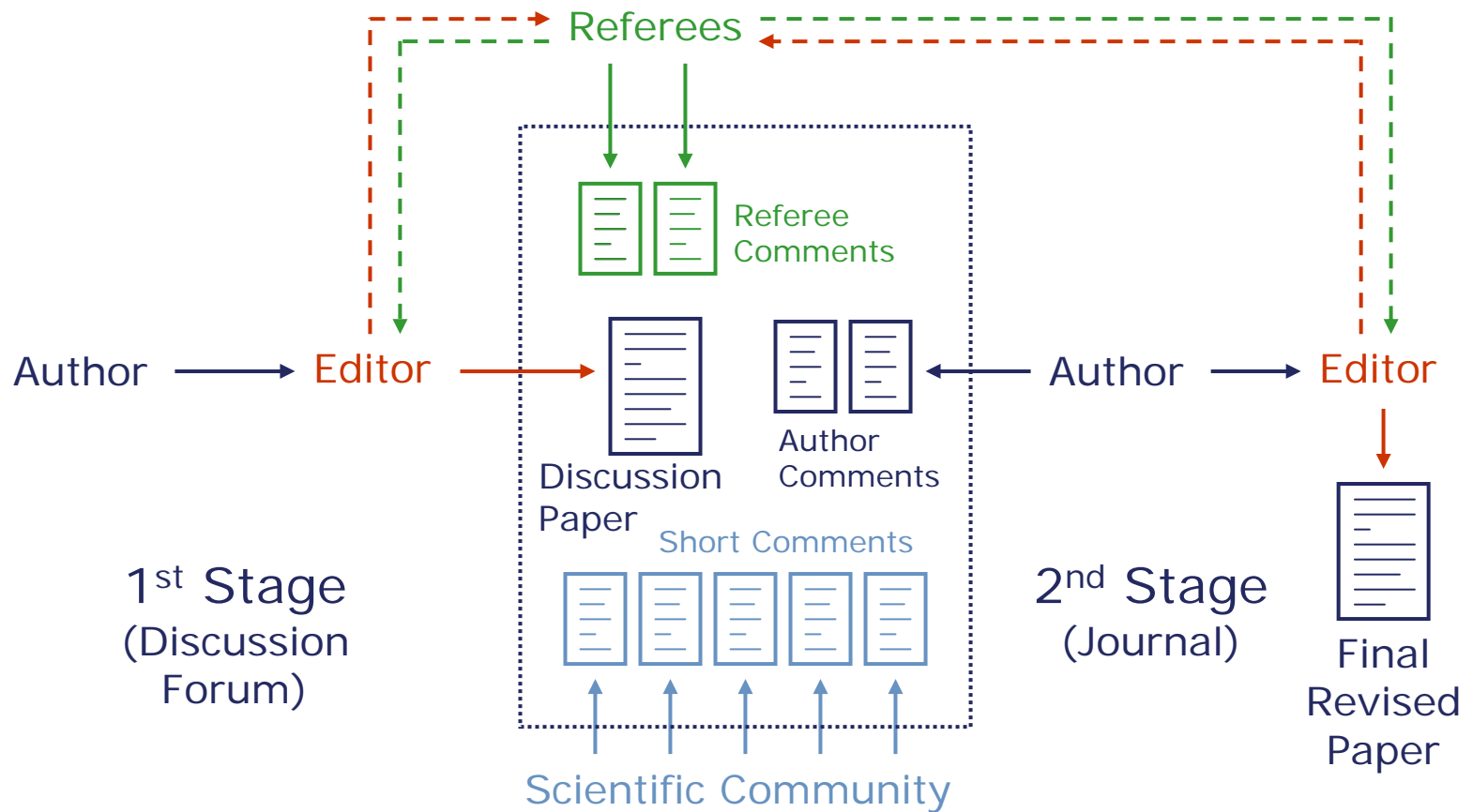
Zielgerichtet (Gutachter)

- Review System permanent weiterentwickeln
- Klassifizierung dem Wachstum anpassen (1-4 dimensional)
- Nur Themen zulassen, die besetzt sind
- Ressourcen schonen
- Editoren schulen

Effizienz (Autor/Gutachter)

- Review soll schnell und gründlich sein (eierlegende Wollmilchsau)
- Schnelle Publikation – nachgeordnete Begutachtung
- Transparenz – Qualität der Submissions erhöhen
- Public Peer-Review senkt Ablehnungsrate

Effizienz (Autor/Gutachter)



Bezahlbar (Autor)

- Starker Partner – Fachgesellschaft als Journal Besitzer
- Querfinanzierung der ersten 2-3 Jahre bis SCIE-Indizierung
- Artikelakquise aus Editoren und Special Issues
- Einführung von Autorengebühren nach Indizierung (Stufenmodell)

- Institutional Agreements
- Preisniveau im Overheadbereich förderungstarker Disziplinen
- Freiseiten für Spezialfälle
 - Autor Budgets | finanzschwache Institution
 - Review-Artikel, Sonderhefte, Reports

Marketing beim Journal Launch

- Target Mailing
- Promotion Material (Flyer, Poster, etc)
- Adverts bei Tagungen, Newslettern
- Sponsoring (Tagungen, Receptions, Travel Support)

Ziel unseres Marketings

Bedarf für ein OA Journal erkennen, starkes Team zusammenstellen,
kurzfristig die Begeisterung bei Autoren und Gutachtern wecken,
langfristig die Begeisterung am Leben erhalten,
und ganz wichtig: **den Wissenschaftlern gut zuhören.**

Herzlichen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!