

# Empfehlung der Task Force Metadatenbank VLB+

12. März 2014, Leipzig

## Präambel

Die Task Force hat umfassend zu den Anforderungen an die zukünftige Meta-Datenbank VLB+ beraten. Inhalt der Diskussion waren Qualitätsanforderungen, Funktionalitäten, Prozesse und Geschäftsmodelle. Dabei sieht sich die Task Force als fachliches Beratungsgremium, nicht aber als wirtschaftlicher Beirat.

Für die einzelnen Themenbereiche „Datenqualität und Semantik“, „Digitale Vorschauen“ und „Bewertungsdatenbank“ spricht die Task Force folgende Empfehlungen aus:

### I. Datenqualität und Semantik

#### 1. Grunddaten:

Um eine hohe Datenqualität im VLB zu gewährleisten, wird ein Set von Grunddaten für die Titelmeldung festgelegt. „Grunddaten“ definieren wir als Daten, die für eine Titelmeldung essentiell sind und vom Verlag regelmäßig gepflegt werden sollten. Dabei gibt es folgende Abstufungen:

- „Pflichtdaten“ bedeutet, dass ohne diese Daten ein Titel nicht im VLB gemeldet werden kann.
- „Statusrelevant“ bedeutet, dass diese Felder in einem finanziellen Anreizsystem berücksichtigt werden. Dabei sind produktform- und warengruppenspezifische Belange zu berücksichtigen.
- „Empfehlung“ bedeutet, dass Verlagen eine Pflege der Datenfelder dringend vornehmen sollten, sie aber nicht im Anreizsystem berücksichtigt werden.

Die hier empfohlene Definition von Grunddatenfeldern soll mit wissenschaftlichen Verlagen und Fachverlagen abgestimmt werden.

Datenfeld	Art	Empfehlung / Definition	Hinweis
<b>Pflichtfelder</b>	Pflichtdaten		u.a.: ISBN/EAN, Titel, Preis, Verlag
<b>Lieferbarkeit</b>	statusrelevant	Die Lieferbarkeit liegt in der Verantwortung des Verlags.	Meldung des Verlags kann auch ein Dienstleister umsetzen  Aktualisierung wird über eine Hinweismail von VLB (monatlich) eingefordert  Folge bei Nichteinhaltung der Aktualitätsanforderungen: Fehlende Bestätigung wird angezeigt und führt zu Statusabwertung
<b>Produktform</b>	statusrelevant	Es soll eine Erläuterung und Definition des Datenfeldes geben.	Muss bei E-Books Format (Epub/pdf) enthalten

<b>Autor</b>	statusrelevant	Es soll eine Erläuterung und Definition des Datenfeldes geben.	Plausibilität: Name des Autors oder Angabe „kein Autor“  Die Anzahl an Autoren kann über Plausibilitätsprüfung nicht überprüft werden, ist als Angabe möglich, jedoch nicht statusrelevant  VLB setzt Vorgaben für die korrekte Aufnahme eines Autorennamens Optional: Nutzung der Personennormdatei
<b>Preistyp</b>	statusrelevant		
<b>Erscheinungs-termin</b>	statusrelevant		Vorschlag: Datum (tagesgenauer Termin der Lieferbarkeit) mit Kulanzeit von 14 Tagen  Empfehlung: Soll in AG spezifiziert werden (Was ist Erscheinungstermin, wie sehen die Prozesse bei unterschiedlichen Produkten / Novitäten aus?) -> Berücksichtigung in den Plausibilitätsprüfungen

Datenfeld	Art	Empfehlung / Definition	Hinweis
<b>Cover</b>	statusrelevant		Soll so früh wie möglich, aber spätestens zum Erscheinungstermin geliefert werden
<b>Produkt-sprache</b>	statusrelevant	Es soll eine Erläuterung und Definition des Datenfeldes geben.	Bei Lehrwerken und mehrsprachigen Sammelbänden soll die Sprache definiert werden
<b>Verschlag-wortung</b>	statusrelevant		Min. 3 Schlagworte
<b>Umfang</b>	statusrelevant	Seitenzahl (immer), Anzahl CDs, Laufzeit und Anzahl Tracks	Abmessungen und Gewicht, weitere, für einzelne Produkt-formen statusrelevante Felder aufnehmen
<b>Auflage</b>	statusrelevant		Als „1. Auflage“ oder Nachfolgeauflage melden (siehe auch Produktverknüpfung / Vor- und Nachauflage), Statusrelevanz für Warengruppe 3 und folgende
<b>Zusatztext</b>	statusrelevant	Zusätzliche Qualifizierung/Erklärung des Titels	Plausibilitätsprüfung: Muss zum Erscheinungstermin vorliegen
<b>Warengruppe</b>	statusrelevant		Wie im IST
<b>Reihenangabe</b>	statusrelevant	Reihen, Bände usw.; es soll eine Erläuterung und Definition des Datenfeldes geben.	Plausibilität: Angabe Reihentitel (ja/nein) VLB erarbeitet eine Definition / Vorgabe und stimmt diese ab.
<b>Inhalts-verzeichnis</b>	Empfehlung		Eingabe in Freitextfeld (dann durchsuchbar) oder Anlieferung als PDF-Dokument
<b>Produkt-verknüpfung (Produktform)</b>	Empfehlung (statusrelevant)	Hinweise auf Ebooks, andere Produktformen usw.	Bei verlagsübergreifenden Produktverknüpfungen (Empfehlung); ggfs. Redaktionsleistung VLB; statusrelevant, wenn das zu verknüpfende Produkt im gleichen Verlag erschienen ist (HC/TB/Hörbuch etc.)"

