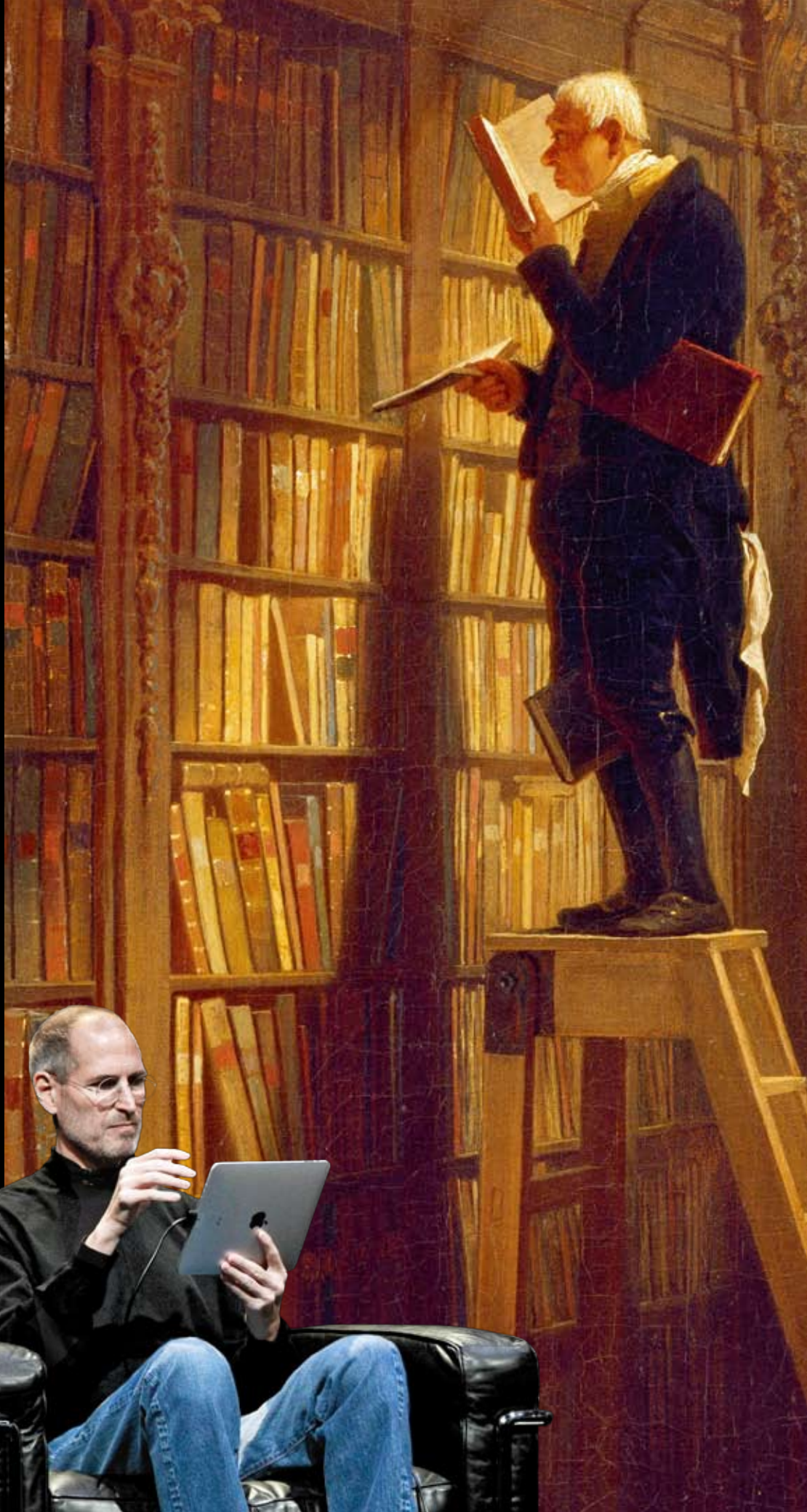


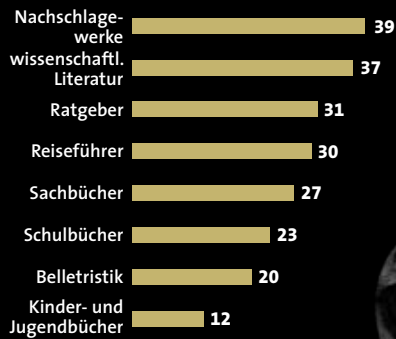
Bildschirm statt Bücherleiter:

