

Anleitung zum Verlegen einer Fachzeitschrift

Viele Autoren, Forscher und Wissenschaftler träumen davon, ihre Werke und Erkenntnisse früher oder später zu veröffentlichen, um auf diese Weise anderen von ihrem Wissen zu berichten und gleichzeitig das eigene Ansehen zu steigern und sich einen Namen in der jeweiligen Szene zu machen.

Nun gibt es zwar bereits eine große Anzahl an verschiedenen Fachzeitschriften aus den unterschiedlichsten Bereichen, allerdings kann es dennoch passieren, dass genau die Nische, die der Autor sucht, durch bestehende Fachzeitschriften nicht oder nicht seinem Geschmack entsprechend abgedeckt ist.

Spätestens dann stellt sich die Frage, ob es nicht sinnvoll wäre, eine eigene Fachzeitschrift zu verlegen.

Aus diesen Überlegungen heraus stellt sich dann jedoch als nächstes die Frage, wie der Autor dabei am besten vorgehen sollte.

		Titel	
		Thema	
		Auflage	
		Vertrieb	
		Marketing	

Wie definiert sich eine Fachzeitschrift überhaupt?

Bevor Überlegungen angestellt und erste Schritte auf dem Weg zu der eigenen Fachzeitschrift unternommen werden, sollte zunächst geklärt sein, ob es sich tatsächlich um eine Fachzeitschrift handelt oder ob nicht doch eher eine **Special-Interest-Zeitschrift** geplant ist.

Eine Fachzeitschrift ist eine Zeitschrift, die in regelmäßigen Abständen erscheint und ihre Schwerpunkte in einem eindeutig definierten Fachgebiet findet. Die Leser einer Fachzeitschrift interessieren sich in erster Linie aus beruflichen Gründen für die Inhalte und eine Fachzeitschrift erfüllt die Funktion, aktuelle fachliche Informationen auf professionellem Niveau zu vermitteln.

Fachzeitschriften werden also von Angehörigen bestimmter Berufsgruppen gelesen, die auf diese Weise ihr vorhandenes berufsrelevantes Fachwissen vertiefen und sich weiterbilden, privates Interesse spielt eine eher untergeordnete Rolle.

Eine Special-Interest-Zeitschrift ist ebenfalls eine regelmäßig erscheinende Zeitschrift, die sich mit fachlich geprägten Spezialthemen beschäftigt. Die Leser kennzeichnen sich jedoch weniger durch ihre professionelle und fachliche Orientierung, sondern vielmehr durch ihre private Motivation und ihr persönliches Interesse.

Insofern gehört eine Special-Interest-Zeitschrift in die Gruppe der **Publikumszeitschriften**.

Die Besonderheiten bei der Veröffentlichung von Artikeln in Fachzeitschriften

Im Unterschied zu Special-Interest-Zeitschriften und allen anderen Zeitschriften, die für eine breitgefächerte Leserschaft gedacht sind, fällt auch der Prozess der Veröffentlichung von Artikeln vor allem in wissenschaftlich orientierten Fachzeitschriften deutlich aufwändiger aus.

Üblicherweise reicht der Autor seinen Beitrag ein und dieser Beitrag wird dann meist von einem oder mehreren Experten des jeweiligen Fachgebietes begutachtet. Dabei werden im Zuge des Gutachtens vor allem die Qualität und die inhaltliche Richtigkeit überprüft.

Stellen die Gutachter qualitative Mängel fest, erhält der Autor die Gelegenheit, seinen Beitrag zu überarbeiten.

Zweifeln die Gutachter an der fachlich richtigen Darstellung, wird dem Autor die Möglichkeit eingeräumt, eine Gegendarstellung zu verfassen. Teilweise werden Beiträge jedoch auch vollständig abgelehnt, wobei die Namen der Gutachter in den meisten Fällen ungenannt bleiben.

