

Marktmacht bei ökonomischen Fachzeitschriften und mögliche Auswege

Justus Haucap & André Uhde^{*}

^{*} Ruhr-Universität Bochum, Fakultät für Wirtschaftswissenschaft, Lehrstuhl für Wettbewerbstheorie und -politik, Universitätsstr. 150, GC3/62, 44780 Bochum. Fax: 0234 32 14311, email: justus.haucap@rub.de, andre.uhde@rub.de

1. Einleitung¹

Die Preise für ökonomische und andere wissenschaftliche Fachzeitschriften sind in den letzten zwanzig Jahren dramatisch gestiegen. Dabei gibt es BERGSTROM (2001) zufolge allerdings gravierende Unterschiede in der Preisentwicklung zwischen Journalen, die von Non-Profit-Organisationen verlegt werden, und solchen, die von kommerziellen Verlagen publiziert werden. Wie BERGSTROM (2001, S. 188) darlegt, sind die realen Preise für die zehn meistzitierten ökonomischen Fachzeitschriften, die von Non-Profit-Organisationen verlegt werden, zwischen 1985 und 2001 um etwa 80 Prozent gestiegen. Für die zehn meistzitierten ökonomischen Fachzeitschriften, welche bei kommerziellen Verlagen erscheinen, weisen dagegen die realen Preise in dem selben Zeitraum eine Steigerung von nahezu 380 Prozent auf, also mehr als vier mal soviel. Korrigiert um die zugleich gestiegene Seitenzahl vieler Zeitschriften ergibt sich noch immer ein realer Preisanstieg von 50 Prozent bei Non-Profit-Zeitschriften und von über 170 Prozent bei kommerziellen ökonomischen Zeitschriften.² Ähnliche Preisentwicklungen sind auch in anderen wissenschaftlichen Disziplinen festzustellen. So ist der durchschnittliche Bezugspreis für eine akademische Fachzeitschrift (über alle Disziplinen) zwischen 1986 und 1999 real um 207 Prozent angestiegen (vgl. THE ECONOMIST, 2001). Diese Preisentwicklung ist nicht allein durch Kostensteigerungen zu erklären, wie wir in diesem Artikel darlegen werden. Sowohl die britische OFFICE OF FAIR TRADING (2002) als auch die EU-Kommission (vgl. THE ECONOMIST, 2004) haben daher begonnen, sich für die Preispolitik der Verlage zu interessieren und entsprechende Untersuchungen eingeleitet.

Wettbewerbspolitisch interessant ist der Markt für wissenschaftliche Fachzeitschriften nicht nur im Hinblick auf diese Preisentwicklung, sondern auch vor dem Hintergrund diverser nationaler und internationaler Unternehmenszusammenschlüsse und Übernahmen. Prominente Beispiele sind der Zusammenschluss von *Kluwer* und *Springer* im Jahr 2004, die Übernahme des *Journal of Economic Theory*, des *Journal of Macroeconomics* oder zahlreicher anderer ökonomischer Fachzeitschriften durch *Elsevier* oder der Zusammenschluss der beiden juristischen Fachverlage *C.H. Beck* und *Nomos* in Deutschland im Jahr 1999.³

Das Ziel des vorliegenden Beitrages ist es, die Ursachen von Marktmacht ökonomischer Spitzen-Journale theoretisch zu begründen und sodann Implikationen hinsichtlich des Marktes für

¹ Der vorliegende Beitrag basiert auf HAUCAP, HARTWICH und UHDE (2005) und stellt eine erweiterte und aktualisierte Fassung dar.

² Vgl. hierzu die von BERGSTROM und DHUEY im Jahre 2004 veröffentlichte „Database on Economics Journal Prices“, online abrufbar unter <http://www.econ.ucsb.edu/%7Etedb/Journals/pricing.html>.

³ MCCABE (2002) führt zahlreiche andere Beispiele, vor allem aus dem Bereich Biologie/Medizin, auf.

ökonomische Fachzeitschriften abzuleiten. Viele der von uns angestellten Überlegungen sind allerdings im Wesentlichen auch auf Märkte für andere wissenschaftliche Fachzeitschriften übertragbar, sodass die Konzentration auf den Markt für wirtschaftswissenschaftliche Zeitschriften nicht die Allgemeinheit der Analyse beschränkt.

Der Rest unseres Beitrags gliedert sich nun wie folgt: Im nächsten Abschnitt werden wir zunächst den Markt für ökonomische Fachzeitschriften näher beschreiben, bevor wir in Abschnitt 3 eine erste wettbewerbsökonomische Analyse vornehmen. Die Besonderheiten, die sich daraus ergeben, dass wir es mit einem so genannten zweiseitigen Markt („two-sided market“) bzw. indirekten Netzeffekten zu tun haben, werden wir in Abschnitt 4 erörtern. Zudem werden Fusionen zwischen den Verlagshäusern sowie die Effekte einer Produktbündelung als weitere Determinanten von Marktmacht diskutiert. Möglichen Auswegen und Gegenmaßnahmen widmet sich Abschnitt 5, bevor Abschnitt 6 mit einer Zusammenfassung und einem kurzen Fazit schließt.

2. Der Markt für ökonomische Fachzeitschriften

2.1 Die Nachfrage nach ökonomischen Fachzeitschriften

Ökonomische Fachzeitschriften sind nach wie vor wichtig, um ökonomisches Fachwissen zu verbreiten. Zwar nehmen Diskussionspapiere und Diskussionspapierarchive wie z.B. das Archiv des *Social Science Research Networks* (SSRN) oder *RePEc* einen zunehmenden Raum ein, doch besitzen Fachzeitschriften trotz dieser Entwicklung nach wie vor eine dominante Stellung im Rahmen der wissenschaftlichen Arbeit.

Die noch immer hohe Relevanz von ökonomischen Fachzeitschriften gegenüber Diskussionspapieren lässt sich zunächst durch die Tatsache begründen, dass einzelne Verlage mit dem sogenannten „*Peer Review*“ (Gutachterprozess) eine *Screening-Funktion* übernehmen, die es den Nachfragern nach Fachzeitschriften (und der darin enthaltenen Beiträge) ermöglicht, relevante von weniger relevanten und vor allem qualitativ hochwertige von weniger hochwertigen Aufsätzen zu unterscheiden. Die Publikation in einer Fachzeitschrift dient somit für die Leser als Signal für die Qualität eines Aufsatzes.

Ökonomischen Fachzeitschriften kommt folglich die Rolle eines Intermediärs bzw. einer Plattform zwischen Nachfragern (als potenzielle Leserschaft) und Autoren zu, wobei die Zeitschrift

über die Sicherung bestimmter Mindestqualitäten als Gütesiegel für einen akademischen Beitrag fungiert und so die Informationskosten der Nachfrager, aber auch der Autoren, senkt.

Die Nachfrage nach ökonomischen Fachzeitschriften erfolgt vor allem, wenn auch nicht ausschließlich, durch institutionelle Abonnenten wie Instituts- und Hochschulbibliotheken (vgl. OFT, 2002), die als „Agenten“ der heutigen und zukünftigen Leserschaft agieren. Zwar abonnieren auch Privatpersonen ökonomische Fachzeitschriften, doch ist die Anzahl der privaten Abonnements für die meisten ökonomischen Fachzeitschriften relativ gering. Für eine Vielzahl von Fachzeitschriften lässt sich zudem eine Preisdifferenzierung dritten Grades zwischen privaten und institutionellen Nachfragern feststellen, in deren Rahmen private Nachfrager teils erhebliche Rabatte erhalten, sodass die wesentlichen Erlöse für die Verlage bei den meisten Fachzeitschriften durch die institutionellen Abonnements generiert werden (vgl. z.B. MCCABE, 2002).⁴ Aus diesen Gründen werden wir im Folgenden ausschließlich auf die *institutionelle* Nachfrage fokussieren. Diese wird für das Verhalten der Verlage maßgeblich sein.

Das wesentliche Motiv für ein Abonnement einer ökonomischen Fachzeitschrift sind die in der Zeitschrift enthaltenen Aufsätze, die dem Leser einen potenziellen *Nutzen* stiften. Eigentliches Konsumgut ist aus Sicht des Lesers ja der Aufsatz, eine Zeitschrift ist somit als ein Bündel von Aufsätzen zu betrachten. Zwar können mittlerweile Aufsätze aus Zeitschriften auch einzeln (z.B. in elektronischer Form über das Internet) erworben werden, doch ist der Bezug der Zeitschrift als Bündel von Aufsätzen meist für die institutionellen Nachfrager günstiger. Sollte dies nicht so sein, könnte ein Nachfrager zu einem Bezug einzelner Aufsätze auf konkrete Nachfrage hin übergehen.

Der Nutzen eines Artikels – und somit auch einer bestimmten Ausgabe einer Zeitschrift – stellt sich somit oftmals erst eine gewisse Zeit nach der Publikation des Artikels ein. Während der Nutzen mancher Artikel direkt im Erscheinungszeitpunkt ersichtlich ist, wird das Interesse an anderen Artikeln und deren Relevanz innerhalb der ökonomischen Wissenschaft im Allgemeinen erst relativ spät bemerkt.⁵ Dieser Umstand lässt sich möglicherweise auf die Tatsache zurückführen, dass sich die Forschungsinteressen, Forschungsthemen und Forschungsfragen sowie die einzelnen Forschungsgebiete bzw. Strömungen in der ökonomischen Wissenschaft im Zeitablauf ändern und die Bedeutung eines Artikels erst entdeckt wird, wenn sich ein Forscher

⁴ Ausführlich wird die Preisdifferenzierung bei WTM Zeitschriften von ISSMAN-WEIT und SHY (2003) analysiert.

⁵ Ein prominentes Beispiel ist COASE (1937).

einer bestimmten neuen Frage zuwendet. Des Weiteren ändern sich auch die Betätigungsfelder der an einer als Nachfrager auftretenden Institution tätigen Wissenschaftler im Zeitablauf.

Daher ist es zumindest einem Teil der (potenziellen) Leser im Erscheinungszeitpunkt einer Zeitschriftenausgabe unbekannt, welche fachliche Relevanz und welchen Nutzen die Lektüre eines jeweiligen Artikels besitzt. Das Abonnement der Zeitschrift ist unter diesen Umständen von einer Unsicherheit über den Nutzen und die Verwendbarkeit der enthaltenen Artikel geprägt. Letztere ist für den Leser zumeist nicht vollständig vorhersehbar, da sich im Laufe der Zeit Forschungsinteressen und Schwerpunkte in der Lehre verändern können.

Das Abonnement der Zeitschrift kann unter diesen Bedingungen als eine *Option* verstanden werden, auf bestimmte Inhalte direkt zurückgreifen zu können, wenn diese benötigt werden. Ähnlich wie bei einem Lexikon, dessen einzelne Stichworte nur bei konkretem Bedarf gelesen werden, verfügen Fachzeitschriften somit über eine *Archivfunktion*. Die Zeitschrift stiftet in diesem Fall bereits durch ihre Verfügbarkeit einen Nutzen. Das Abonnementverhalten, eine Zeitschrift nachzufragen, selbst wenn diese nicht direkt im Erscheinungszeitpunkt vollständig „konsumiert“ wird, lässt sich durch den Vergleich von Kosten und Nutzen erklären, die mit den beiden Alternativen „Abonnement“ und „kein Abonnement“ verbunden sind. *Ohne Abonnement* muss sich der Nachfrager im Bedarfsfall z.B. über digitale Archive oder Fernleihen versorgen. Dabei entstehen neben den *direkten Kosten* (für Versand u.ä.) *Such-, Informations- und andere Transaktionskosten*, und vor allem werden Forschungsarbeiten ggf. verzögert oder gar blockiert, wenn ein Aufsatz erst per Fernleihe besorgt werden muss. *Mit Abonnement* kann das Interesse an einer Zeitschrift (bzw. dem darin enthaltenen Aufsatz) im Bedarfsfall ohne zeitliche Verzögerung direkt befriedigt werden. In diesem Fall entstehen *Abonnementkosten*, welchen der Nutzen aus der sofortigen Verfügbarkeit der Zeitschrift gegenüber steht. Der Nachfrager als ein rationaler Entscheidungsträger wird nun den erwarteten Nutzen sowie die zugehörigen Kosten betrachten und sich gemäß seines persönlichen Erwartungswertes für den subjektiv vorteilhafteren der beiden Zustände entscheiden. Entstehen in einem Zustand, in der die Zeitschrift nicht vorgehalten wird, hinreichend hohe Kosten, so ist ein Abonnement der Zeitschrift, auch wenn sie momentan nicht und zukünftig lediglich mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit gelesen wird, ökonomisch rational.