Die Zeiten von Spitzwegs Bücherwurm sind bald vorbei. Der Avantgarde-Leser schmökert vorzugsweise auf Geräten wie Apples iPad



„Welches Genre würden Sie als E-Book lesen?“

Positive Antworten* in Prozent, 2010



* Umfrage unter 31,1 Mio. Deutsche ab 10 Jahren, die E-Books kennen; Quelle: GfK



Die große Auslese

Buchverlage. Digitale Lesegeräte wie Apples iPad revolutionieren die Branche. Wer es nicht schafft, seine Rolle als Mittler zwischen Autoren, Handel und Lesern neu zu erfinden, verschwindet vom Markt. Die Verlage haben aus dem Schicksal der Musikindustrie wenig gelernt

Text: Matthias Lambrecht, Thomas Jahn

Noch sieht alles aus wie immer: Bücher, Bücher, überall Bücher. In vollgestopften Regalen, in Stapeln auf den Schreibtischen, in Kartons auf dem Flur. Mitten drin sitzt Verlegerin Elisabeth Ruge und arbeitet an einem Geschäftsmodell, das dieses gemütliche Chaos in der Hinterhofetage im Stadtteil Prenzlauer Berg abschafft. Die Zukunft heißt: Server, Server überall Server.

Der Berlin Verlag will über die Internetplattform Berlin Academic wissenschaftliche Texte anbieten – zum kostenfreien Herunterladen für jedermann. Einzige Voraussetzung: Die Nutzer müssen die Spielregeln bezüglich der Vervielfältigung einhalten.

Für die professionelle Bearbeitung und Präsentation ihrer Texte durch den Verlag sollen künftig die Autoren zahlen. Zielgruppe sind Wissenschaftler, die auf eingängige Publikationen angewiesen sind. „Der technische Wandel ist da“, sagt Ruge. Sie will die passenden Erlösquellen dazu entwickeln.

Die Digitalisierung hat den Buchmarkt erreicht. Noch sind die Umsätze mit digitalen Büchern überschaubar. Doch das neue Segment wächst. Der Trend ist nicht aufzuhalten. Das digitale Buch wird die Verlage und den Buchhandel erschüttern. So wie zuvor schon die Musikbranche, die Filmindustrie und die Zeitungshäuser durchgerüttelt wurden.

Der Technologiewechsel verändert nicht nur Herstellung und Vertrieb, sondern zwingt die Verlage, ihre Rolle als Mittler zwischen Autoren, Handel und

Lesern neu zu definieren – wenn sie nicht untergehen wollen.

Im Geschäft mit Lehrbüchern und wissenschaftlichen Publikationen, in das der Berlin Verlag mit seiner neuen Plattform drängt, hat die Zukunft längst begonnen. Marktführer Springer Science + Business Media bestreitet bereits 40 Prozent seiner Umsätze mit digitalen Fachpublikationen. „Im akademischen Bereich spielt sich die Digitalisierung viel radikaler ab“, sagt Elisabeth Ruge. Mit Berlin Academic will die Verlegerin nun Erfahrungen für ihr Kerngeschäft sammeln: „Wir haben da eine sehr gute Spielwiese, um herauszufinden, was künftig auch in Publikumsverlagen möglich sein wird.“

Die Ruhe vor dem Sturm

Noch geht es in den meisten deutschen Verlagen zu wie vor einem angekündigten Hurrikan: Alle wissen, dass der Sturm kommt. Türen und Fenster werden vernagelt. Alle machen sich gegenseitig Mut, dass es so schlimm wie auf den Nachbarinseln schon nicht werden wird. Nur ein paar besonders Mutige schwärmen von den hohen Wellen und holen ihre Surfbretter aus dem Keller, um die Brecher abzureiten.

Am Hamburger Stadtrand ist es beschaulich und windstill. Noch. Rowohlt-Geschäftsführer Peter Kraus vom Cleff schaut vom Schreibtisch in die grünen Vorgärten, die an das Areal der Reinbeker Verlagszentrale angrenzen, und gibt sich betont gelassen: „Die ökonomische ►



Stapelware: Noch werden auch in den USA vor allem gedruckte Bücher nachgefragt. Doch niedrige Preise machen die E-Books attraktiv

Relevanz des E-Book-Geschäfts steht noch im krassen Missverhältnis zur medialen Hysterie“, befindet er. „Das ist ein reines Zusatzgeschäft, und wir betrachten es mit neugieriger Ausdauer.“

Tatsächlich hat es einige Jahre gedauert, bis aus den ersten elektronischen Lesegeräten massenmarktfähige E-Reader geworden sind, die zur Basis für ein neues Milliardengeschäft werden könnten. Die E-Book-Pioniere kamen bereits Ende der 90er-Jahre auf den Markt. Doch erst seit der Internetversender Amazon vor drei Jahren mit seinem Kindle ins Geschäft eingestiegen ist, kommt der Verkauf der digitalisierten Bücher in Schwung. Inzwischen wurden in den USA insgesamt mehr als zehn Millionen Lesegeräte verkauft.

