

Warum eine Metadatenstudie ?

Warum eine Metadatenstudie ?

Metadaten verkaufen Bücher !

Warum eine Metadatenstudie ?

Metadaten verkaufen Bücher !

Dazu liegen einige gute Studien vor:

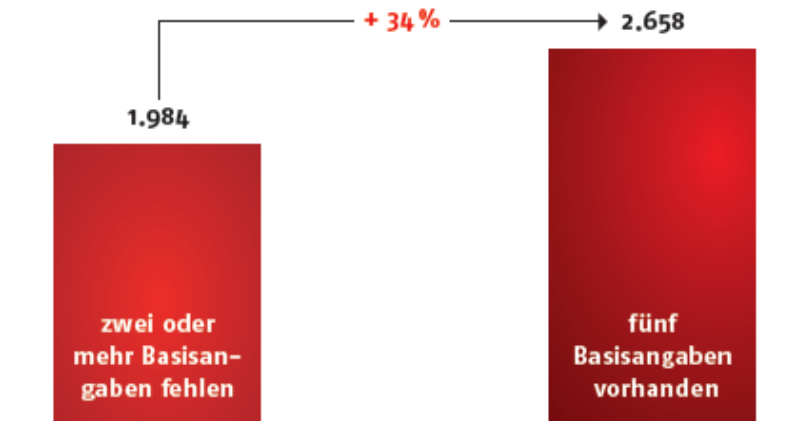
- MVB für den deutschen Markt (2014)
- Nielsen Book für den englischen und amerikanischen Markt (2016)

Warum eine Metadatenstudie ?

Metadaten verkaufen Bücher !

Aus der MVB Studie:

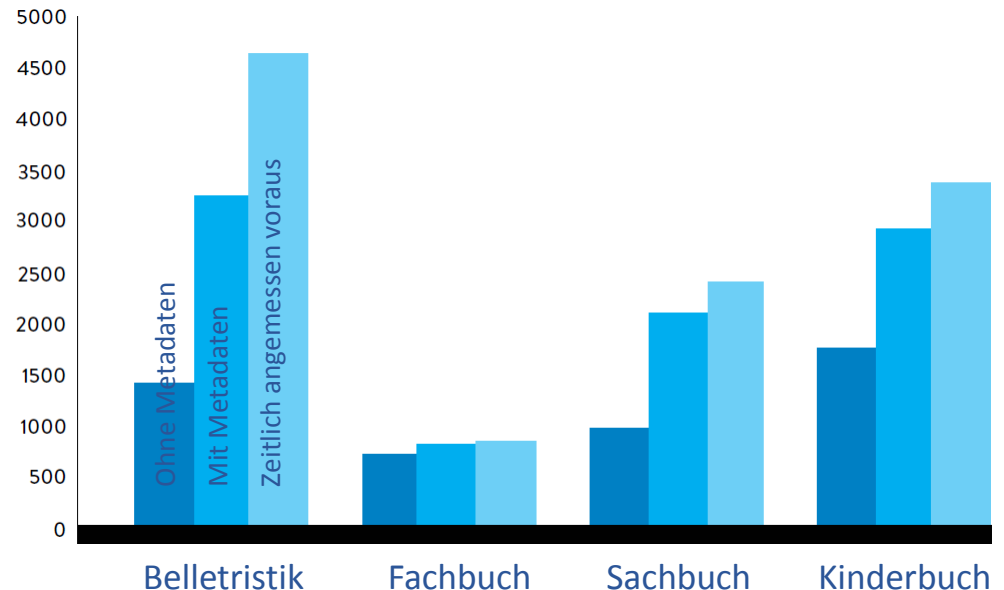
Bücher, bei denen die fünf Basisangaben **Cover, Produktsprache, Autor, Hauptbeschreibung und eigene Verschlagwortung** vorhanden sind, verkaufen sich um insgesamt **34 %** besser als Bücher, bei denen zwei oder mehr Basisangaben fehlen.



Warum eine Metadatenstudie ?

Metadaten verkaufen Bücher !

Aus der Nielsen UK Studie:



Warum eine Metadatenstudie ?

Metadaten verkaufen Bücher !