Diese Form der Begutachtung und Überprüfung von Artikeln wird als Peer Review bezeichnet, was übertragen ins Deutsche etwa soviel bedeutet wie Gutachten über Kreuz.

Der große Vorteil dieses Verfahrens liegt darin, dass eine gleichbleibend hohe Qualität der veröffentlichten Beiträge sichergestellt werden kann. Zudem achten Gutachter darauf, dass die Inhalte nicht nur richtig, sondern auch nachvollziehbar dargestellt und verständlich formuliert sind. Nachteile ergeben sich zum einen durch die Dauer und den Aufwand des Verfahrens und zum anderen durch die teils hohen Ablehnungsquoten.

So werden beispielsweise häufig Beiträge abgelehnt, die unübliche oder sehr innovative Ansätze und Ergebnisse aufzeigen, wenn dieses Fachgebiet von nur sehr wenigen Experten dominiert wird und diese Experten neuen Ansätzen eher kritisch gegenüberstehen.

Wurde der Beitrag angenommen, wird er nach der Begutachtung und Überarbeitung als Reviewed Paper bezeichnet. Üblicherweise erhält der Autor mehrere kostenfreie Sonderdrucke seines Beitrages, die einerseits als Belegexemplare und andererseits als Kommunikations- und Austauschbasis mit Kollegen dienen.

Überlegungen für die eigene Fachzeitschrift

Insgesamt gibt es keine genauen Angaben dazu, wie viele Fachzeitschriften erhältlich sind. Dies liegt daran, dass es nicht immer möglich ist, Fachzeitschriften eindeutig von Berufs- und Verbandzeitschriften abzugrenzen und zudem nicht alle Fachzeitschriften Werbeträger sind.

Dadurch sind viele Fachzeitschriften und die dazugehörigen Verlage zwar dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger bekannt und in dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels organisiert, jedoch nicht bei beispielsweise der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern gemeldet.

Insgesamt wird die Anzahl der Fachzeitschriften auf gute 6000 Titel geschätzt, wobei die meisten Fachzeitschriften im Zusammenhang mit Branchen und Berufsgruppen aus der Medizin, der Wissenschaft, den Naturwissenschaften, dem Dienstleistungsgewerbe, dem Handel, der Industrie, der Wirtschaft und dem Handwerk stehen. Daraus folgt, dass es eine recht große Anzahl an unterschiedlichen Fachzeitschriften gibt, diese jedoch meist nur recht kleine Auflagen haben.

Vor dem Verlegen der eigenen Fachzeitschrift gilt es zunächst, Überlegungen zu einigen Punkten anzustellen.

Zu diesen Punkten gehört:

- welchen Titel die Fachzeitschrift tragen soll.
- welche Kernbereiche und Hauptthemenfelder inhaltlich behandelt werden sollen.
- wie die Fachzeitschrift gestaltet und aufgemacht werden soll.
- wie die Fachzeitschrift finanziert werden soll.
- welche Vertriebswege für die Fachzeitschrift in Frage kommen.

Was den Titel der Fachzeitschrift betrifft, geht es vor allem darum, ob es sich um einen wissenschaftlichen oder einen nichtwissenschaftlichen Titel handelt soll.

Im Hinblick auf die Inhalte kann sich die Fachzeitschrift auf bestimmte Wirtschaftszweige, auf spezielle Berufsbilder, auf festgelegte Themenfelder, auf bestimmte Funktionsbereiche oder auch auf Sammelgebiete konzentrieren.

Die Aufmachung und Gestaltung lässt ein gewisses Maß an Gestaltungsfreiheit und Kreativität für den Verleger zu.

So kann die Fachzeitschrift beispielsweise als Zeitschrift, Magazin oder Journal in der bekannten Form verlegt werden, ebenso denkbar ist jedoch ein Format, das an klassische Tageszeitungen angelehnt ist, oder ein Format, das eher einer losen Blattsammlung ähnelt.