Im Rahmen der Entscheidung für ein Abonnement (und die zugrunde liegende Kosten-Nutzen-Analyse) spielt die *Reputation* einer Fachzeitschrift eine wichtige Rolle. Die unterschiedliche Reputation verschiedener ökonomischer Fachzeitschriften, welche Ausdruck der horizontalen und vertikalen Produktdifferenzierung ist, erklärt sich unter anderem aus der bisherigen Ver-

wendbarkeit bzw. aus dem Nutzen der in der Zeitschrift enthaltenen Aufsätze.⁶ Im Hinblick auf rein forschungsorientierte Fachzeitschriften genießen ökonomische Journale, deren Aufsätze oft zitiert (und somit verwendet) werden, eine hohe Reputation, sodass oft zitierte Zeitschriften mit einer hohen Reputation, *ceteris paribus*, von mehr Nachfragern abonniert werden dürften als andere Zeitschriften, die weniger oft verwendet und somit zitiert werden.

An dieser Stelle ist es allerdings sinnvoll zwischen *drei Arten von ökonomischen Zeitschriften* zu unterscheiden (vgl. BRÄUNINGER und HAUCAP, 2003b):

- (1) Zeitschriften, welche originäre ökonomische Forschungsergebnisse publizieren (z.B. *American Economic Review*, *Journal of Political Economy*, *Quarterly Journal of Economics*, etc.),
- (2) Zeitschriften, die primär für ökonomische Lehrzwecke eingesetzt werden (z.B. *WiSt* und *wisu*) und
- (3) Zeitschriften, die sich primär an die wirtschaftspolitische Beratung wenden, wie z.B. der *Wirtschaftsdienst* oder die *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung* sowie Survey-Zeitschriften wie das *Journal of Economic Literature*.

Im Hinblick auf die reinen Forschungszeitschriften der Kategorie (1) lässt sich zunächst konstatieren, dass die reine *Informationsfunktion* dieser Medien zunehmend in den Hintergrund rückt, da die Artikelinhalte dieser Fachzeitschriften oftmals bereits vor dem Erscheinungszeitpunkt der Zeitschrift bekannt sind und zudem häufig *ex ante* als Diskussionspapiere im Internet (z.B. über SSRN) verfügbar gestellt werden. Dagegen spielt die *Signalfunktion* dieser Zeitschriftenkategorie eine immer wichtigere Rolle, denn wie bereits oben erwähnt wurde, wird die Publikation von Beiträgen in den verschiedenen ökonomischen Fachzeitschriften als Indikator für die Qualität der wissenschaftlichen Arbeit eines Autors benutzt.

Bei Zeitschriften der Kategorien (2) und (3) steht umgekehrt weniger die Signalfunktion als vielmehr die Informationsfunktion im Vordergrund. Aus diesem Grunde dürften diese Zeitschriften aus Sicht der Nachfrager durchaus einer gewissen Substitutionskonkurrenz unterlie-

⁶ Die unterschiedliche Reputation verschiedener Fachzeitschriften ist seit langem ein Thema unter Ökonomen und anderen Wissenschaftlern, sodass zahlreiche Rankings entstanden sind. Siehe dazu z.B. LIEBOWITZ und PALMER (1984), LABAND und PIETTE (1994) sowie BRÄUNINGER und HAUCAP (2001). Wie BRÄUNINGER und HAUCAP (2003a) zeigen, hat die Häufigkeit, mit der in einer Zeitschrift publizierte Aufsätze zitiert werden, gemessen durch den sog. Impact Factor des *Social Sciences Citation Index (SSCI)* einen signifikanten Einfluss auf die Reputation der Zeitschrift.

gen. Da es bei Aufsätzen, welche die Leser recht allgemein über ein bestimmtes Thema informieren sollen, in der Regel nicht darum geht, spezifische Informationen zu einem bestimmten Thema zu liefern, dürfte es möglich sein, einen Artikel zu einem Thema gegen einen anderen Artikel zu diesem Thema zu substituieren. Eine solche Substitution ist bei reinen Forschungsarbeiten nicht möglich, da es hier in der Regel auf die speziellen Resultate aus einem bestimmten Aufsatz ankommt.

Von daher wird die Zitationshäufigkeit vor allem bei forschungsorientierten Zeitschriften ein Qualitätsmaßstab sein, nicht jedoch bei anderen ökonomischen Fachzeitschriften, die selbst auch nicht als Input für weitere Forschung genutzt werden, sondern als Input für Lehre und Politikberatung dienen (vgl. BRÄUNINGER und HAUCAP, 2003b). Bei letzteren Zeitschriften werden vor allem die bisherigen Erfahrungen der Nutzer für die Nachfrageentscheidung relevant sein.

Institutionelle Nachfrager (im Folgenden Bibliotheken genannt) abonnieren eine Zeitschrift, um sie dem ihnen zugehörigen Leserkreis zugänglich zu machen. Im Rahmen des Entscheidungsprozesses über das Abonnement einzelner Zeitschriften bestehen neben den zuvor genannten Aspekten einige weitere *Besonderheiten*, welche in der speziellen Struktur des Entscheidungsprozesses sowie des Verhältnisses der beteiligten Personen untereinander begründet sind.⁷ So gilt es *erstens* zu beachten, aus welchen Personen sich das *Entscheidungsgremium der Bibliothek* zusammensetzt, das die endgültige Zeitschriftenauswahl trifft. Für den Großteil der Bibliotheken ist in dieser Hinsicht festzustellen, dass die Entscheidungsträger gleichzeitig in ihrer Position als Forscher oder als Dozent zum Leserkreis gehören und somit deren eigene individuellen Interessen innerhalb des (kollektiven) Entscheidungsprozesses besonders berücksichtigt werden. Dieser Aspekt dürfte die Entscheidungsfindung des Gremiums zwar nicht vereinfachen, jedoch ist davon auszugehen, dass die Präferenzen der Nutzer der Bibliothek in die Entscheidungsfindung des Auswahlgremiums eingehen werden und damit nicht völlig unberücksichtigt bleiben.

Zweitens gilt es zu berücksichtigen, dass Forscher und Dozenten als Mitglieder des Entscheidungsgremiums einer Bibliothek nicht nur als Leser, sondern typischerweise ebenfalls als Autoren und Gutachter (und manchmal auch als Herausgeber) für Fachzeitschriften aktiv sind. Der Markt weist damit die Besonderheit auf, *dass die Nachfrager des Gutes „Fachzeitschrift“ gleichzeitig als deren inhaltliche Produzenten anzusehen sind* und damit auch besonders an

⁷ Zur Ökonomie von Bibliotheken siehe LIU und ALLEN (2003).

einem Bezug solcher Zeitschriften interessiert sein dürften, in denen sie selbst publizieren (bzw. die sie herausgeben). Gleichzeitig erfolgt die Finanzierung der Bibliotheken zumeist aus einem separaten Budget und nicht aus den eigenen Haushaltsmitteln der Forscher und Dozenten, so dass damit zu rechnen ist, dass jedwede Abbestellung von Zeitschriften auf oppositionelle Gegenkräfte stoßen wird und somit nicht ohne Hindernisse durchzusetzen ist. Allerdings dürfte im umgekehrten Fall, d.h. bei Finanzierung aus eigenen Budgets der Forscher und Dozenten, tendenziell zuviel abbestellt werden, da eine Fachzeitschrift Clubguteigenschaften aufweist.

Drittens darf davon ausgegangen werden, dass aus Sicht der Bibliotheken der Anreiz besteht, eine Zeitschrift als *komplette und vollständige Reihe* zu führen, d.h. es wird eine prinzipielle Aversion gegen das Abbestellen einer Zeitschrift bestehen (vgl. auch ISSMAN-WEIT und SHY, 2003). Der Grund für diese Behauptung wird hauptsächlich im Nutzungsverhalten der Leser von Fachzeitschriften gesehen. So erleichtert das Vorhalten einer kompletten Zeitschriftenserie die wissenschaftliche Arbeit in der Art und Weise, dass die potenziellen Leser im Zuge der Literaturrecherche nicht mehr darauf achten müssen, ob ein spezieller Jahrgang oder gar eine spezielle Ausgabe verfügbar ist. Vielmehr ist ausschließlich anhand des Zeitschriftentitels zu erkennen, ob das entsprechende Journal geführt wird oder nicht. Zudem dürfte das Vorhalten kompletter Reihen von Fachzeitschriften die Reputation einer „gut ausgestatteten“ Bibliothek erhöhen.

Da folglich (1) Entscheidungen kollektiv gefällt werden, (2) aus nicht direkt zuordenbaren Mitteln finanziert werden und (3) eine gewisse Aversion gegen die Abbestellung von Fachzeitschriften auf Seiten der Bibliothek besteht, ist anzunehmen, dass die nachfrageseitigen Reaktionen auf sich ändernde Zeitschriftenpreise wesentlich langsamer erfolgen als bei direkter Finanzierung durch individuelle (und private) Entscheidungsträger. Mit anderen Worten dürfte die *Nachfrage nach wissenschaftlichen Zeitschriften relativ preisunelastisch* sein. Aus ökonomischer Perspektive lässt sich eine relativ preisunelastische Nachfrage vor allem über Wechselkosten erklären. Die vorgenannten drei Besonderheiten führen in ihrer Gesamtheit zu einem *Lock-in-Effekt* auf der Nachfrageseite, der die Wechselkosten der Bibliotheken erhöht und damit gleichzeitig einen Preissetzungsspielraum als eine *Hold-up-Situation* auf der Angebotsseite eröffnet (vgl. z.B. FARRELL und KLEMPERER, 2007). In der Tat berichtet die amerikanische „*Association of Research Libraries*“ (ARL), dass die Anzahl der Zeitschriftenabonnements durch Bibliotheken in Folge eines über 200-prozentigen realen Preisanstiegs zwischen 1986 und 1999 lediglich um sechs Prozent gesunken ist (vgl. THE ECONOMIST, 2001). Statt Zeitschriften abzubestellen, ist demhingegen vor allem der Etat für Monographien gekürzt worden.

Die vermutlich relativ geringe Nachfrageelastizität und der Aspekt der Wechselkosten können zusammengefasst jedoch nur eine teilweise Erklärung für das hohe Preisniveau und die signifikanten Preissteigerungen auf dem Markt für ökonomische Fachzeitschriften begründen. Es gilt an dieser Stelle auch zu fragen, warum die hohen Preise für Fachzeitschriften und die damit einhergehende hohe Profitabilität⁸ nicht zu einem vermehrten Markteintritt weiterer Newcomer führen, der die etablierten Verlage in ihrer Preispolitik wettbewerblich diszipliniert. Um zu ergründen, inwiefern mögliche Barrieren einen Eintritt in den Markt für ökonomische Fachzeitschriften verhindern, ist ein Blick auf die Angebotsseite dieses Marktes hilfreich.

2.2 Das Angebot an ökonomischen Fachzeitschriften

An der Erstellung ökonomischer Fachzeitschriften sind mit den Autoren, den Gutachtern, den Herausgebern und den Verlagen insgesamt vier Gruppen maßgeblich beteiligt. Welche Rolle diese vier genannten Gruppen innerhalb des Erstellungsprozesses spielen, soll im Folgenden kurz erörtert werden, wobei die folgende Abbildung die Systematik der an Angebot und Nachfrage einer Fachzeitschrift Beteiligten illustriert:

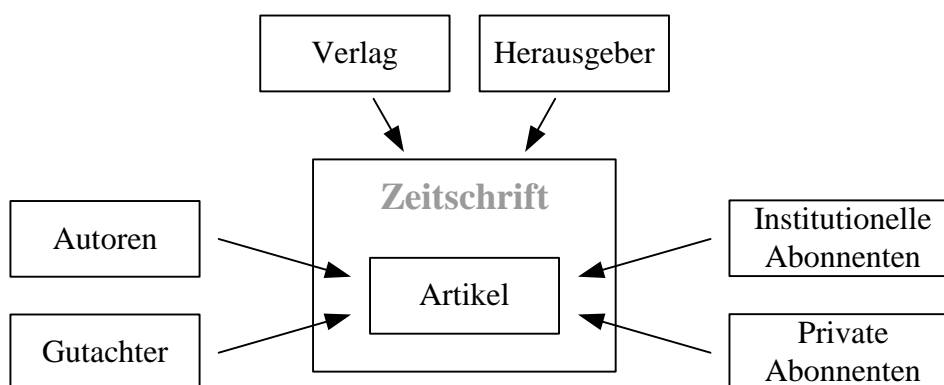


Abbildung: Produzenten und Nutzer einer Fachzeitschrift

Ökonomische Zeitschriften werden von kommerziellen und nicht-kommerziellen Verlagen publiziert. Zusätzlich existieren an Universitäten angebundene Verlage wie z.B. die *MIT Press* oder *Oxford University Press*, welche ebenfalls an einer möglichst weitgehenden Wissensverbreitung interessiert sind.⁹ Das Management von Fachzeitschriften wird durch Verlage und die Her-

⁸ Die OFT (2002) geht für das Jahr 2000 von Gewinnmargen von durchschnittlich etwa 36 Prozent bei kommerziellen Anbietern aus. Damit sind die Gewinnmargen von WTM Zeitschriften um mehr als 15 Prozentpunkte bzw. gut 70 Prozent höher als bei anderen Zeitschriften kommerzieller Verlage.

