

»Vielleicht werden wir bald übers Handy nachschlagen«

Brockhaus-Verlagssprecher Klaus Holoch über Online-Lexika und ein geplantes werbefreies Produkt für Bibliotheken

Weil immer mehr Menschen über Google und Co. Informationen suchen, will auch Brockhaus seine Lexikainhalte demnächst kostenfrei ins Netz stellen. Das Ende des Buches sieht Verlagssprecher Klaus Holoch damit keinesfalls eingeläutet, auch wenn der hybride Medienmix zukünftig weitere neue Nutzungsformen hervorbringt. Im Interview mit BuB-Redakteurin Julia Hellmich spricht Klaus Holoch auch über neue Ideen für Bibliotheken und berichtet von Bibliotheksbesuchen mit seinem elfjährigen Sohn.

BuB: Immer mehr Wissen wandert ins Netz. Selbst den Brockhaus soll es bald kostenfrei online geben. Müssen sich Buchhandel und Bibliotheken bald fragen, was sie noch ins Regal stellen können?

Klaus Holoch: Es gab einen Riesenaufschrei, als wir im Februar unser neues Online-Lexikon-Portal angekündigt haben! Viele Journalisten haben geglaubt, dass wir keine Bücher mehr machen, was nicht stimmt: Den Brockhaus wird es weiterhin gedruckt geben. Die neueste Brockhaus-Enzyklopädie ist ja gerade erst 2005 erschienen.

Für Buchhandel und Bibliotheken geht es also weiter wie gehabt, wir bieten weiterhin klassische Printprodukte.

Kürzlich war ich in einer Talkrunde, in der auch der Chef der Heidelberger Universitätsbibliothek, Veit Probst, zu Gast war. Der hat klipp und klar gesagt, dass der Online-Markt keinesfalls dafür sorgt, dass weniger Leute in sein Haus kommen, im Gegenteil, es gibt einen Zuwachs der Benutzerzahlen und hohe Ausleihzahlen.

Wir leben in einer Parallelwelt, es gibt Online- und Print-Produkte. Bald werden wir vielleicht auch noch übers Handy nachschlagen.

Wovon hängt ab, ob Print oder Online bevorzugt wird?

Wir haben tolle Erfolgserlebnisse mit Speziallexika wie »Brockhaus Kunst«, »Brockhaus Musik« und »Brockhaus Alternative Medizin«. Nur beim klassischen Nachschlagen gibt es im Internet über Google & Co. mittlerweile viele Wege, zu Ergebnissen zu kommen, und mit diesen Ergebnissen schei-

nen viele Menschen zufrieden zu sein. Da mussten wir reagieren.

Halten Sie es für wahrscheinlich, dass ein elektronisches Lesegerät das Buch einmal völlig ablöst?

Es mag dieses Gerät erfunden werden. Ich kann Ihnen von mir erzählen: Ich freu mich, wenn ich morgens die Zeitung aus dem Briefkasten hole und sie auf dem Küchentisch aufblättere, mit einer Tasse Kaffee nebenher. Im Büro bin ich fast den ganzen Tag am Rechner. Wenn ich abends um neun Uhr heimkomme, dann bin ich froh, dass der Rechner aus ist.

Ich kann mir auch nicht vorstellen, dass ich einen Roman online lese oder auf einem rechnerähnlichen Gerät. Ich bin sicher, dass es immer Print-Produkte geben wird.

Doch wir werden in diesen Parallelwelten sicher noch mehr erleben. Vielleicht auch irgendeine Plattform, von der wir heute noch gar nichts ahnen.

Ein klassisches Geschäftsmodell von Bibliotheken ist das kostengünstige Verleihen von sinnvoll zusammengestellten, systematisier-



»Ich finde es wichtig, dass mein elfjähriger Sohn Bibliotheken kennenlernt und sieht, dass man sich dort quasi alles holen kann, was man im Leben braucht«, meint Klaus Holoch, Sprecher des Brockhaus-Verlages.

ten Medien und die Auswahl, die eine Orientierung gibt. Wie sehen Sie das Geschäftsmodell von Bibliotheken in der digitalen Welt?

Ich kann Ihnen nur sagen, was wir planen: Wir wollen für Schulen und Bibliotheken werbefreie Angebote machen. Im Schulbereich wollen wir die der Jugend spendieren. Für Bibliotheken und andere öffentliche Einrichtungen werden wir werbefreie Angebote zuschneiden, die natürlich etwas kosten.

In Bibliotheken gibt es heute schon Inhalte aus aller Welt, die man online abrufen kann, aber nur in den Bibliotheksräumen. Das sind spannende Geschichten.

Im Netz wollen Sie den Brockhaus kostenfrei anbieten. Wird das meiste Wissen bald jedem über den Computer frei zur Verfügung stehen?

Das hat ja auch einen Aufschrei in den Feuilletons ausgelöst: der Brockhaus kostenlos im Internet!

»Für Bibliotheken und andere öffentliche Einrichtungen werden wir werbefreie Angebote zuschneiden, die natürlich etwas kosten.«

Man darf nicht vergessen: Wir müssen die Gehälter einer großen Online-Redaktion bezahlen, wir bezahlen über tausend Lexikon-Autoren. Das müssen wir schlicht und ergreifend refinanzieren.

Wir hätten es ja auch gerne gesehen, wenn bezahlte Inhalte, paid content, hierzulande super funktionieren würde. Aber die Menschen wollen sich nicht mal Kleinstbeträge vom Konto oder der Kreditkarte abbuchen lassen. Nur bei wissenschaftlichen Spezialangeboten funktioniert es etwas besser.

Wenn Sie beim großen Spiel dabei sein und über Suchmaschinen gefunden werden wollen, dann können Sie die Inhalte nur kostenfrei anbieten. Wir glauben jetzt einfach daran, dass es mit der Werbefinanzierung klappt, weil wir mit »Meyers«, »Duden« und »Brockhaus« wirklich ein Pfund haben.

Eins noch: Wann waren Sie selber das letzte Mal in einer Bibliothek?

Wir gehen mit meinem elfjährigen Sohn ab und zu in Bibliotheken. Es ist ja nicht so, dass ich mir die Bücher für ihn nicht leisten könnte. Aber ich finde es wichtig, dass er sieht, dass es so ein Angebot gibt und man sich dort quasi alles holen kann, was man im Leben braucht. Also: Er hat einen Ausweis, ich habe im Moment keinen mehr.