Noch fallen die für 2010 von Analysten der Investmentbank Goldman Sachs prognostizierten E-Book-Umsätze kaum ins Gewicht. Sie belaufen sich auf 700 Millionen Dollar. Mit Printexemplaren werden in den USA knapp 23 Milliarden Dollar Erlöst. Nur am ersten Weihnachtstag 2009 wurden bislang mehr digitale Bücher verkauft als gedruckte. Immerhin, ein kleiner Vorgeschmack auf das, was uns erwartet.

Selbst konservative Schätzungen gehen davon aus, dass sich die Einnahmen aus dem E-Book-Verkauf binnen fünf Jahren vervierfachen – manche Branchenexperten sehen schon 2018 den

Wendepunkt, an dem mit digitalen Inhalten mehr verdient wird als im traditionellen Buchgeschäft.

Hierzulande bescherte der Verkaufstart des neuen Sony-Readers den Verlagen erstmals nennenswerte E-Book-Abatzahlen. „Seit dem Launch vor einem Jahr haben wir unseren Umsatz verzweifacht“, sagt Frank Sambeth, Chief Operating Officer bei der Verlagsgruppe Random House. Der weltgrößte Buchverlag, der zu Bertelsmann gehört, hat in Deutschland im vergangenen Jahr 2500 E-Books verkauft – gemessen an den 20 000 gedruckten Titeln ein überschaubarer Anteil, der aber ausgebaut wird.

Für zusätzlichen Schub wird das iPad sorgen. Mit der Einführung des neuen Tablet-PC hat Apple auch einen E-Book-Vertrieb eröffnet. Dem Erfinder von iPod und iPhone traut so mancher zu, das Buchgeschäft zu revolutionieren. Das iPad werde die „Dämme brechen“, glaubt der Hamburger Professor für Marketing und Medienmanagement, Michel Clement.

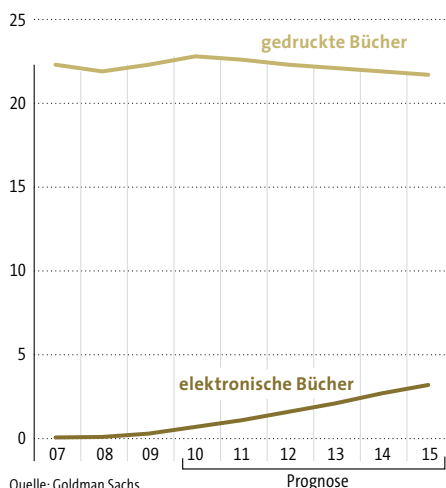
Die Experten von Goldman Sachs sehen Apple schon 2015 als Marktführer in dem Zukunftsgeschäft – vor Pionier Amazon und der größten Buchhandelskette Barnes & Noble. Denn der Tablet-PC eröffnet nicht nur Zugang zu einem breiten Medien- und Softwareangebot. Die Bücher werden zudem in Farbe und mit Zugang zu ergänzenden Bilderserien, Filmen und Spielen angeboten. „Solange es keinen Kindle mit Farbbildschirm gibt, hat das iPad einen bedeutenden Vorteil“, konstatiert Goldman-Sachs-Analyst James Mitchell.

Marktforscher erwarten, dass in diesem Jahr rund sechs Millionen iPads Abnehmer finden. Wenn das Gerät weltweit zu haben ist, könnte sich dessen Absatz 2011 locker verdoppeln.

Noch ist der amerikanische dem deutschen Markt gut zwei Jahre voraus. Mit der neuen Generation von Lesegeräten könnte dieser Abstand schnell schrumpfen. Fast drei Millionen Deutsche können sich vorstellen, bis zum Jahresende ein

Stagnation im Traditions-geschäft

Verkaufte Bücher in den USA in Mrd. Dollar



digitales Buch zu erwerben, so das Ergebnis einer Umfrage des IT-Branchenverbands Bitkom zur Leipziger Buchmesse. Ab Juni soll das iPad auch in Deutschland erhältlich sein, dann wird sich dessen Durchschlagskraft beweisen.