⁹ Die *Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition* (SPARC), an der auch viele Universitätsverlage beteiligt ist, hat das explizite Ziel die finanziell angespannte Situation von Bibliotheken und Hochschulen zu entlasten. Für weitere Informationen siehe <http://www.arl.org/sparc> sowie <http://www.sparceurope.org>.

ausgeber der jeweiligen Zeitschrift übernommen, wobei die Herausgeber typischerweise im Auftrag eines Verlages oder einer sonstigen verlegenden Organisation (z.B. einer wissenschaftlichen Vereinigung) handeln und die wissenschaftliche Betreuung der Zeitschrift (vor allem Auswahl der Gutachter und der zu publizierenden Artikel) durchführen. Demhingegen sorgt der Verlag in aller Regel für das technische und kaufmännische Management, also den Satz, Druck, Vertrieb, das Marketing der Zeitschrift u.ä.¹⁰

Im Zuge der Erstellung ökonomischer Fachzeitschriften tangiert die eigentliche Leistung des Verlages den Inhalt der Zeitschrift kaum. Die Bereitstellung der Inhalte sowie die Qualitätssicherung erfolgen, wie im Folgenden beschrieben wird, zumeist unentgeltlich durch Autoren, Gutachter und Herausgeber. Wie bei vielen Informationsgütern sind die für das technische und kaufmännische Management einer Zeitschrift anfallenden Kosten zu einem großen Teil Fixkosten. Selbst bei Druck und Vertrieb ist von einer starken Kostendegression auszugehen, die für Informationsgüter charakteristisch ist (vgl. TIETZEL, 1995; SHAPIRO und VARIAN, 1999). Diese Kosten haben sich in den vergangenen Jahren zwar möglicherweise erhöht, da z.B. zusätzliche Dienste wie ein Internetauftritt eingeführt worden sind, doch können sie nicht die unterschiedliche Preisentwicklung zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen Zeitschriften erklären.

Verlage greifen auf die für sie zumeist kostenlose Arbeit von Autoren, Gutachtern und Herausgebern zurück (vgl. BERGSTROM, 2001). Autoren bieten ihre Manuskripte den Verlagen aus unterschiedlichen Motiven an. Aus einer naiven oder sehr idealisierten Sichtweise heraus ließe sich argumentieren, dass Wissenschaftler vor allem aus der Motivation heraus publizieren, dass ihre Ideen und/oder Resultate in der wissenschaftlichen Welt Verbreitung finden. Wird ein Wissenschaftler in dieser idealisierten Sichtweise als ein „reiner Forscher“ aufgefasst, dessen Maxime im Erkenntnisgewinn und Fortschritt seiner Disziplin liegt, so ist diese Motivation zur Veröffentlichung seiner Forschungsergebnisse als intrinsisch zu bezeichnen. Um seine Gedanken einem möglichst großen Kreis zugänglich zu machen, wird ein solcher Forscher bestrebt sein, ein Medium zu finden, das die Verbreitung des Artikels in der relevanten Zielgruppe maximiert.

Eine weitreichende Verbreitung von Forschungsergebnissen könnte jedoch nicht nur mit Hilfe von renommierten ökonomischen Fachzeitschriften, sondern ebenso über das Internet erfolgen, indem jeder Forscher seine Forschungsbeiträge auf einer persönlichen Webseite dezentral ab-

¹⁰ Das Marketing wird in der Regel kooperativ mit den Herausgebern gestaltet, d.h. auch die Herausgeber sind am Marketing, insbesondere – aber nicht nur – am Beschaffungsmarketing (Einwerben von Artikeln), beteiligt.

legt und ökonomische Zeitschriften als „Vermittlungsplattform“ obsolet werden. Diesem Argument ist jedoch zu entgegnen, dass eine solche Verbreitung von Artikeln vielfältige Informations-, Kommunikations- und Koordinationsprobleme entstehen lassen würde, da der Autorenkreis, der für eine hochqualitative und lesenswerte Arbeit in Frage kommt, schwer zu überschauende Ausmaße aufweist und sich in konstantem Wandel befindet. Zudem wird eine dezentrale Verbreitung von Forschungsbeiträgen über persönliche Webseiten der Autoren Auswirkungen auf die Qualitätssicherung der Artikel nach sich ziehen, da ein „Peer Review“ wie bei ökonomischen Fachzeitschriften auf diesem Wege nicht stattfindet.¹¹

Eine Lösung dieser Problematik könnte in der Einrichtung zentraler Internetarchive bestehen, wie sie sich in der Praxis teilweise bereits feststellen lassen. Relativ problemlos könnten diese Archive ein den ökonomischen Zeitschriften entsprechendes Gutachter-System einführen, um die durch ein „Peer Review“ möglicherweise induzierten Qualitätsverbesserungen (vgl. LABAND, 1990; BÖS, 2000) auch für online publizierte Forschungsbeiträge zu erreichen. *De facto* lässt sich jedoch konstatieren, dass Online-Archive (und ausschließlich online gestellte Fachzeitschriften) überwiegend als Komplementäre und weniger als echte Substitute ökonomischer Zeitschriften fungieren. Zumeist werden wissenschaftliche Beiträge nach ihrer Einstellung in ein Online-Archiv noch in einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift publiziert, somit also sowohl das Online-Archiv als auch (etwas später) die Fachzeitschrift genutzt.

Der Grund dafür, dass Online-Archive die Publikation in Zeitschriften aus Sicht der Autoren nur komplementieren, nicht aber ersetzen können, liegt darin, dass es für Wissenschaftler, die eine akademische Karriere verfolgen, nahezu unumgänglich geworden ist, in bereits anerkannten, referierten internationalen ökonomischen Journalen zu publizieren (vgl. FREY, 2003, 2004, 2005). So werden die Fähigkeiten eines Wissenschaftlers nahezu jeglicher Disziplin heutzutage vor allem anhand der Anzahl seiner Veröffentlichungen in renommierten Zeitschriften bewertet. Zwar lässt die Anzahl der Veröffentlichungen in nicht-referierten Zeitschriften oder anderen Publikationsformen auf eine gewisse Forschungsaktivität und Arbeitsauffassung schließen, jedoch gelten oft ausschließlich die Veröffentlichungen in anerkannten Fachzeitschriften als einzig relevanter Maßstab, an dem sich die Beurteilung eines Forschers durch externe Dritte ausrichtet. Anders ausgedrückt wird die Leistung von Wissenschaftlern zunehmend auch daran gemessen, *wo* sie ihre Ideen und Ergebnisse publiziert haben. Teilweise wird die wissenschaft-

¹¹ Zur Frage, ob durch den Gutachterprozess tatsächlich eine Qualitätsverbesserung erzielt wird, existieren unterschiedliche Auffassungen. Während z.B. BÖS (2000) sowie ENGERS und GANS (1998) explizit auf die Qualitätsverbesserung hinweisen, vertritt FREY (2003, 2004) eine gegensätzliche Position.

liche Leistung von Ökonomen sogar *allein* daran gemessen, *wo wie viele* Aufsätze publiziert wurden (und nicht *was* publiziert wurde bzw. welche Idee jemand hatte oder ob die Arbeiten von anderen beachtet bzw. zitiert wurden). Das 2006 erschienene Handelsblatt-Ranking ist hier nur ein Beispiel (vgl. STORBECK, 2006).¹² Die Signalfunktion von Zeitschriften wird somit nicht nur für Leser, sondern auch bei Autoren immer wichtiger.

Aus Sicht des Autors bedeutet die Publikation eines Aufsatzes in einer renommierten Fachzeitschrift somit ein *Qualitätssignal* für die akademische Arbeit, sodass es für die wissenschaftliche Karriere essentiell ist, nicht ausschließlich Diskussionspapiere zu publizieren, sondern die eigenen Forschungsergebnisse auch in renommierten Fachzeitschriften zu veröffentlichen.

Der Anreiz, die eigenen Forschungsergebnisse in renommierten ökonomischen Zeitschriften zu platzieren, besteht somit zunächst in der Tatsache, dass diese Veröffentlichungen die Karriere eines Wissenschaftlers nachhaltig determinieren. Die Veröffentlichungen beeinflussen das Prestige eines Autors positiv, und der Autor partizipiert zudem an der Reputation, welche die Zeitschrift durch die Veröffentlichung hochqualitativer Arbeiten generiert hat. Darüber hinaus zahlt sich die Publikation in anerkannten Fachzeitschriften aber nicht nur durch den Prestigegewinn, sondern auch durch zukünftige monetäre Erlöse aus (vgl. HAMMERMESH, JOHNSON und WEISBROD, 1984; SAUER, 1988; MOORE, NEWMAN und TURNBULL, 2001). Vor diesem Hintergrund dürfte nicht ausschließlich die maximale Verbreitung des ökonomischen Wissens für einen Wissenschaftler im Vordergrund seines Interesses stehen, sondern vielmehr eine Platzierung des Aufsatzes in einer möglichst hochrangigen Zeitschrift, selbst wenn diese möglicherweise relativ teuer ist und von weniger Bibliotheken bezogen wird als eine vergleichsweise preisgünstige Fachzeitschrift.

Weniger intuitiv zu erklären ist die Bereitschaft der Gutachter, ihre Leistungen für das *Peer Review-Verfahren* entgeltfrei zur Verfügung zu stellen. Augenscheinlich ist es bemerkenswert, dass eine Vielzahl von Gutachten unentgeltlich verfasst werden, selbst wenn ihre Erstellung zum Teil sehr zeitaufwendig und der Gewinn an neuen Erkenntnissen im Falle der Begutachtung eines unterdurchschnittlichen Forschungsbeitrages teilweise sehr gering ist. Allerdings gilt es zu beachten, dass die Gutachtertätigkeit für eine referierte Zeitschrift möglicherweise von vielen Wissenschaftlern als (moralisch) obligatorische Aufgabe aufgefasst wird, welche zum wissenschaftlichen Alltag gehört und im Rahmen eines Zugehörigkeitsgefühls zur *Scientific*

¹² Vgl. dazu beispielsweise die Rankings von Ökonomen durch VAN DALEN (1997), BOMMER und URSPRUNG (1998) und COUPÉ (2003).

Community als moralische Verpflichtung verstanden wird (vgl. Bös, 2000). Zudem stellt das Angebot, für eine prestigeträchtige Zeitschrift als Gutachter arbeiten zu dürfen, eine Aufgabe dar, die mit einem Prestigegewinn für den Referee verbunden sein kann, da der Herausgeber durch die Auswahl sein Vertrauen in die fachliche Qualifikation und Kompetenz des Gutachters signalisiert. Aufgrund der Tatsache, dass der Herausgeber nur an einer hohen Qualität seiner Publikation interessiert sein kann und diese durch das Gutachter-System zu sichern oder zu erhöhen versucht, signalisiert die Bitte um eine Gutachtertätigkeit Vertrauen in den Gutachter. Dieses wird der Gutacher nutzen, wenn er im Rahmen eines „*do ut des*“ hoffen kann, für die Publikation eigener Forschungsbeiträge ein besseres Standing zu erhalten (vgl. BERGSTROM, 2001, und für eine Unterscheidung in verschiedene Gutachter-Typen Bös, 2000).¹³ Allerdings finden auch weniger prestigeträchtige Zeitschriften durchaus Gutachter, sodass das „*do ut des*“ die Bereitschaft zur unentgeltlichen Begutachtung nicht vollständig erklären kann.

Wenn zusammenfassend die wesentlichen Inputs für ökonomische Fachzeitschriften, welche von Autoren, Gutachtern und Herausgebern geliefert werden, nahezu kostenfrei erlangt werden können und sich im Hinblick auf die Kosten für Satz, Druck, Vertrieb und Marketing keine signifikanten Erhöhungen feststellen lassen, muss noch immer gefragt werden, warum sich trotz augenscheinlich niedriger Markteintrittsbarrieren und hoher Profitabilität der durchaus festzustellende Markteintritt weiterer Newcomer nicht zu Preissenkungen führt. Diese Frage soll nun im Folgenden im Rahmen einer ersten Wettbewerbsanalyse beantwortet werden.