Die Finanzierung und die Vertriebswege sind miteinander verbunden.

Die meisten etablierten Fachzeitschriften werden per Abonnement finanziert und vertrieben. Zusätzliche Finanzierungsmöglichkeiten ergeben sich beispielsweise durch Werbeanzeigen, die in der Fachzeitschrift veröffentlicht werden.

Neben Abonnements ergeben sich weitere Vertriebswege durch den Buch- und Zeitschriftenhandel sowie als Mitglieder- oder Verbandszeitschrift.

Insbesondere Neu-Verleger sollten außerdem auch das Internet als Veröffentlichungs- und Vertriebskanal nicht außer Acht lassen.

Die wichtigsten Schritte auf dem Weg zur eigenen Fachzeitschrift

Da reines Interesse und Begeisterung für ein Themengebiet vermutlich nicht ausreichen werden, um erfolgreich eine Fachzeitschrift zu verlegen, ist es unabdingbar, sich sowohl fachlich relevantes als auch kaufmännisches Wissen anzueignen.

Ein sinnvoller Weg kann daher sein, zunächst eigene Artikel bei etablierten Fachzeitschriften einzureichen und diese dort begutachten zu lassen. Dies ist deshalb ratsam, da der Autor auf diese Weise erfährt, ob sein Leistungsniveau den anspruchsvollen Anforderungen der professionell orientierten Leserschaft von Fachzeitschriften überhaupt genügt.

Zudem kann sich der Autor auf diese Weise einen Namen machen und Kontakte knüpfen, die es ihm sicher leichter machen werden, auch als Verleger Fuß zu fassen.

Um eine Fachzeitschrift verlegen zu können, muss zumindest ein Probeexemplar vorhanden sein.

Ähnlich wie ein Buchautor ein Manuskript erstellt und sich Gedanken über das Cover, das Format und die sonstige Aufmachung macht, sollte dies der angehende Verleger für seine Fachzeitschrift natürlich ebenfalls tun. Zudem sollte er festlegen, in welchen Abständen die Fachzeitschrift erscheinen soll.

Während einige Fachzeitschriften vierzehntätig erscheinen, werden andere Fachzeitschriften monatlich oder im zweimonatigen Rhythmus publiziert.

Daneben gibt es Fachzeitschriften, die quartalsweise oder in nur zwei Ausgaben pro Jahr erscheinen, und wieder andere Fachzeitschriften arbeiten mit unregelmäßigen Erscheinungszeiträumen.

Da die wenigsten alles alleine realisieren können und werden, sollte sich der angehende Verleger frühzeitig um Mitarbeiter kümmern. Hierzu gehören zum einen weitere Autoren, die für die Fachzeitschrift schreiben werden, und zum anderen Redakteure oder externe Helfer, die die eingereichten Beiträge redigieren und korrigieren, für das Layout zuständig sind und die grafischen Elemente bearbeiten.

Zudem kann es sinnvoll sein, frühzeitig festzulegen, wie und von wem beispielsweise der Versand der Fachzeitschrift organisiert werden wird.

Fachverlage und Redaktionen von Fachzeitschriften sind in aller Regel recht klein und beschäftigen nur wenige Mitarbeiter. Dennoch kann der Autor selbstverständlich allgemeine, große Verlage oder entsprechende Fachverlage kontaktieren, ihnen den Entwurf seiner Fachzeitschrift vorlegen und versuchen, eine Zusammenarbeit zu vereinbaren.

Hilfreich kann es außerdem sein, wenn sich der angehende Verleger an die zuständigen Vereine und Verbände wendet, um dort Adressen und weitere Tipps zu erhalten. Wichtig in diesem Zusammenhang sind der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, die Interessenvertretung der Deutschen Fachverlage sowie der Börsenverein des Deutschen

Buchhandels. Im Börsenverein sind Fachzeitschriften und deren Verlage in der jeweiligen Abteilung der Fachpresse organisiert.