Trotz des wachsenden Drucks durch die Digitalisierung bleiben Bücher für Rowohlt-Chef Kraus vom Cleff „ein faszinierendes Gesamtkunstwerk“. Der Verlagsmanager hofft, dass seine Kundschaft nicht zu schnell in die digitale Welt eintaucht. Denn vor dem Einstieg in die neue Ära stehen hohe Investitionen.

Das Sortiment muss umgestellt, die Rechte und Honorare der Autoren müssen zum Teil neu verhandelt werden. Die Datensätze, die bislang an die Druckereien geschickt wurden, müssen überarbeitet und konvertiert werden. Der gesamte Arbeitsablauf wird angepasst und auf die neue Technik umgestellt.

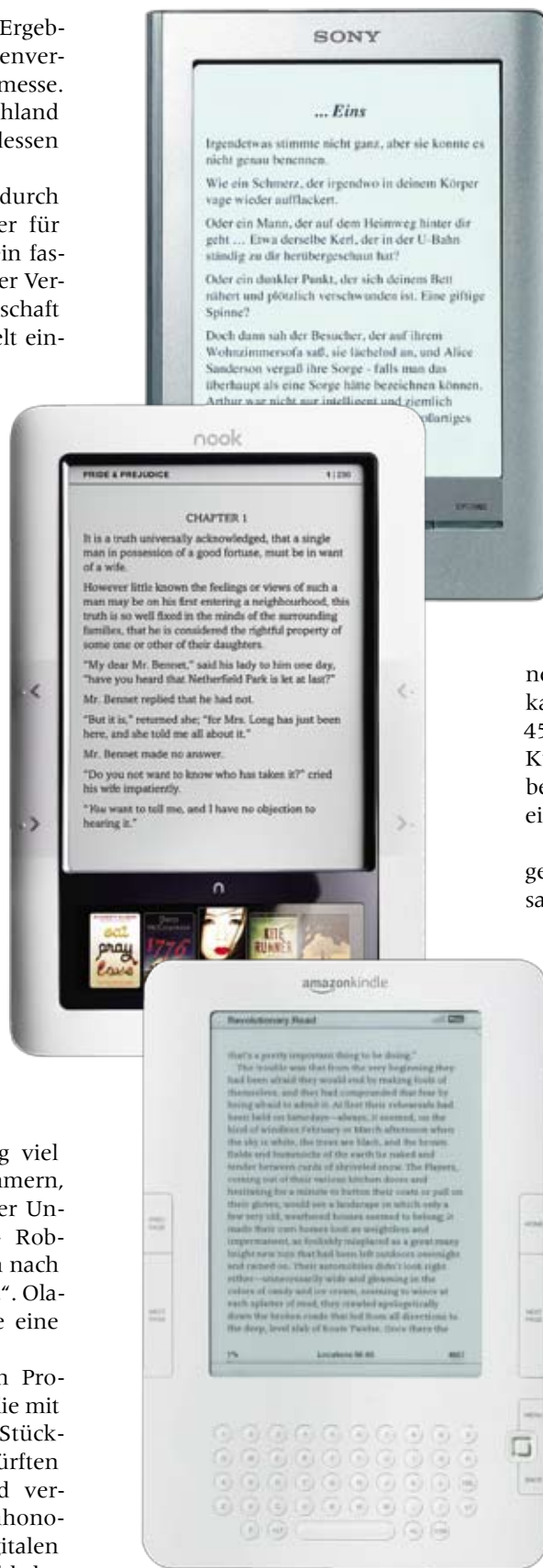
Hoffnungslos veraltet

Gut ein Zehntel der rund 4200 Printtitel sind bei Rowohlt bereits als E-Book verfügbar, Monat für Monat kommen etwa zwei Dutzend weitere hinzu. Alles auf einmal zu digitalisieren, können sich die meisten mittelständischen Verlage in Deutschland gar nicht leisten. Zumal das neue Zeitalter sie vor ungeahnte Probleme stellt.