3. Eine wettbewerbstheoretische Analyse des Marktes für ökonomische Fachzeitschriften: Zur Frage unterschiedlicher Kostenstrukturen und Qualität¹⁴

Insgesamt existieren heute im Bereich der sogenannten wissenschaftlichen, technischen und medizinischen (WTM) Fachzeitschriften (zu Englisch auch als STM Journals für „*Scientific*“, „*Technical*“ und „*Medical*“) über 2000 Verlage, welche über 1,2 Mio. Artikel pro Jahr in über 16.000 WTM Fachzeitschriften veröffentlichen (vgl. THE ECONOMIST, 2004). Eine Besonderheit dieses Marktes besteht darin, dass es sich zumindest im Bereich der Spitzenforschung um einen Weltmarkt handelt, bei dem sich die Fachzeitschriften geografisch betrachtet also in einem einzigen Markt befinden (vgl. OFT, 2002, S. 5). Auf diesem Markt lassen sich mit den kommerziellen Verlagen, den Universitätsverlagen und den nicht-kommerziellen Anbietern (vor allem wissenschaftliche Vereinigungen) drei wesentliche Anbieter-Gruppen identifizieren.

¹³ Inzwischen existiert eine breite Literatur zur Effizienz und möglichen Verbesserung des Gutachter-Prozesses. Siehe BLANK (1991), MEYER (1999), AZAR (2005, 2006), ELLISON (2002a, 2002b) sowie FREY (2003, 2004, 2005).

¹⁴ Dieser Abschnitt folgt HAUCAP, HARTWICH und UHDE (2005).

Während kommerzielle Verlagshäuser gewinnmaximierend arbeiten, nehmen die Universitätsverlage eine Mittelposition zwischen den Non-Profit-Organisationen und den kommerziellen Anbietern ein (vgl. auch MCCABE, 2002, S. 261; OFT, 2002, S. 5). Ihnen ist neben der zumindest kostendeckenden Produktion vor allem an einer möglichst weitreichenden Verbreitung von Forschungsergebnissen gelegen (vgl. auch BERGSTROM, 2001).

Wurden Non-Profit- und Universitätsverlage hauptsächlich im Zeitraum zwischen 1933 und 1945 gegründet, erschienen die ersten kommerziellen Zeitschriften vornehmlich zwischen den Jahren 1969 und 1974. Gab es im Jahre 1960 gerade einmal 30 englischsprachige ökonomische Zeitschriften, welche durchgängig von Non-Profit- und Universitätsverlagen publiziert wurden, so erhöhte sich die Anzahl der ökonomischen Fachzeitschriften bis 1980 auf 120, wobei die Hälfte der Journale bereits durch kommerzielle Anbieter verlegt wurden. Im Jahre 1998 ließen sich bereits über 300 englischsprachige ökonomische und nahezu 3.700 WTM Fachzeitschriften sämtlicher Forschungsrichtungen ausmachen, wobei zwei Drittel aus kommerziellen Verlagshäusern stammten (vgl. COMPETITION COMMISSION, 2001, S. 58). Die Tendenz zur Neugründung von Zeitschriften sämtlicher akademischer Fachrichtungen ist bis heute ungebrochen. So weist das *Institute for Scientific Information (ISI)* knapp 13.000 WTM Journale in ihrer *Scientific Master Journal List* aus (vgl. ISI, 2005). Anderenorts wird sogar von 16.000 Zeitschriften gesprochen (vgl. THE ECONOMIST, 2004). Auf der Webseite von *EconLit* wurden im November 2001 insgesamt 777 ökonomische Fachzeitschriften aufgelistet. Im Juni 2005 waren es bereits 1094, dies ist ein Zuwachs von über 40 Prozent in weniger als vier Jahren. Heute sind es noch einmal 56 ökonomische Fachzeitschriften mehr, nämlich 1150.¹⁵

Wieso können diese Markteintritte die ausufernden Preise kommerzieller Zeitschriftenverlage anscheinend nicht effektiv begrenzen? Zwar ist bereits intuitiv zu erwarten, dass Fachzeitschriften von Universitätsverlagen und von Non-Profit-Organisationen im Vergleich zu Journalen kommerzieller Anbieter zu etwas geringeren Abonnementpreisen angeboten werden (vgl. auch BERGSTROM und BERGSTROM, 2004), doch ist der tatsächliche Preisunterschied zwischen diesen Journalgruppen bemerkenswert groß. Solch signifikante Preisdifferenzen legen *prima facie* den Verdacht von Marktmacht und Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung durch die kommerziellen Verlage nahe. Nicht zuletzt aufgrund zunehmender Fusionsaktivitäten beschäftigen sich daher seit geraumer Zeit auch diverse Wettbewerbsbehörden mit dem Markt für WTM Zeitschriften (vgl. OFT, 2002). Im Zentrum dieser Analysen werden folgende Aspekte näher betrachtet: (1) Der überdurchschnittliche Preisanstieg bei kommerziellen Journalen, (2)

¹⁵ Vgl. http://www.econlit.org/journal_list.html (Stand: Oktober 2006).

der signifikante Preisunterschied zwischen nicht-kommerziellen und kommerziellen Journals, (3) die Profitabilität kommerzieller Verlagshäuser sowie (4) die Entwicklung von elektronischen Zugangsplattformen und damit einhergehend die Frage der Produktbündelung.

Für den Verdacht von Marktmacht kommerzieller Verlage spricht zunächst die Tatsache, dass der Markt für ökonomische Fachzeitschriften durch einen hohen Grad an vertikaler und horizontaler Produktdifferenzierung geprägt ist. Eine solche Produktdifferenzierung stellt mithin allerdings noch keine hinreichende Bedingung für Marktmacht dar. Als ein hinreichendes Argument gilt die Existenz von hohen Markteintrittsbarrieren für potenzielle Wettbewerber (vgl. auch BRÄUNINGER und HAUCAP, 2003b, S. 285). Auf den ersten Blick scheint es allerdings nur schwer möglich, hinreichend hohe Markteintrittsbarrieren auf dem Markt für akademische Journals zu identifizieren. Zum einen sind die bereits weiter oben diskutierten Marktzutrittschranken als nicht signifikant zu beurteilen und zum anderen ist *prima facie* keine übermäßige Marktkonzentration zu erkennen, wie es die nachfolgende Tabelle illustriert.

Verleger von ISI geführten WTM Zeitschriften (1998)				
<i>Verlag</i>	<i>Verlagsart</i>	<i>Anzahl der von ISI geführtem Fachzeitschriften</i>	<i>Anteil an Fachzeitschriften in Prozent</i>	<i>Anteil an Artikeln in Prozent (1994 bis 1998)</i>
Elsevier Science	Kommerziell	994	13	20
Wolters Kluwer	Kommerziell	552	7	7
Harcourt General	Kommerziell	353	5	5
Blackwell Publishers	Kommerziell	341	4	4
Bertelsmann	Kommerziell	326	4	4
Wiley	Kommerziell	279	4	4
Taylor & Francis*	Kommerziell	191	2	1
Sage	Kommerziell	123	2	0
Karger	Kommerziell	101	1	1
Institute of Electrical and Electronics Engineers	Non-Profit	93	1	1
Cambridge University Press	Universitätsverlag	84	1	1
Gordon & Breach	Kommerziell	84	1	1
Oxford University Press	Universitätsverlag	83	1	1
Marcel Dekker	Kommerziell	76	1	1
Holtzbrinck	Kommerziell	67	1	1
American Institute of Physics	Non-Profit	41	1	2
Scandinavian University Press	Universitätsverlag	39	1	0
University of Chicago Press	Universitätsverlag	39	1	1
Mary Ann Liebert Inc	Kommerziell	34	0	0
IOP Publishing Ltd (Institute of Physics)	Non-Profit	32	0	0
American Chemical Society	Non-Profit	31	0	2
Havas	Kommerziell	31	0	0
Andere (2028 Herausgeber)		3.716	48	40
Gesamt		7.710	100	100

Quelle: COMPETITION COMMISSION Report, 2001, basierend auf ISI Daten.

Auch wenn eine relativ unelastische Nachfrage vermutet werden darf, so lässt sich zusätzlich anführen, dass aus Sicht der Bibliotheken doch weiterhin die prinzipielle Möglichkeit besteht, hoch bepreiste durch weniger teure ökonomische Journale zu substituieren und bereits durch diesen Drohpunkt kommerzielle Verlage in ihrer Preispolitik zu disziplinieren. Ebenso steht es Wissenschaftlern grundsätzlich frei, in welchen Journalen sie publizieren und für welche Zeitschriften sie gutachterlich tätig sind (vgl. auch DIRKMAAT, 2002). Unter Berücksichtigung nicht-signifikanter Marktzutrittsbarrieren und fehlender Marktkonzentration sollte der Markt für ökonomische Fachzeitschriften folglich durch einen funktionsfähigen Wettbewerb gekennzeichnet sein, und die Abonnementpreise der Journals jeglicher Verlagsgruppe sollten sich nicht wesentlich von den Durchschnittskosten entfernen, solange nicht erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Kostenstrukturen und der angebotenen Qualität zwischen den Verlagshäusern bestehen.

Es gilt jedoch zu betonen, dass selbst im Rahmen eines intensiven Wettbewerbs auf dem Markt für ökonomische Fachzeitschriften etwaige Preissteigerungen zu erwarten sind. Da die Kosten für Fernleihen im Zuge der elektronischen Datenübermittlung erheblich gesunken sind und Wissenschaftler z.B. im Rahmen des *subito*-Systems¹⁶ selbst auf Fernleihen mehr oder minder direkt zugreifen können und somit nicht im Zuge ihrer Forschung durch zeitliche Verzögerungen blockiert werden, wird das weiter oben beschriebene Verhalten von ökonomischen Fachzeitschriften in Bibliotheken weniger wichtig. Im Hinblick auf eine daraus resultierende sinkende Nachfrage und eine für Fachzeitschriften charakteristische Durchschnittskostendegression müssten die „treuen“ Abonnenten folglich einen höheren Beitrag zur Kostendeckung leisten. Dieser Zusammenhang mag zwar zur Erklärung des *generellen* Preisanstiegs von ökonomischen Fachzeitschriften beitragen. Die Entwicklung der *Preisunterschiede* zwischen kommerziellen und Non-Profit-Zeitschriften erklärt er jedoch nicht.

Eine mögliche Ursache für das unterschiedliche Preissetzungsverhalten der Verlage bei funktionsfähigem Wettbewerb könnte aus den unterschiedlichen *Kostenstrukturen* im Zuge der Produktion von ökonomischen Fachzeitschriften resultieren. In diesem Zusammenhang lassen sich Kosten der erstmaligen Erstellung (*first copy costs*) von variablen Kosten aus der Abonnementverwaltung (*marginal subscriber costs*) differenzieren. Kosten der erstmaligen Erstellung fallen als Fixkosten unabhängig von der Anzahl der Abonnenten an und entstehen ausschließlich im Zuge der Produktion des Journals. Sie umfassen vor allem sämtliche Kosten der redaktionellen Arbeit sowie die Kosten für die erstmalige Bereitstellung und Pflege elektronischer

¹⁶ Vgl. <http://www.subito-doc.de/base/start.htm>.

Zugangsplattformen. Hingegen stellen marginale Kosten aus der Abonnement-Verwaltung variable Kosten in Abhängigkeit der Anzahl der Abonnenten dar, welche sich im Wesentlichen aus den Kostenbestandteilen für Papier und Druck, den Versand und allgemeinen Kosten aus der Abonnement-Verwaltung des Journals zusammensetzen.¹⁷ Dementsprechend darf davon ausgegangen werden, dass die Durchschnittskosten bei solchen Fachzeitschriften höher sind, die einen relativ hohen Spezialisierungsgrad besitzen und sich somit *per se* weniger Nachfragern gegenübersehen als relativ allgemein gehaltene Zeitschriften, die für einen breiteren Leserkreis interessant sein können.

Für einen effizienten Markt wäre jedoch zu erwarten, dass die Preisunterschiede zwischen den einzelnen Journals mit einem ähnlichen Spezialisierungsgrad relativ gering ausfallen. Aufgrund einer überwiegend identischen Produktionstechnik werden sich die Kosten der erstmaligen Erstellung zwischen nicht-kommerziellen und kommerziellen Verlagen in diesem Bereich nicht wesentlich unterscheiden (vgl. auch BERGSTROM, 2001, S. 186). Es lassen sich zwar im Zuge der erstmaligen Bereitstellung eines elektronischen Zugangs vor allem von solchen Zeitschriften steigende Skalenerträge realisieren, welche eine relativ breite Nachfrage bedienen; allerdings können die signifikanten Preisunterschiede im Segment der *nicht spezialisierten* kommerziellen und nicht-kommerziellen Journals nicht erklärt werden, da diese nahezu identische Fixkosten und variable Kosten pro Kopie aufweisen. Wenn überhaupt, werden steigende Skalenerträge eine bedeutendere Rolle für die großen kommerziellen Verlagshäuser spielen (vgl. ähnlich OFT, 2002, S. 9 f.),¹⁸ sodass diese tendenziell eine günstigere Kostenstruktur aufweisen dürften.