Seine Aufgabe besteht in der Vertretung der Interessen der Mitglieder sowie in der Förderung der Erfüllung von den Aufgaben des herstellenden, des verbreitenden und des Zwischenbuchhandels, wobei der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb nicht in seinen Aufgabenbereich fällt.

Gelingt es dem Autor nicht, einen Verlag zu finden, der bereit ist, seine Fachzeitschrift zu verlegen, kann er einen eigenen Verlag gründen. Dies ist jedoch eine recht kostspielige Angelegenheit, die ohne entsprechende Sponsoren und Investoren sowie ohne kaufmännisches Wissen vermutlich kaum umzusetzen sein wird. Insofern kann es sinnvoll sein, Druckereien zu kontaktieren, die lediglich den Druck der fertigen Fachzeitschrift ausführen und den Vertrieb der Fachzeitschrift dann wieder in Eigenregie durchzuführen.

Eine andere Möglichkeit besteht darin, das Internet als Medium zur Veröffentlichung zu nutzen.

Dies ist allerdings keineswegs eine neue oder unübliche Vorgehensweise, denn viele Fachgebiete publizierten bereits Artikel in digitalen Nachschlagewerken oder in bestimmten Bibliotheken im Internet. Archive, die Fachartikel öffentlich und kostenfrei zur Verfügung stellen, sind unter der Bezeichnung Open Access bekannt.

Dieser Vorgehensweise kann der angehende Verleger folgen, indem er seine Fachzeitschrift als digitales Magazin im Internet anbietet.

So kann er beispielsweise auf der dazugehörigen Internetseite Vorschauen seiner Artikel kostenfrei präsentieren und die gesamte Darstellung seiner Artikel kostenpflichtig anbieten.

Dabei kann er Gebühren für die Einsicht einzelner Artikel oder eine Art Abonnement für die gesamte Ausgabe der Zeitschrift festlegen. Zudem kann er auch Abonnements für gedruckte Ausgaben anbieten, wobei er auf diese Weise nur die Anzahl an Exemplaren drucken lassen muss, die benötigt und tatsächlich verkauft wird.

Auch im Hinblick auf die Werbung leistet das Internet wertvolle Hilfe. Grundsätzlich sollte sich der Verleger natürlich zuerst an diejenigen wenden, für die seine Fachzeitschrift in erster Linie interessant sind.

Neben Universitäten und Hochschulen können dies beispielsweise Berufsverbände, Kammern, Vereine und Genossenschaften sein, ebenso aber auch Veranstalter von Messen, Kongressen, Seminaren und Weiterbildungskursen.

Im Internet gibt es jedoch auch zahlreiche Seiten, die sich mit Fachzeitschriften befassen und in aller Regel über Datenbanken verfügen, in denen Titel von Fachzeitschriften meist mit Kurzbeschreibungen und den wichtigsten Eckdaten aufgelistet sind.

In vielen Fällen ist der Eintrag in eine solche Datenbank kostenfrei und daher eine ideale Möglichkeit, um andere Interessierte und potenzielle Leser auf die eigene Fachzeitschrift aufmerksam zu machen.

Weiterführende Pressethemen, Fachartikel und Tipps:

Vermarktung von Printmedien

http://www.firmenwerbung-vermarktung.de/vermarktung_printmedien/index.php

Schreiben einer Pressemitteilung

<http://www.briefvorlagen-papierformat.de/index.php/Briefe-Blog/Tipps-zum-Schreiben-einer-Pressemitteilung.html>

Formate von Zeitungsartikeln

http://www.deutsche-tageszeitungen.de/uebersicht_formate_von_zeitungsartikeln.html

Erstellen einer Pressemappe

http://www.projektarbeit-projektplanung.de/erstellen_einer_pressemappe.html

Copyright by <http://www.deutsche-fachzeitschriften.de/>