Die Verlage müssten sich künftig viel intensiver um Innovationen kümmern, empfiehlt Marco Olavarria von der Unternehmensberatung Kirchner + Robrecht. Viele digitale Produkte seien nach zwei Jahren „hoffnungslos veraltet“. Olavarria: „Das ist für diese Branche eine völlig neue Taktzahl.“

Hinzu kommt: Die sinkenden Produktionskosten der E-Books und die mit sinkenden Auflagen steigenden Stückkosten der gedruckten Bücher dürften den Preiswettbewerb schon bald verschärfen. Zwar müssen Autorenhonore und Lektorat auch beim digitalen Lesestoff bezahlt werden. Die Zahl der Raubkopien dürfte allerdings sprunghaft zunehmen. Bereits jetzt ist das Angebot auf Tauschbörsen im Internet groß.

Die Freelancer könnten die deutschen Verlage am Ende zwingen, eine Bastion



Neue Seiten: Amazon hat mit seinem E-Reader Kindle den Markt in Bewegung gebracht. Die US-Buchhandelskette Barnes & Noble und Sony ziehen mit eigenen Lesegeräten nach

zu räumen, die sie bislang noch unbeirrt und gemeinsam mit den Buchhändlern halten: die Buchpreisbindung. „Es ist völlig unklar, ob die im digitalen Geschäft aufrechterhalten werden kann“, warnt Branchenkenner Clement. So etwas lasse sich im Internet schnell aushebeln: „Und dann purzeln die Preise.“

In den USA ist der durch die E-Books angeheizte Preiskampf bereits in vollem Gange. Eine Buchpreisbindung gibt es in Amerika nicht, und Amazon nutzt die neue Technologie, um im Revier der Verleger zu wildern. Zur Promotion seines Lesegeräts kaufte der Onlineversender E-Books für 13 Dollar das Stück ein, um sie für 9,99 Dollar anzubieten.

Das Preisdumping schlug ein wie eine Bombe. Rund drei Millionen Kindles hat Amazon inzwischen verkauft. Die Nutzer können aus mehr als 450 000 Büchern wählen, 40 Prozent der Kunden entscheiden sich laut Amazon bereits gegen die Papierversion, wenn es ein elektronisches Buch gibt.

Sorgenvoll beobachten Verlagsmanager, dass Amazon mit dieser Strategie satte 80 Prozent des E-Book-Marktes in den USA unter seine Kontrolle gebracht hat. An dem Onlinehändler vorbeizukommen dürfte fortan schwierig werden: „Wir glauben, dass das analoge Lesen – ob in Büchern, Zeitschriften oder Zeitungen – über kurz oder lang durch das digitale Lesen ersetzt wird“, sagt Melissa Kirmayer, bei Amazon zuständig für die digitalen Inhalte.

Seine Dominanz wird Amazon auf Dauer kaum halten können. Dafür sorgen sowohl Apples iBook als auch die für den Sommer angekündigte E-Book-Plattform des Suchmaschinen-Riesen Google. Den Verlagen hilft das indes wenig. Im Zweifel werden die Traditionshäuser von der neuen Konkurrenz einfach überrannt.

Erste Opfer hat es bereits gegeben. Im Dezember sicherte sich Amazon die digitalen Rechte des Autors Stephen Covey für zwei seiner Bestseller. Der Onlinehändler bot mehr als 50 Prozent der Nettoerlöse – doppelt so viel wie Coveys bisheriger Verlag Simon & Schuster. Nur einen Monat später baute Amazon das Angebot ▶

Helden oder Narren

US-Bestsellerautor James Patterson über die Zukunft der Autoren und den Niedergang der Verlage

Herr Patterson, wie viele Bücher haben Sie verkauft?

JAMES PATTERSON: Insgesamt wohl 170 Millionen Bücher, jedes Jahr werden es 25 Millionen mehr.

Brauchen Sie überhaupt noch einen Verleger?

PATTERSON: Nein. Aber mein Verlag ist großartig. Das Geld, das ich mit ihm verdiene, ist gut, aber es interessiert mich nicht. Über die Hälfte meines Vermögens gebe ich für gemeinnützige Dinge aus. Am Schreiben motivieren mich die Herausforderung und der Spaß, Geschichten zu erzählen.

Sie könnten Ihre Bücher doch nur auf E-Books veröffentlichen.

PATTERSON: Das stimmt. E-Books machen es einem Schriftsteller wie mir einfacher. Man muss bekannt sein. Unbekanntere Autoren werden es deshalb schwerer haben. Denn es wird weniger unabhängige Buchläden geben, weniger Buchereien, weniger Leute, die einem ein Buch empfehlen. Menschen werden mehr Autoren lesen, die sie kennen.