Wenn demnach das unterschiedliche Preissetzungsverhalten nicht aus unterschiedlichen Kostenstrukturen der Verlagshäuser abgeleitet werden kann, mag eine *differenzierte Qualität* der einzelnen ökonomischen Journals als eine mögliche Begründung für die vorherrschenden Preisunterschiede zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen Zeitschriften dienen. Zur Messung der Qualität von Journalinhalten werden in der einschlägigen Literatur unterschiedliche Indikatoren vorgeschlagen. Während BERGSTROM (2001) sowie BERGSTROM und BERGSTROM (2004) als Indikatoren den „Preis pro Seite“ und den „Preis pro Zitation“ als Kriterien anführen,

¹⁷ TENOPIR und KING (2000) schätzen die Kosten der erstmaligen Erstellung eines Journals auf USD 100 pro Seite und die marginalen Kosten in der Abonnementverwaltung auf US\$ 0,02 pro Seite.

¹⁸ Darüber hinaus dürften kommerzielle Verlagshäuser schon deshalb zu geringeren Kosten produzieren, weil sie Betriebsgrößenvorteile und Vorzüge aus der Produktbündelung auf elektronischen Plattformen realisieren, die demhingegen von Non-Profit- oder Universitätsverlagen nicht in einem ähnlichen Ausmaß generiert werden können (vgl. auch OFT, 2002; MCCABE, 1999).

verwenden BRÄUNINGER und HAUCAP (2003b) den „Preis pro qualitätsgewichteten Artikel“¹⁹ als einen Qualitätsmaßstab. Unabhängig von der jeweiligen Indikatorenauswahl führen beide Studien jedoch zu demselben Ergebnis. So stellt BERGSTROM (2001) fest, dass die sechs meist-zitierten Journals aus nicht-kommerziellen Verlagshäusern stammen und deren durchschnittlicher Abonnementpreis rund USD 180 pro Jahr beträgt, während nur fünf der zwanzig meist-zitierten Fachzeitschriften von kommerziellen Anbietern verlegt werden, die einen durchschnittlichen Abonnementpreis von ca. USD 1.660 pro Jahr verlangen. BRÄUNINGER und HAUCAP (2003b) stellen zudem fest, dass die Zeitschriften mit den besten „Preis-Leistungs-Verhältnissen“²⁰ überwiegend von nicht-kommerziellen Anbietern verlegt werden und nicht nur einen niedrigeren Preis pro qualitätsgewichtetem Artikel, sondern im Durchschnitt auch einen niedrigeren Bezugspreis pro Jahr und eine höhere Anzahl an veröffentlichten Artikeln aufweisen. Folglich bleibt festzuhalten, dass sich Qualitätsunterschiede zwischen den Journals zwar mit Hilfe ausgewählter Indikatoren messen lassen, diese Unterschiede jedoch nicht als eine erklärende Variable für die vorherrschenden Preisunterschiede im Markt geeignet sind, da gerade Zeitschriften mit relativ höher qualifizierten Artikeln zu einem relativ niedrigerem Bezugspreis angeboten werden.

Wenn demnach weder unterschiedliche Kostenstrukturen noch unterschiedliche Qualitäten als eine mögliche Ursache für die signifikanten Preisunterschiede im Markt für WTM Journals und damit auch für ökonomische Fachzeitschriften gelten können (vgl. hierzu auch TENOPIR und KING, 2000), sollte es einen möglicherweise weniger intuitiven Grund für den Preissetzungsspielraum kommerzieller Verlagshäuser geben.

4. Zweiseitige Märkte ("two sided markets"), Fusionsaktivitäten und Produktbündelung als Determinanten der Preisunterschiede auf dem Markt für ökonomische Fachzeitschriften

Wie bereits weiter oben erwähnt lassen sich ökonomische Fachzeitschriften als eine Intermediationsplattform zur Kommunikation zwischen den Autoren und potenziellen Lesern charakterisieren. In diesem Zusammenhang sind die Autoren zwar nicht ausschließlich, jedoch in einem hinreichenden Maße an (a) einer möglichst hohen Verbreitung ihrer Forschungsergebnisse und

¹⁹ Im Gegensatz zu einem „Preis pro Seite“ oder „Preis pro Zitation“ berücksichtigt der von BRÄUNINGER und HAUCAP (2003a, S. 286 f.) vorgeschlagene Indikator auch die Wertschätzung der publizierenden und gutachterlich tätigen Autoren, so dass eine Unterbewertung von solchen Artikeln entfällt, die als Veröffentlichung für eigene Lehrzwecke und als Berichte für die wirtschaftspolitische Debatte nur wenig zitiert werden.

²⁰ Das Preis-Leistungs-Verhältnis wird definiert als der Quotient aus dem Preis eines Journals und seinem Marktanteil (Anzahl potenzieller Nutzer).

(b) einer möglichst hohen Reputation der betreffenden Fachzeitschrift, in der ihre Ergebnisse publiziert werden, interessiert. Die Reputation einer Fachzeitschrift hängt wiederum davon ab, wie hoch die Qualität und damit die Relevanz der in der Vergangenheit publizierten Aufsätze waren. Je höher die Reputation einer Fachzeitschrift ausfällt, desto mehr Artikel hoher Qualität wird diese attrahieren können und umso interessanter ist es für Autoren, einen Beitrag genau bei dieser Fachzeitschrift einzureichen. Ein solcher Zusammenhang beschreibt einen ersten *Netzeffekt*: Je mehr hoch-qualitative Beiträge bei einer Fachzeitschrift eingereicht werden, desto eher steigt das Ansehen dieser Zeitschrift und umso mehr Autoren erachten es als notwendig, genau bei dieser Fachzeitschrift auch zukünftige Artikel einzureichen.

Aus Sicht der Nachfrager (Bibliotheken und potenzielle Leser) steigt die Relevanz bzw. der Nutzen einer Fachzeitschrift, je mehr Autoren versuchen, (hoch-qualitative) Artikel in einer Zeitschrift zu platzieren. Je mehr Leser nun eine einzelne Fachzeitschrift nutzen, desto interessanter wird es für Wissenschaftler, in eben dieser Fachzeitschrift zukünftige Artikel zu publizieren. Aus diesem Zusammenhang leitet sich folglich ein zweiter Netzeffekt ab. Beide Netzeffekte zusammenfassend werden *erstens* infolge des Reputationseffektes umso mehr Autoren in einer Fachzeitschrift publizieren wollen, je mehr andere Autoren hoch-qualitative Artikel in dieser Zeitschrift publizieren. Und *zweitens* werden aufgrund des Qualitätseffekts umso mehr Leser eine Zeitschrift interessant finden, je mehr Autoren dort publizieren wollen, während umso mehr Autoren in einer Zeitschrift publizieren wollen, je mehr Leser die Zeitschrift hat.

Da die beiden Netzeffekte einen jeweils signifikanten Einfluss der Nachfrageseite (Leser) auf die Angebotsseite (Autoren) und umgekehrt beschreiben, lässt sich der Markt für ökonomische Fachzeitschriften als ein *zweiseitiger Markt* („*two-sided market*“) begreifen.²¹ Während die Effizienz der Preissetzung auf solchen Märkten nur schwer beurteilt werden kann (vgl. ROCHET und TIROLE, 2003, WRIGHT, 2004, PEITZ, 2006), lässt sich bei einer Existenz von Netzeffekten jedoch eine quasi-monopolistische Preispolitik des Plattforminhabers leicht nachweisen. BERGSTROM (2001) führt in diesem Zusammenhang die Erkenntnisse des aus der Spieltheorie bekannten Koordinationsspiels als Begründung für die vom Konkurrenzmarktgleichgewicht abweichende Preissetzung kommerzieller Anbieter von Fachzeitschriften an. Die zentrale Er-

²¹ Ein so genannter zweiseitiger Markt ist nach ROCHET und TIROLE (2003) wie folgt gekennzeichnet: Bei Zahlungen von a^B und a^S durch Käufer und Verkäufer pro Transaktion hängt das gesamte Transaktionsvolumen nicht nur von der Summe der beiden Zahlungen $A = a^B + a^S$ ab, sondern zudem von der Struktur der Zahlungen. Während z.B. bei der Mehrwertsteuer die Allokation der Steuer auf Käufer und Verkäufer für das gesamte Transaktionsvolumen irrelevant ist, gilt dies nicht für Märkte mit den beschriebenen Netzeffekten, bei dem die jeweilige Gegenseite daran interessiert ist, wie viele Teilnehmer auf der anderen Marktseite partizipieren. Für einen Überblick zu zweiseitigen Märkten siehe ROCHET und TIROLE (2003), ROSON (2005) sowie PEITZ (2006).

kenntnis ist die Folgende: Die Reputation von Fachzeitschriften hängt weniger von den durch die Journals selbst determinierten Faktoren ab (wie dem Zeitschriftentitel oder der Auswahl der Gutachter und Herausgeber), noch bieten hoch bepreiste kommerzielle Journals eine bessere „Servicequalität“ an als nicht-kommerzielle Zeitschriften. Das Prestige einer einzelnen Fachzeitschrift bildet sich vielmehr aus der Tatsache, dass einige wenige akademische Journals eine *historische Plattform* im Rahmen des Koordinationsspiels darstellen, die von renommierten Akademikern zur Publikation ihrer Ergebnisse genutzt wird. Da Wissenschaftler annahm gemäß viel eher in Fachzeitschriften mit einer hohen Reputation publizieren wollen, werden sie ihre Aufsätze primär in den angesehensten Fachzeitschriften veröffentlichen.

Da die potenziellen Leser primär an denjenigen Artikeln mit der höchsten Qualität bzw. Relevanz interessiert sind, können zumindest die renommiertesten Fachzeitschriften, welche die wichtigsten Forschungsergebnisse publizieren, kaum gegen weniger bedeutsame Zeitschriften substituiert werden. Man auch von positionalen Gütern sprechen, denn jeder Forschungsartikel ist mehr oder minder einzigartig und somit sind zumindest die Spitzen-Zeitschriften nur sehr schwer substituierbar.²² So gesehen stellt im Zuge einer wettbewerbsökonomischen Marktabgrenzung streng genommen jede *einzelne* Spitzen-Zeitschrift einen eigenen relevanten Markt dar, da die in ihre enthaltenen Artikel nur sehr begrenzt durch andere Beiträge zu ersetzen sind (vgl. auch MCCABE, 2002). Dieser Annahme folgend, erhalten die Inhaber von Spitzen-Fachzeitschriften die Möglichkeit, in einem zweiseitigen Journal-Markt über ihre Intermediationsplattform Monopolgewinne zu realisieren.

Selbst wenn sich die Spitzen-Zeitschriften mittel- bis langfristig gegen andere Zeitschriften austauschen lassen, welche in der Folge als neue Plattform dienen könnten, dürfte dies einen erheblichen Koordinationsaufwand erfordern. Aufgrund der Tatsache, dass die Nachfrageseite (Bibliotheken) und Angebotsseite in einem zweiseitigen Markt wegen der bestehenden zweiseitigen Netzeffekte einer starken Abhängigkeit voneinander ausgesetzt sind und beide Marktseiten dem Nash-Gleichgewicht des Koordinationsspiels nur unter Aufwendung relativ hoher Koordinationskosten entfliehen können, entsteht für die Verleger anerkannter Journals als Eigentümer dieser Plattformen ein erheblicher Preissetzungsspielraum, resultierend aus einer an sich schon wenig preiselastischen Nachfrage, welche durch die oben geschilderten institutionellen Rigiditäten weiter an Elastizität verlieren dürfte. Unter solchen Bedingungen entsteht der An-

²² Als positional wird ein Gut bezeichnet, wenn es per Definition nicht vermehrt werden kann. Gemäß dieser Definition kann es also nur ein bestes Top-Journal einer Disziplin und ebenfalls nur ein sogenanntes „*Leading Field Journal*“ für jede Teildisziplin geben. Zum Begriff der positionalen Güter siehe HIRSCH (1976) und im Medienbereich auch KRUSE (2000).

reiz für kommerzielle Verlage, die Renten der Nachfrageseite im Zeitablauf abzuschöpfen. Folglich stellen die erhöhten Preise (Gewinne) der vom Koordinationsspiel begünstigten Journals nicht vollständig Gegenleistungen für einen echten Qualitätsinput der Verleger dar, sondern sie sind zu einem großen Teil als vereinnahmte Renten anzusehen, die sich aus Preiserhöhungen aufgrund der besonderen Eigenschaft des Journals als ein Koordinationstreffpunkt der Nachfrage- und Angebotsseite ergeben (vgl. auch BERGSTROM, 2001, S. 191). In der Tat ist die Gruppe der ökonomischen Top-Zeitschriften bemerkenswert stabil, d.h. es gibt nur eine sehr geringe Fluktuation in der Gruppe der Top-Journale (vgl. SUTTER und KOCHER, 2001).