Fazit der MVB Studie:

„Je vollständiger die Metadaten, desto höher der Verkaufserfolg.“

... ist der Wirkungszusammenhang zwischen einer umfassenden Ausstattung mit Metadaten und dem Verkaufserfolg als plausibel zu erachten. ...

Die Angabe von Metadaten ist weit mehr als ein Verwaltungsakt, sondern eine grundlegende Marketing- und Vertriebsmaßnahme mit erheblichem Einfluss auf den Absatz- und Verkaufserfolg.

Umfassende Metadaten ... bieten den Marktteilnehmern strategische Geschäftsvorteile. Durch umfassende Metadaten können die Titel langfristig besser gefunden werden, sie werden eher verlinkt und können in Suchmaschinen höhere „Rankings“ erzielen.

Warum eine Metadatenstudie ?

OK,

Metadaten verkaufen Bücher !

Die Fragestellung

OK,
Metadaten verkaufen Bücher !

Aber wie und wo ?

Die Fragestellung

Oder:

WER

macht **WAS**

WIE

aus meinen Daten ?

Die Fragestellung

Gefragt sind:

Fakten zur Nutzung von
Metadaten in

SUCHE und **DARSTELLUNG**

in Buha-Warenwirtschaften,
Shops und Online-Plattformen

Die Fragestellung

Drei Arten, Bücher zu kaufen

- „Kauf mich“
- „Wie wär’s mit (noch) einem Buch?“
- „Ich suche das passende Buch“

Die Fragestellung

Was also wird in der Darstellung tatsächlich verwendet:

- *Titel und Untertitel, Cover*
- *Kurz- und Volltext, Klappentexte*
- *Autorennamen, „ContributorStatement“, Biografien ?*
- *Reihenzugehörigkeit ?*
- *Zielgruppen ?*
- *Innenseiten, Illustrationen ?*
- *Auflage, Umfang, Jahr der Erstauflage ?*
- *Blick ins Buch, Link auf externe Seiten, Videolinks ?*
- *Andere Titel des Autors, der Reihe ?*

Die Fragestellung

Welche Elemente sind für die Suche tatsächlich nutzbar gemacht:

- *Titel und Untertitel*
- *Kurz- und Volltext, Klappentexte*
- *Schlagworte ?*
- *Autorennamen, -biografien ?*
- *Originaltitel ?*
- *Verlag, Imprint ?*
- *Zielgruppen ?*
- *Thema Klassifikation, Warengruppe ?*
- *Vorgänger-/Nachfolger-ISBN ?*

Die Fragestellung

daher:

WER macht **WAS WIE**
aus meinen Daten ?

ist ~~eine~~ die gute Frage !

Die Zielsetzung

Was wir erreichen möchten:

- Für die Verlage:

Konkrete Informationen als Grundlage der Optimierung von Titelmeldungen für die wichtigsten Plattformen

- Für die Softwareanbieter:

Wie die Verlagssysteme anzupassen sind, um diese Optimierungen für die Verlage bereitzustellen

- Für die Shops und Plattformen:

In einen kreativen Wettstreit einzutreten, wer den meisten Nutzen aus erhaltenen Metadaten zieht

Die Zielsetzung

Der Rahmen:

- *Deutscher Sprachraum*
- *Shops, Rechercheplattformen, Buha-Warenwirtschaftssysteme*
- *Kataloge und Dienstleister (für die Erstellung von Titelmeldungen)*
- *Metadaten und Ressourcen, ohne Verfügbarkeiten, Auslandspreise etc.*
- *ONIX 2.1-Datenmodell orientiert*
- *Keine inhaltliche und qualitative Betrachtung*
- *Suche/Auffindbarkeit und Präsentation/Darstellung*
- *Als Report und Datenbank*
- *Bei Bedarf in den kommenden Jahren aktualisiert*

Die Zielsetzung

Der Zeitplan:

- ***Februar: Erwartungen und Fragen der Verlage***
- ***März bis Mai: Evaluation der ausgewählten Plattformen***
- ***Juni bis August: Auswertung und Aufbereitung***
- ***September bis vor Buchmesse: Bereitstellung für die Branche***

Weitere Informationen:

in Ihrer Kongressmappe

und auf

<http://www.mds2017.de>

oder

gerne im Gespräch

Vielen Dank !

Ihre Fragen sind Willkommen

Herbert Barkmann

Michael Schmid