Datenfeld	Art	Empfehlung / Definition	Hinweis
-----------	-----	-------------------------	---------

<b>Spezifische Zielgruppenbeschreibung</b>	Empfehlung	Z.B. Altersangabe für Kinderbuch	Statusrelevant bei Kinder- und Jugendbüchern; auch Eintrag „keine spezifische Zielgruppe“ möglich.
<b>Produktverknüpfung (Vor/Nach-auflage)</b>	Statusrelevant (Empfehlung)		Empfehlung nur dann, wenn NA nicht im gleichen Verlag erschienen, sonst statusrelevant
<b>Produktverknüpfung (Inhalt)</b>	Empfehlung	Erläuterung und Definition des Datenfeldes	Verknüpfung außerhalb der Reihenangaben / Bände; VLB erarbeitet eine Vorgabe zur Erläuterung und Definition
<b>Verpackungseinheit</b>	statusrelevant		Statusrelevant, sofern vorhanden, ansonsten Angabe: keine
<b>Hörbuch / Musik-CD</b>	Empfehlung	Angabe, ob es sich um eine Hörbuch oder Musik-CD handelt.	
<b>Lieferbarkeit nicht lieferbarer Titel</b>	Empfehlung		Ergänzung der Lieferbarkeit: Geplante Neuauflage

## **2. Datenqualität:**

Das VLB soll sich von einer Titeldatenbank zu einem Marketinginstrument für die gesamte Branche weiterentwickeln. Voraussetzung dafür ist eine höhere Datengüte, die durch Vervollständigung, Klassifizierung und Veredelung erreicht werden soll. Der Ausbau von Plausibilitäten und Prüfroutinen ist dazu unerlässlich.

Es wird empfohlen:

- Ein finanzielles Anreizsystem zu erarbeiten und dies mit den Verlagen zu diskutieren.
- Titeldaten bedarfsbezogen durch manuelle Veränderungen in Abstimmung mit den Verlagen zusätzlich weiter zu qualifizieren.
- Ein zusätzliches, kostenpflichtiges Dienstleistungsangebot für Verlage zur Pflege der Daten anzubieten.

## **3. Anreizsystem:**

Es wird empfohlen, das Preismodell des VLB komplett neu zu gestalten. Wichtigstes Grundelement der Abrechnungsvergütung ist die Qualität der Daten.

- Aufbau eines dreistufigen Qualitätssystems
- Belohnung qualitativ hochwertige Meldungen durch einen signifikanten Preisabschlag
- Sanktionierung unvollständiger Datenmeldungen durch einen signifikanten (aber nicht prohibitiven) Preisaufschlag
- Belohnung der vollständigen Meldung der Backlist durch eine geringere Titelmeldegebühr für ältere Titel

## **4. Semantische Erschließung:**

Im Bereich der semantischen Erschließung soll eine Arbeitsgruppe gebildet werden. Dieser sollen auch die Barsortimente angehören. Die Arbeitsgruppe soll mögliche Anwendungsszenarien und Umfang einer semantischen Analyse erarbeiten.

Ziel ist die Konzeption eines Produkts, das den Mitgliedern des Börsenvereins im Bereich Textanalyse als nutzbringendes Tool zur Verfügung steht. Die kartellrechtlichen Aspekte sind hier im Detail zu berücksichtigen.