Zudem wird der Markteintritt neuer ökonomischer Fachzeitschriften und die Substitution teurer Zeitschriften aufgrund der Tatsache erschwert, dass viele Autoren (zunehmend) darauf bedacht sind ausschließlich in solchen Zeitschriften zu publizieren, die in der *Scientific Master Journal List* des *Institute for Scientific Information (ISI)*, d.h. für Ökonomen im *Social Sciences Citation Index (SSCI)* oder für andere Fachdisziplinen in analogen Zitationsindizes geführt sind, da diese Fachzeitschriften bereits einen ausreichenden Grad an Reputation genießen, den sich neu aufgelegte Journals jedoch erst noch verdienen müssen, um im Markt bestehen zu können. Dies wird noch dadurch verstärkt dadurch, dass sich externe Evaluationen häufig gerade an diesen SSCI-Listen orientieren. Die besondere Problematik ist nun darin zu sehen, dass sich das ISI/SSCI-Listing als Monopol beschreiben lässt. Es ist höchst unklar, wann eine neue Zeitschrift in den SSCI aufgenommen wird, die Aufnahmekriterien lassen eine notwendige Transparenz vermissen. Wie schwierig sich Konkurrenzprodukte zum SSCI (ISI) tun, zeigt die Geschichte des von 2001-2002 existierenden *Prestige Factors*, ein Konkurrenzprodukt zum SSCI (ISI). Dieser ist kläglich eingegangen, nachdem ISI erfolgreich gegen den *Prestige Factor* wegen Verletzung geistiger Eigentumsrechten geklagt hatte (vgl. HANE, 2002). Zudem gab es erheblich Zweifel an der Qualität des neuen Indikators (vgl. JACSÓ, 2002). Aufgrund der sinkenden Durchschnittskosten bei Informationsprodukten dürfte der SSCI selbst ein natürliches Monopol darstellen. Zugleich verstärkt die Tatsache, dass Wissenschaftler durch Evaluatoren immer mehr dazu gezwungen werden, explizit in SSCI-gelisteten Journalen zu publizieren, dessen Monopolmacht noch, sodass ein Aufbrechen des SSCI-Monopols bzw. Markteintritt sowohl für neue Indikatoren als auch neue Zeitschriften schwierig ist.

Daneben verfügen renommierte Fachzeitschriften bereits heute über einen ausreichenden Fundus an Manuskripten (den sog. Manuskriptstau, vgl. MEYER, 2005), der auch für die nähere Zukunft die Qualität dieser Journals sichert. Newcomern entstehen durch diese Praxis zusätzliche Probleme, hoch-qualitative Artikel zu attrahieren, welche jedoch notwendig sind, um eine

notwendige Reputationsbasis aufzubauen. Somit genießen zumindest die Top-Zeitschriften quasi Monopolpositionen, die sie im Zuge der Preissetzung missbrauchen können.

Neben der vorangegangenen Analyse des Koordinationsspiels auf zweiseitigen Märkten sind aus wettbewerbsspolitischer Sicht zwei weitere Aspekte interessant, die von MCCABE (2002, 2004) sowie BERGSTROM und BERGSTROM (2004) analysiert worden sind: Dies sind zum einen die Folgen von *Zusammenschlüssen* oder *zunehmender Konzentration* bei renommierten Journals und zum anderen die *Effekte der Produktbündelung*.

Wie MCCABE (2002, 2004) anhand seiner empirischen Untersuchungen zeigt, beeinflussen sowohl *Unternehmenszusammenschlüsse* zwischen kommerziellen Verlagshäusern als auch der Trend, elektronische Plattformen für den Zugang zu Journalen bereitzustellen, die Preissetzung der Verlage signifikant. Ausgehend von der in jüngerer Zeit beobachtbaren Vielzahl von Fusionsaktivitäten im Markt für kommerzielle WTM Journale²³ und dem Aufkauf einzelner Fachzeitschriften hat MCCABE (2002) den Zusammenhang zwischen Zusammenschlüssen und deren Preissetzungsverhalten im Markt für biomedizinische Fachzeitschriften untersucht. Seine Studie gelangt zu dem Ergebnis, dass fusionierte Verlage nach dem Zusammenschluss die Preise für die von ihnen übernommenen Journale erhöhen.

Wie ist diese empirische Beobachtung jedoch zu erklären? Stellt jedes Journal einen eigenen Markt dar, so sollte der Zusammenschluss zwischen zwei Monopolen die Preise nicht beeinflussen. Wird der Markt hingegen breiter definiert, so sind die Marktanteile nach wie vor relativ gering und der Markt nicht hinreichend konzentriert, um Marktmacht anzunehmen. Demnach dürften Fusionen innerhalb einer solchen Marktstruktur keine Rolle für die Marktpreise spielen. Eine solche Argumentation setzt allerdings voraus, dass die Nachfrage nach verschiedenen Zeitschriften voneinander unabhängig ist und sich untereinander nicht bedingt. Gerade für den WTM Zeitschriften-Markt trifft diese Annahme jedoch nicht zu, denn Bibliotheken haben in aller Regel pro Fachdisziplin nur ein begrenztes Budget, sodass sie Zeitschriften oftmals zunächst in einzelne Portfolios gruppieren, um anschließend das ihr vorgegebene Budget anhand eines Indikators (z.B. einer *cost per use-ratio*) oder basierend auf kollektiven Entscheidungen auszugeben. Ein solcher Portfolio-Ansatz in der Journal-Akquisition führt zwar zu einer Reduktion von Transaktionskosten und ermöglicht damit institutionellen Nachfragern mit einem nur geringen Budget ebenfalls eine Zugangsmöglichkeit zu akademischen Fachzeitschriften, er be-

²³ Allein seit dem Jahre 1997 wurden mindestens vier bedeutende kommerzielle Verlagshäuser von Wettbewerbern übernommen (z.B. *Elsevier* und *Harcourt, Kluwer* und *Springer*).

deutet mithin aber auch eine eingeschränkte Substituierbarkeit einzelner Journals. Vor allem führt ein solcher Nachfragezusammenhang dazu, dass im Zuge einer Preiserhöhung renommierter Journale, welche den Charakter positionaler Güter haben, nicht unbedingt diese Journals abbestellt werden, sondern eher ein verzichtbares Journal „aus der zweiten Reihe“.

Des Weiteren nutzen kommerzielle Verlagshäuser verstärkt das Instrument der *Produktbündelung* nicht nur zur Befriedigung der Nachfrageseite, sondern auch als eine Markteintrittsbarriere für potenzielle Wettbewerber, indem sie die Marktmacht ihrer ökonomischen Spitzen-Fachzeitschriften teilweise auf weniger wichtige Journals übertragen. Die Bibliotheken stehen dann oftmals vor der Wahl, alle Zeitschriften eines Verlages zu beziehen, oder eben kein einziges. Da jedoch eine Bibliothek oftmals auf bestimmte Spitzen-Zeitschriften eines kommerziellen Verlages nicht verzichten möchte bzw. diese als unverzichtbar gelten, werden dann auch die eigentlich „verzichtbaren“ Zeitschriften der großen kommerziellen Verlage mitbezogen, während für andere Zeitschriften keine Mittel mehr vorhanden sind.

Gerade im Zuge des Ausbaus von elektronischen Plattformen für den Journal-Zugang spielt ein durch Produktbündelung generierter *Portfolio-Ansatz* eine bedeutende Rolle hinsichtlich des Preissetzungsverhaltens kommerzieller Anbieter. Da für die Einrichtung der Zugangsplattformen vorwiegend Fixkosten-gleiche Aufwendungen der erstmaligen Bereitstellung aufgebracht werden müssen und die variablen Kosten aus der Pflege der Plattform relativ gering ausfallen, sinken mit zunehmender Anzahl von Abonnenten die durchschnittlichen Distributionskosten. MCCABE (2004) zeigt in diesem Zusammenhang, dass eine Bereitstellung von Zeitschriftenbündeln (wie z.B. der Zugang zu allen *Elsevier*-Zeitschriften oder allen *Springer*-Journalen) auf elektronischen Zugangsplattformen sowie daraus resultierende sinkende Distributionskosten zu einer veränderten Preissetzungsstrategie kommerzieller Anbieter führen können, indem ein Wechsel von wettbewerbskonformen Preisen (the „*print regime*“) zu einer Strategie der Preisdiskriminierung (the „*digital regime*“) vollzogen wird. Die Bündelung von Spitzen-Journalen mit weniger hochklassigen Zeitschriften führt ähnlich wie bei Kinofilmen zu einem „*Block Booking*“ durch Bibliotheken. Da die Spitzen-Journale oftmals als unverzichtbar angesehen werden, kann eine Bündelung dazu führen, dass ein Verlag ohne Spitzen-Journale kaum gegenüber solchen Verlagen konkurrieren kann, welche auch über unverzichtbare Spitzen-Journale in ihrem Portfolio verfügen. Letztere können somit auch ihre Fachzeitschriften mit geringerer Qualität im Bündel mit den Spitzen-Journalen an Bibliotheken absetzen.²⁴

²⁴ Zur wettbewerbsökonomischen Problematik der Produktbündelung siehe jüngst NALEBUFF (2004).

Zugleich haben es aber auch die großen ökonomische Vereinigungen wie die *American Economic Association* (AEA), die *European Economic Association* (EEA) oder die *Royal Economic Society* (RES) lange Zeit versäumt, zusätzliche Zeitschriften im Markt zu platzieren.²⁵

5. Mögliche Auswege

Die vorangegangene Analyse hat gezeigt, dass sich die Schere zwischen steigenden Journalpreisen einerseits und sinkenden Budgets institutioneller Nachfrager andererseits zu Lasten der Effizienz des Marktes für ökonomische Fachzeitschriften auswirkt und die steigenden Preise kommerzieller Spitzen-Journale auf Marktmacht zurückzuführen sind. Institutionelle Nachfrager wie Bibliotheken, die über ein konstantes bzw. im Zeitablauf nur unwesentlich steigendes oder sogar sinkendes Budget verfügen, sind zunächst gezwungen, ihre Ausgaben umzuverteilen, um auch weiterhin einen Zugang zu den renommierten, jedoch zu hoch bepreisten Journalen zu gewährleisten.

Als eine unmittelbare Folge der steigenden Preise für ökonomische Fachzeitschriften kommerzieller Verlagshäuser haben sich jedoch mittlerweile eine Reihe von Gegeninitiativen herausgebildet, durch welche die kommerziellen Verlage in ihrer Preispolitik diszipliniert werden sollen. Mit HIRSCHMAN (1969) lassen sich grundsätzlich zwei Arten von oppositionellen Maßnahmen ausmachen, die in Abwanderung („exit“) und Widerspruch („voice“) unterteilt werden können. Als ein Beispiel für die Ausübung der „exit“-Option lässt sich die Aufgabe der etablierten *European Economic Review* als Organ der *European Economic Association* (EEA) beim *Elsevier*-Verlages und die gleichzeitige Neugründung des *Journal of the European Economic Association* anführen, das seit dem Jahre 2003 durch die *MIT-Press* verlegt wird. Die *EEA* führt in diesem Zusammenhang an, dass die bestehende Unzufriedenheit mit der Preispolitik des *Elsevier*-Verlages die Gemeinschaft dazu bewegt hat, die vertragliche Vereinbarung mit *Elsevier* zu kündigen, stattdessen ein neues Journal zu gründen und zukünftig einen Universitätsverlag mit dem Verlag zu beauftragen.²⁶

Ebenfalls als eine Ausübung der „exit“-Option ist die Neugründung von ökonomischen Fachzeitschriften zu bewerten, die mit dem expliziten Ziel erfolgt, Aufsätze in Fachzeitschriften zukünftig günstiger zur Verfügung stellen zu können. So hat die *American Economic Association*

²⁵ So hat die *American Economic Association* gerade einmal drei Journale, die *European Economic Association* und die *Royal Economic Society* haben jeweils nur zwei Fachzeitschriften aufgelegt. Demgegenüber verlegt das *American Institute of Physics* mittlerweile 78 Zeitschriften, die *American Chemical Society* 37 Zeitschriften und das *Institute of Electrical and Electronics Engineers* (IEEE) sogar 98 Zeitschriften (Stand: Dezember 2006).