Für Sie kein Nachteil. Autoren verdienen mit dem E-Book so viel wie mit dem gebundenen Buch.

PATTERSON: Als Autor hat man keine Sorgen. Auch der Verlag bekommt genug ab, aber nur, wenn der Preis stimmt. Bei

9,99 Dollar ändert sich alles dramatisch. Stellen Sie sich vor, „Avatar“ käme in die Kinos und am gleichen Tag könnte man sich die DVD für 2,99 Dollar kaufen. Da kann man es sich nicht mehr leisten, Filme zu machen. Wenn der Preis auf den E-Books zu niedrig liegt, haben Buchläden und Verleger keine Chance.

Der US-Verlag McMillan stellte sich als einziger quer, als Amazon auf dem E-Book Kindle alle Bücher für 9,99 Dollar verkaufen wollte.

PATTERSON: Ja, heldenhaft. McMillan hat sich erfolgreich durchgesetzt. Viele Verleger waren der gleichen Meinung, aber sich öffentlich dagegen zu wehren, lässt einen entweder großartig oder als Narr erscheinen. Alle Verleger werden sich irgendwie dagegen wehren. Es wird zehn Jahre dauern, bis wir mehr elektronische Bücher als solche auf Papier haben. Vielleicht dauert es sogar 20 Jahre.

Besitzen Sie ein E-Book?

PATTERSON: Ich habe einen Sony, einen Kindle und ein iPad.

Lesen Sie lieber auf dem Bildschirm oder auf Papier?

PATTERSON: Noch ziehe ich das Buch vor. Aber das kann sich nächste Woche ändern. E-Books breiten sich in Wahnsinnseschwindigkeit aus, auch bei meinen Lesegewohnheiten.

aus: Autoren erhalten bis zu 70 Prozent der Erlöse, wenn sie die digitalen Rechte abtreten und sich mit Verkaufspreisen von 2,99 bis 9,99 Dollar einverstanden erklären.

Auch hierzulande hebeln Autoren die angestammten Vertriebskanäle aus. So verzichtet Markus Albers auf jegliche Hilfe von Verlagen oder Händlern. Der Berliner Autor hat ausgewählte Blogger selbst mit Rezensionenmaterial versorgt, Kurznachrichten über Twitter verschickt und eine Seite auf Facebook eingerichtet, um sein Buch „Meconomy“ bekannt zu machen. Der Verkauf des E-Books als PDF-Datei läuft über die eigene Website, als App für das iPhone.

Der Unterhaltungsgigant Sony hat die Gunst der Stunde erkannt und nutzt die neue Anarchie für eigene Zwecke. Der Konzern aus Japan liefert seine Lesegeräte in Deutschland mit dem Werk des Selbstverlegers aus.

Auch für Albers zahlt sich die Kooperation aus: Schon nach drei Wochen hatte er den Aufwand für den von ihm engagierten Lektor, den Korrektor und die Honorare für Satz und Titelgestaltung wieder drin. „Meine Kosten für jedes weitere Exemplar gehen gegen null – ein sehr schönes Modell!“, schwärmt Albers.

Nur Apple und die Programmierer des Apps bekommen noch einen Teil der Erlöse. Sein Fazit: „Als Autor muss man nicht unbedingt mit einem Verlag zusammenarbeiten, wenn man ein Buch auf den Markt bringen will.“ Noch zeigen sich die Verantwortlichen in den Buchverlagen von derartigen Einzelgängern ungerührt: „Es wird Autoren geben, die der Ansicht sind, ihre Bücher allein besser vermarkten zu können“, sagt Random-House-Manager Sambeth. „Für die meisten Autoren bleiben die Leistungen der Verlage unverzichtbar.“

Experten bezweifeln das. Sie halten die Verleger für extrem verwundbar. „Die Verlage müssen dem Autor helfen, in der unübersichtlichen Welt des Internets sichtbar zu bleiben“, rät Unternehmensberater Olavarria der Branche. Dazu gehörten etwa eine starke Marke und Kompetenz bei der Onlinevermarktung, die viele Verleger erst noch aufbauen müssten. Wem das nicht gelinge, dem liefen „die Bestsellerautoren ebenso weg wie der talentierte Nachwuchs“, so Olavarria. „Und dann wird es ungemütlich.“ ■

Was das iPad und seine Konkurrenten können erfahren Sie unter www.capital.de/tablets



Massenautor: James Patterson verkauft in den USA mehr Bücher als John Grisham