## II. Digitale Vorschauen

- Die Teilnehmer befürworten ein gemeinsames, branchenweites Vorgehen beim Thema digitale Verlagsvorschauen.
- Die Teilnehmer sehen digitale Vorschauen nicht in Anlehnung an die Printvorschau, sondern als umfassendes Titelinformationssystem. Ziel ist es, den Workflow zwischen Verlag und Buchhandel zu optimieren und Medienbrüche zu vermeiden.
- Der Name des Systems soll inhaltlich die Ausrichtung ‚Titelinformationssystem‘ wiedergeben, allerdings mit einem deutlichen Fokus auf Novitäten.
- Angestrebt wird ein gemeinsamer Datenpool, der zeitgleich allen Datenbankbetreibern bedarfsgerecht und in enger Verzahnung mit dem VLB zur Verfügung gestellt wird. Einheitliche Standards müssen geschaffen und fehlende Datenfelder ergänzt werden.
- Grundlegend sind Schnittstellen zu bestehenden Verlagssystemen und zu den Marketing-, Warenwirtschafts- und Bestellsystemen der Buchhändler.
- Alle Marktteilnehmer werden auf diese Daten zugreifen können, die Datenhoheit liegt beim jeweiligen Verlag.
- Die Unternehmen Softpoint, Edelweiss, Newbooks Solutions und Zero+ stellten ihre Lösungen vor. Um wesentliche Funktionalitäten nicht komplett neu entwickeln zu müssen, prüft die MVB die Zusammenarbeit mit einem oder mehreren Partnern.
- Eine Nutzung auf allen Endgeräten wird für alle Marktteilnehmer immer wichtiger.
- Belletristik- und Fachverlage haben teilweise sehr unterschiedliche Bedürfnisse, insbesondere bei der Titeldarstellung. Die MVB soll die Bedürfnisse von Fachverlage und die Vereinbarkeit dieser Bedürfnisse mit den Anforderungen der Publikumsverlage prüfen.
- Der Vorschaudienst sollte alle Zielgruppen im Blick haben, in der Diskussion lag aber der Schwerpunkt auf der Beziehung zwischen Verlag (inkl. Verlagsvertreter) und Buchhandel.
- Die Darstellung der eigenen Marke steht für die Verlage im Vordergrund. Daneben werden Funktionen für Verlagsvertreter als wichtig erachtet.
- Für Buchhändler und Endkunden ist die verlagsübergreifende Bündelung von Titeln unverzichtbar.
- Buchhändler wünschen sich darüber hinaus eine Exportfunktion von werblichem Material für ihr Endkundenmarketing
- Es wird als sehr wichtig erachtet, eine umfassende Analyse der Anforderungen von Sortimentsseite durchzuführen, um echte Mehrwerte gegenüber Print-Vorschauen zu schaffen.
- Das Geschäftsmodell ist noch offen. Präferiert wird eine Bezahlung nach Titelmeldung durch die Verlage. Eine Finanzierung durch Sortimenter erscheint unwahrscheinlich.
- Die Neutralität bei der Titelanzeige (Titellisten) wird von vielen Teilnehmern als wichtig erachtet, um den Nutzwert zu optimieren. Ein bezahltes Ranking wird abgelehnt.

### III. Bewertungsdatenbank

Die Arbeitsgruppe empfiehlt den Aufbau einer Bewertungsdatenbank auf Basis des vorliegenden Grobkonzepts, unter folgenden Bedingungen:

- Die Bewertungsdatenbank wird nur initiiert, wenn eine große Zahl von Buchhändlern von Anfang an hinter dem Projekt steht. Startbedingung ist, dass mindestens 350 Buchhandlungen gewonnen werden. Ziel ist es so, täglich insgesamt mindestens 50 neue Bewertungen einzuspeisen.
- Die Finanzierung der Bewertungsdatenbank aus dem Kreis der Teilnehmer heraus muss dauerhaft gesichert sein.
- Da sehr viele Buchhändler auf ein Whitelabel-Shop-Angebot zurückgreifen, ist eine Beteiligung von Barsortimenten und Verbundgruppen wünschenswert.
- Es wird eine rechtliche Prüfung des Vorhabens empfohlen.

#### Teilnehmer der Task-Force-Runde am 12. März 2014

1. **Margarete Ammer**, Vertriebsleitung, Heyne-Verlag
2. **Detlef Bauer**, Leiter Katalogredaktion, libri
3. **Clemens Birk**, Geschäftsführer, Umbreit
4. **Cornelia Diebel**, Informationstechnik, Deutsche Nationalbibliothek
5. **Jörg Gerschlauer**, Leitung Marketing und Vertrieb, MVB
6. **Wolfgang Hertling**, Geschäftsführer, Pala-Verlag
7. **Christoph Kaeder**, Webshop-Manager, Schweitzer Fachinformationen
8. **Joachim Kaufmann**, Geschäftsführer, Carlsen Verlag
9. **Jörg Pieper**, Leitung E-Content, Produktentwicklung, Programmleitung Bibliotheken, Schweitzer Fachinformationen
10. **Hermann-Arndt Riethmüller**, Geschäftsführender Gesellschafter, Osiander
11. **Lutz Saling**, Leitung E-Commerce, Umbreit
12. **Andre Schaper**, Leitung Elektronische Medien, Verlag Dr. Otto Schmidt
13. **Ronald Schild**, Geschäftsführer, MVB
14. **Sandra Schüssel**, Leitung Produktmanagement, MVB
15. **Rudolf Sommer**, Einkaufsleiter, KNV
16. **Michael Vogelbacher**, Leitung Informationsdienste, MVB
17. **Thomas Weigelt**, Vertriebsleitung, Goldmann
18. **Monica Wellmann**, Leitung Verkauf Buchhandel, MVB

Moderation: **Jens Löbbe**, Berater, Kirchner + Robrecht