²⁶ Siehe <http://www.eeassoc.org/default.asp?AId=24>.

on angekündigt, bis zum Jahre 2009 vier neue Fachzeitschriften im Markt zu platzieren.²⁷ Dies sind das *American Economic Journal: Macroeconomics*, das *American Economic Journal: Microeconomics*, das *American Economic Journal: Economic Policy* und das *American Economic Journal: Applied Economics*.

Daneben ist der Versuch zu beobachten, den renommierten Fachzeitschriften neue, überwiegend elektronisch bereitgestellte Journals gleicher Forschungsrichtung gegenüberzustellen. Prominente Beispiele sind das *Economic Bulletin*²⁸ als Konkurrenz-Journal zu den *Economic Letters* oder die Zeitschrift *Theoretical Economics*, die als konkurrierende Open Access-Fachzeitschrift dem renommierten *Journal of Economic Theory* gegenübergestellt wurde²⁹. Die mittlerweile recht reputierliche *Review of Network Economics*³⁰ wurde aus Marketing-Motiven von der international tätigen Beratungsfirma *Charles River Associates (CRA)* (bzw. ursprünglich von der *Network Economics Consulting Group, NECG*) gegründet und verlegt. Schließlich hat die *Berkeley Electronic Press (BEP)* ebenfalls eine Reihe neuer elektronischer Journale aufgelegt.

Im Hinblick auf das weiter oben beschriebene Koordinationsproblem auf zweiseitigen Journal-Märkten sowie hinsichtlich des zunächst fehlenden, jedoch notwendigen Listings im ISI/SSCI-Index dürfte der Markteintritt für diese neu gegründeten ökonomischen Fachzeitschriften jedoch als schwierig beurteilt werden, da es allenfalls nur langfristig gelingen wird, qualitativ hochwertige Artikel zu attrahieren. Die Verbindung mit einer wissenschaftlichen Vereinigung wie im Falle des *Journal of the European Economic Association* oder der vier neu gegründeten Zeitschriften der *American Economic Association* könnte zumindest das Koordinationsproblem lösen, da unmittelbar eine hohe Verbreitung garantiert wird und die Gemeinschaft durch ihren Markennamen für die Qualität der neuen Zeitschrift bürgt.³¹ Andere Zeitschriften werden es demhingegen ungleich schwerer haben, sich im Markt unter den Spitzen-Journalen zu etablieren. Durch die Benennung eines hochkarätig besetzten Herausgeberrates (Editorial Board) wie im Falle von *Theoretical Economics* oder der *Review of Network Economics* kann das Problem zwar gemildert, aber nicht vollständig gelöst werden.

²⁷ Siehe http://www.vanderbilt.edu/AEA/new_journals.htm.

²⁸ Siehe <http://economicsbulletin.vanderbilt.edu/>

²⁹ Siehe <http://www.econtheory.org/>

³⁰ Siehe <http://www.rnejournal.com/>

³¹ Zum so genannten *Umbrella Branding* siehe z.B. WERNERFELT (1988).

Hier könnten allerdings auch die deutschen Universitätsbibliotheken einen Beitrag leisten: Weder *Theoretical Economics*, noch das *Economic Bulletin* noch die *Review of Network Economics* noch die *BE Press* Journale werden bisher in den Datenbestand der gängigen Bibliotheksverbände eingepflegt. Dies sollte dringend geändert werden, um diesen Neugründungen auch hier zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen!

Wenn die geschilderte „Abwanderungs-Strategie“ aufgrund des Koordinationsproblems nur wenig erfolgversprechend scheint, um die bestehende Marktmacht im Journal-Markt aufzulösen, verbleibt die „voice“-Option als Strategie des Widerspruchs. In diesem Sinne hat BERGSTROM (2001) sämtliche Ökonomen aufgefordert, ihre bisher kostenlosen Dienste als Autoren und Gutachter nicht mehr für Zeitschriften, deren Abonnement mehr als US\$ 1000 kostet, zur Verfügung zu stellen. Allerdings dürfte auch hier ein Koordinationsproblem entstehen, und bisher scheint dieser Aufruf die Preissteigerungen nicht wirksam gehemmt zu haben.

Eine größere Wirkung hinsichtlich des Widerspruchs dürften demhingegen konzertierte Aktionen großer wissenschaftlicher Gesellschaften aus dem Bereich der Forschungsförderung erzielen. So haben die amerikanischen *National Institutes of Health* (NIH) beschlossen, dass ab Mai 2005 jegliche durch die NIH finanziell geförderten Forschungsergebnisse online und kostenfrei zur Verfügung stehen müssen. In dieser Hinsicht wird die *National Library of Medicine* ein gesondertes elektronisches Archiv aufbauen. Diese Entscheidung hat Gewicht, da elf Prozent aller medizinischen Fachaufsätze und 30 bis 50 Prozent der wichtigsten Aufsätze mit Hilfe finanzieller Förderung durch die NIH entstanden sind (vgl. THE ECONOMIST, 2005). Dem entsprechend haben Verlage wie *Elsevier* mittlerweile ihre Copyright-Politik gegenüber Autoren geändert, deren Forschung durch die NIH finanziell unterstützt wurde.

In Europa haben im Oktober 2003 führende Wissenschaftsverbände aus Deutschland, Frankreich und der Schweiz die sogenannte „Berliner Erklärung“ unterzeichnet, um den freien Zugang zu Forschungsergebnissen einzufordern. Die *Max-Planck-Gesellschaft* (MPG) z.B. hat als Mitunterzeichnerin begonnen, neue Arbeitsverträge so zu gestalten, dass Wissenschaftler ihre Copyrights nicht mehr an kommerzielle Verlage transferieren können, sondern diese ausschließlich im Hause der MPG verbleiben (vgl. THE ECONOMIST, 2004). Hier sollten andere forschungsfördernde Organisationen wie die DFG, das BMFT, die EU oder die Wissenschaftsminister koordiniert nachziehen.

Tatsächlich haben einige Zeitschriften und Verlage wie z.B. *Springer* begonnen, Autoren gegen Gebühr eine „Open Choice“-Option zu gewähren. So können Autoren beim *Springer*-Verlag gegen eine einmalige Zahlung von zur Zeit €3000 veranlassen, dass ihr Aufsatz elektronisch frei zugänglich ist (vgl. WEINL, 2005). Vollkommen dem „Autor-zahlt-Modell“ hat sich das 2003 vom Medizin-Nobelpreisträger Harold Varmus gegründete Magazin *Public Library of Science* verschrieben, bei dem Autoren eine Publikationsgebühr von US\$ 1500 zu entrichten haben, um die editorischen Kosten abzudecken (vgl. WEINL, 2005). Auf diese Weise können Autoren in einer hochrangigen Zeitschrift publizieren und dennoch relativ kostengünstig eine weite Verbreitung erreichen. Auf zweiseitigen Märkten ist eine solche Bezahlstruktur, im Rahmen derer beide Nutzer einer Plattform (Autoren und Leser) an den Kosten der Bereitstellung partizipieren, durchaus nicht unüblich (vgl. ROCHET und TIROLE, 2003; WRIGHT, 2004). Allerdings gilt es aus ökonomischer Perspektive das Problem der Externalitäten zu beachten, dass entsteht, weil sowohl Leser als auch Autoren von der Publikation eines Aufsatzes profitieren und die jeweilige Gegenseite nicht den Nutzen der jeweils anderen Seite im Zuge ihrer Publikations- bzw. Abonnementsentscheidung bedenkt. In diesen Fällen ist die effiziente Preisstruktur oftmals nicht leicht zu ermitteln (vgl. JEON, LAFFONT und TIROLE, 2004). Nichtsdestotrotz scheint die konzertierte Aktion von Forschungsgesellschaften und Wissenschaftsverbänden grundsätzlich geeignet zu sein, die Marktmacht der Spitzen-Journale wirksam zu disziplinieren.

Die unter dem Dach der *Association of Research Libraries* (ARL) angesiedelte und aus der Allianz einer Vielzahl von Universitäten und wissenschaftlichen Bibliotheken im Jahre 1997 hervorgegangene *Scholarly Publishing and Research Coalition* (SPARC) verfolgt eine im Vergleich zum „Open Choice“-Konzept weitergehende „Open Access“-Strategie im Sinne der „*Budapest Open Access Initiative*“ und der „*Berliner Erklärung über offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen*“ als eine Reaktion auf die hohen und noch immer steigenden Preise für renommierte wissenschaftliche Fachzeitschriften.³² Die Rolle deutscher Bibliotheken, die eine Mitgliedschaft bei SPARC Europe erwirken können, erstreckt sich in dieser Hinsicht auf den verstärkten Ausbau von „Open Access“-Plattformen, den vermehrten Bezug von sogenannten „SPARC-endorsed journals“ wie z.B. dem *Journal of the European Economic Association* oder *Theoretical Economics* sowie auf die Unterstützung im Rahmen der Gründung weiterer elektronischer „Open Access“-Journale.³³ Bisher zählen in Deutschland jedoch nur die Bayerische

³² Siehe www.arl.org/sparc.

³³ Vgl. hierzu den am 06.10.2006 veröffentlichten „EU-Bericht zum Markt der wissenschaftlichen Publikationen“, in dem sich eine Vielzahl von Wissenschaftlern, akademischen Organisationen, Bibliotheken und Verlage für die EU-Empfehlung aussprachen, mit öffentlichen Mitteln geförderte Forschungsergebnisse auch öffentlich zugänglich zu machen. Die Studie ist abrufbar unter http://ec.europa.eu/research/science-society/pdf/scientific-publication-study_en.pdf.

Staatsbibliothek sowie die Universitätsbibliotheken in Bochum, Bielefeld, Göttingen, Münster und Oldenburg zu den deutschen Mitgliedern von SPARC Europe. Auch die Unterstützung von „SPARC-endorsed journals“ ist in Deutschland bisher eher als mäßig zu bezeichnen. Während nahezu sämtliche Universitäten noch die von der *European Economic Association* aufgebene und hochpreisige von *Elsevier* weiter geführte Zeitschrift *European Economic Review* beziehen, findet sich das neue *Journal of the European Economic Association* laut Katalogrecherche momentan lediglich an 28 Universitäten.

Eine letzte Maßnahme, um die bestehende Marktmacht renommierter Fachzeitschriften zu disziplinieren, besteht in dem Versuch, das ISI/SSCI-Zitationsmonopol sukzessive aufzubrechen. Hierzu wären alternative Zitationsindizes erforderlich, die ggf. als „Open Access“-Projekte durchgeführt werden können.³⁴ Zu denken wäre an eine offene Plattform, über welche Verlage selbst die Zitationen bzw. Literaturlisten der von ihnen publizierten Aufsätze einpflegen könnten.

Ein weiterer alternativer Index wird momentan mit Hilfe der fächerübergreifenden Datenbank *SCOPUS* des *Elsevier* Verlages aufgebaut.³⁵ Im Vergleich zum *SSCI* („ISI Web of Knowledge“) enthält *SCOPUS* etwa 14.500 Fachzeitschriften ab Publikationsjahr 1999, die sich zu 90 Prozent aus den Fachbereichen Medizin, Naturwissenschaften und Technik und zu 10 Prozent aus den Fachbereichen der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften sowie der Psychologie zusammensetzen. Damit liefert *SCOPUS* nach eigenen Angaben über 90 Prozent der in ISI/SSCI erfassten Fachzeitschriften sowie weitere 6.500 Journale, wobei der Anteil an europäischen Zeitschriften in *SCOPUS* deutlich höher ausfällt als im *SSCI*.

6. Fazit

Der bemerkenswerte Anstieg des Preises für ökonomische und andere akademische Fachzeitschriften sowie die signifikanten Preisunterschiede zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen Verlagen sind nicht hinreichend durch unterschiedliche Kostenstrukturen oder Servicequalitäten zu erklären. Vielmehr besitzen die forschungsorientierten Spitzen-Journale Marktmacht, da sie sie sich als positionale Güter beschreiben lassen, welche aufgrund der Ein-

³⁴ Es existieren Studien, die belegen, dass Open-Access-Publikationen häufiger zitiert werden als Journal-Artikel (vgl. bspw. HARNAD (2006); MOED (2006)). Dennoch sind Wissenschaftler grundsätzlich schlecht informiert und nutzen Open-Access-Publikationsangebote noch äußerst wenig, wie unter anderem eine Befragung der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) belegt (vgl. DFG (2006)).

³⁵ Siehe www.scopus.com.

zigartigkeit jedes einzelnen Artikels einen eigenen Markt konstituieren und von Bibliotheken nur unter großen Schwierigkeiten substituiert werden können. Für weniger hochrangige Forschungszeitschriften oder Zeitschriften für Lehr- und Beratungszwecke gilt dies hingegen kaum – hier ist eine Substitution eher möglich und demzufolge Marktmacht kaum ausgeprägt.

Aufgrund des Koordinationsproblems zwischen Autoren, Gutachtern und Bibliotheken auf dem zweiseitigen Journal-Markt gestaltet sich der Markteintritt für neue Zeitschriften und die Ablösung teurer Spitzen-Journale als äußerst schwierig. Hinzu treten zum einen Wechselkosten aus einer Lock-in-Situation der Bibliotheken sowie eine aufgrund der kollektiven Entscheidungsfindung in diesen Institutionen relativ unelastische Nachfrage. Zum anderen lassen sich vermehrt Zusammenschlüsse von Verlagsunternehmen und damit eine zunehmende Marktkonzentration sowie Strategien der Produktbündelung kommerzieller Verlagshäuser feststellen. Schließlich wird der Markteintritt für Newcomer durch das notwendige ISI/SSCI-Listing als ein faktisches Monopol für Zitationsindizes erschwert. Dessen Monopolstellung wiederum wird noch dadurch gestärkt, dass die Evaluation von Forschungsleistungen sich immer häufiger explizit an Publikationen in SSCI-gelisteten Zeitschriften orientiert. Sämtliche Aspekte bedeuten zusammen genommen einen erhöhten Preissetzungsspielraum für etablierte und besonders renommierte ökonomische Fachzeitschriften.

Abwanderung und Neugründung lassen sich als zwei grundsätzliche oppositionelle Maßnahmen anführen, die für den sukzessiven Abbau von Marktmacht renommierter Journale geeignet erscheinen. Im Hinblick auf das Koordinationsproblem auf den zweiseitigen Märkten für ökonomische Fachzeitschriften sowie eines notwendigen ISI/SSCI-Listings dürfte der Markteintritt neu gegründeter Fachzeitschriften jedoch wiederum mit Schwierigkeiten verbunden sein. Ein effektiver Ausweg, welcher disziplinierend auf die bestehende Marktmacht etablierter Verlage wirken könnte, scheint die Rahmen von unterschiedlichen „Open Choice“ bzw. „Open Access“-Konzepten konzertierte Aktion von Forschungsgemeinschaften, Universitäten und Bibliotheken zu sein.

An die Bibliotheken seien hier noch einmal die beiden Aufforderungen gerichtet, (a) neue Open Access Zeitschriften wie *Theoretical Economics*, das *Economic Bulletin* und die *Review of Network Economics* sowie die *BE Press* Journale in den Datenbestand der gängigen Bibliotheksverbände einzupflegen, und (b) verstärkt „SPARC-endorsed journals“ wie das *Journal of the European Economic Association* oder *Theoretical Economics* zu beziehen und die SPARC-Initiative zu unterstützen.

Literaturverzeichnis

- Azar, O. (2005): The Review Process in Economics: Is it Too Fast? *Southern Economic Journal*, 72, 481-491.
- Azar, O. (2006): The Academic Review Process: How Can We Make it More Efficient? *American Economist*, 50, 37-50.
- Bergstrom, C.T. und T.C. Bergstrom (2004): The Costs and Benefits of Library Site License to Academic Journals. *Proceedings of the National Academy of Science*, 101, 897-902.
- Bergstrom, T.C. (2001): Free Labor for Costly Journals? *Journal of Economic Perspectives*, 15, 183-198.
- Blank, R. (1991): The Effects of Double-Blind versus Single-Blind Reviewing: Experimental Evidence from the American Economic Review. *American Economic Review*, 81, 1041-1067.
- Bommer, R. und H.W. Ursprung (1998): Spieglein, Spieglein an der Wand: Eine publikationsanalytische Erfassung von Forschungsleistungen volkswirtschaftlicher Fachbereiche in Deutschland, Österreich und der Schweiz. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*, 118 (1), 1-28.
- Bös, D. (2000): Gedanken zum Refereesystem in ökonomischen wissenschaftlichen Zeitschriften. *Homo Oeconomicus*, 16, 247-275.
- Bräuninger, M. und J. Haucap (2001): Was Ökonomen lesen und schätzen: Ergebnisse einer Umfrage. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 2, 185-210.
- Bräuninger, M. und J. Haucap (2003a): Relevance and Reputation of Economics Journals. *Kyklos*, 56, 175-198.
- Bräuninger, M. und J. Haucap (2003b): Das Preis-Leistungs-Verhältnis ökonomischer Fachzeitschriften. *Schmollers Jahrbuch*, 123, 285-305.
- Coase, R.H. (1937): The Nature of the Firm. *Economica*, 4, 386-405.
- Competition Commission (2001): Reed Elsevier plc and Harcourt General Inc: A Report on the Proposed Merger, CC Report, London.
- Coupé, T. (2003): Revealed Performances: Worldwide Rankings of Economists and Economics Departments. *Journal of the European Economic Association*, 1, 1309-1345.
- Deutsche Forschungsgemeinschaft (2006): Publikationsstrategien im Wandel, online abrufbar unter: http://www.dfg.de/dfg_im_profil/zahlen_und_fakten/statistisches_berichtswesen/open_access/download/oa_ber_dt.pdf.
- Dirkmaat, J. (2002): Comment: Pricing and Costs of Electronics Journals. *Journal of Economic Perspectives*, 16, 227-230.
- Ellison, G. (2002a): The Slowdown of the Economics Publishing Process. *Journal of Political Economy*, 110, 994-1034.
- Ellison, G. (2002b): Evolving Standards for Academic Publishing: A q-r Theory. *Journal of Political Economy*, 110, 947-993.
- Engers, M. und J.S. Gans (1998): Why Referees Are Not Paid (Enough), *American Economic Review*, 88, 1341-1349.

- EU-Bericht zum Markt der wissenschaftlichen Publikationen, online abrufbar unter: http://ec.europa.eu/research/science-society/pdf/scientific-publication-study_en.pdf.
- Farrell, J. und P. Klemperer (2007): Coordination and Lock-In: Competition with Switching Costs and Network Effects, erscheint in M. Armstrong und R. Porter (Hrsg.), *Handbook of Industrial Organization*, Vol. 3, Elsevier: Amsterdam.
- Frey, B.S. (2003): Publishing as Prostitution? Choosing between one's own Ideas and Academic Success. *Public Choice*, 116, 205-223.
- Frey, B.S. (2004): Publizieren als Prostitution? *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 5, 333-336.
- Frey, B.S. (2005): Problems with Publishing: Existing State and Solutions. *European Journal of Law and Economics*, 19, 173-190.
- Hane, P. J. (2002): The Prestige (Factor) is Gone. *Information Today*, 19 (5), online unter: <http://www.infotoday.com/it/may02/hane1.htm>
- Harnad, S. (2006): The Self-Archiving Impact Advantage: Quality Advantage or Quality Bias?, online unter: <http://opcit.eprints.org/oacitation-biblio.html>.
- Haucap, J., T. Hartwich und A. Uhde (2005): Besonderheiten und Wettbewerbsprobleme des Marktes für wissenschaftliche Fachzeitschriften. *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung*, 74 (3), 84-107.
- Hirsch, F. (1976): *The Social Limits to Growth*. Harvard University Press: Cambridge, MA.
- Hirschman, A.O. (1969): *Exit, Voice, and Loyalty*. Harvard University Press: Cambridge, MA. Ins Deutsche übersetzt von L. Walentik als *Abwanderung und Widerspruch: Reaktion auf Leistungsabfall bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten*. Neuausgabe 2004, Mohr Siebeck: Tübingen.
- Institute for Scientific Information (2005): Thomson Scientific Master Journal List, online abrufbar unter: <http://www.isinet.com/cgi-bin/jrnlst/jlresults.cgi?PC=MASTER>.
- Issman-Weit, E. und O. Shy (2003): Pricing of Library Subscriptions with Applications to Scientific Journals. *Journal of Economics and Business*, 55, 197-218.
- Jacsó, P. (2002): The Mirage of Prestige: About the Prestige Factor Database. Online unter: <http://www2.hawaii.edu/~jacso/extra/infotoday/prestige/mirage-prestige.htm>
- Jeon, D.-S., J.-J. Laffont und J. Tirole (2004): On the „Receiver Pays“ Principle. *RAND Journal of Economics*, 35, 85-110.
- Kruse, J. (2000): Sportveranstaltungen als Fernsehware. In: H.-M. Schellhaaß (Hrsg.), *Sportveranstaltungen zwischen Liga- und Medien-Interessen*. Schriftenreihe des Arbeitskreises Sportökonomie, Bd. 3, Hoffmann: Schorndorf, 15-39.
- Kyrillidou, M. (1999): *Spending More for Less*. Association of Research Libraries (ARL) Report. ARL: Washington D.C.
- Laband, D.N. (1990), Is There Value-Added from the Review Process in Economics?: Preliminary Evidence from Authors. *Quarterly Journal of Economics*, 105: 341-353.
- Laband, D.N. und M. Piette (1994): The Relative Impact of Economics Journals: 1970-1990. *Journal of Economic Literature*, 32, 640-666.
- Liebowitz, S.J. und J.C. Palmer (1984): Assessing the Relative Impact of Economic Journals. *Journal of Economic Literature*, 22, 77-88.
- Liu, L.G. und B. Allen (2003): Economics of Libraries. *Library Trends*, 51 (3), Sonderheft.

- McCabe, M.J. (1998): *The Impact of Publisher Mergers on Journal Prices: A Preliminary Report*. Association of Research Libraries: Washington D.C.
- McCabe, M.J. (2002): Journal Pricing and Mergers: A Portfolio Approach. *American Economic Review*, 92, 259-69.
- McCabe, M.J. (2004): Information Goods and Endogenous Pricing Strategies: The Case of Academic Journals. *Economics Bulletin*, 12, 1-11.
- Meyer, D. (1999): Publishing Articles - Findings and Open Questions of an Empirical Study Conducted Among Editors of Economic Journals. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*, 119, 531-559.
- Meyer, D. (2005): Manuskriptstaus behindern den Wissenschaftsbetrieb, Diskussionspapier Nr. 40, Helmut-Schmidt Universität - Universität der Bundeswehr Hamburg
- Moed, H. F. (2006): The Effect of Open Access Upon Citation Impact: An Analysis of ArXiv's Condensed Matter Section, online unter: <http://opcit.eprints.org/oacitation-biblio.html>.
- Moore, W.J.; Newman, R.J. und G.K. Turnbull (2001): Reputational Capital and Academic Pay. *Economic Inquiry*, 39, 663-671.
- Nalebuff, B. (2004): Bundling as an Entry Barrier. *Quarterly Journal of Economics*, 119, 159-187.
- Office of Fair Trading (OFT) (2002): *The Market for Scientific, Technical and Medical Journals: A Statement by the OFT*. OFT: London.
- Peitz, M. (2006): Marktplätze und indirekte Netzwerkeffekte. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik* 7, 317-333,
- Rochet, J.C. und J. Tirole (2003): Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1: 990-1029.
- Roson, R. (2005): Two-Sided Markets: A Tentative Survey. *Review of Network Economics*, 4, 142-160.
- Shapiro, C. und H.R. Varian (1999): *Information Rules*, Harvard Business School Press, ins Deutsche übersetzt als: *Online zum Erfolg*, Langen-Müller/Herbig: München.
- Storbeck, O. (2006): Ökonomische Zwei-Klassen-Gesellschaft, *Handelsblatt* vom 18.9.2006, online unter: http://www.handelsblatt.com/news/default_302032_1136563.aspx
- Sutter, M. und M. Kocher (2001): Tools for Evaluating Research Output: Are Citation-Based Rankings of Economics Journals Stable? *Evaluation Review*, 25, 555-566.
- Tenopir, C. und D.W. King (2000): *Towards Electronic Journals*, Washington D.C.
- The Economist (2001): Journal Wars. *The Economist*, 10. Mai 2001.
- The Economist (2004): Access all Areas. *The Economist*, 5. August 2004.
- The Economist (2005): Who Pays the Piper: The Advance of Open-Access Publishing. *The Economist*, 10. Februar 2005.
- Tietzel, M. (1995): *Literaturökonomik*, Mohr Siebeck: Tübingen.
- van Dalen, H.P. (1997): Measuring Giants and Dwarfs – Assessing the Quality of Economists, *Scientometrics*, 38, 231-252.
- Weinl, V. (2005): Drei Wege führen zum freien Wissen? *spectrumdirect*, 9. Juli 2005.
- Wernerfelt, B. (1988): Umbrella Branding as a Signal of New Product Quality: An Example of Signalling by Posting a Bond. *RAND Journal of Economics*, 19, 458-466.

Wright, J. (2004): One-sided Logic in Two-sided Markets. *Review of Network Economics* 3, 42-63.