

Vorwort

Der unaufhaltsame Fortschritt im Bereich digitaler Technologien hat auch vor der Bücherwelt nicht Halt gemacht und steht aktuell davor, sie im Kern noch nachhaltiger zu verändern als zunächst erwartet – wenn nicht sogar sie ein weiteres Mal zu revolutionieren. Nachdem in den letzten Jahrzehnten sämtliche fertigungs- und vertriebstechnischen Prozesse um das gedruckte Buch im Vordergrund standen und dank innovativer Technologien und dem Internet perfektioniert wurden, ist jetzt das Produkt Buch selbst an der Reihe, durch seine elektronische bzw. digitale Form neu definiert zu werden.

Das elektronische Buch, kurz E-Book, repräsentiert die nächste (R)Evolutionsstufe von Gutenbergs Erfindung. Elektronische Tinte, neue Display-Technologien, Tablet-Computer und weitere Schlüsselprodukte haben zusammen mit dem Internet ein ausreichend großes Moment geschaffen, das elektronische Buch zum akzeptierten Consumer-Produkt werden zu lassen. E-Books und entsprechende Derivate repräsentieren die Zukunft und damit einen potenziell sehr lukrativen Wachstumsmarkt. Hieran besteht spätestens seit dem massiven Engagement der Internet- und Online-Größen, wie Amazon, Google, Apple etc. kein Zweifel mehr. Die praktischen Vorteile des E-Books für die Buchkäufer werden die Dynamik weiter antreiben. Seine gesamte Bibliothek stets bei sich zu haben und in Sekunden erweitern zu können, ist eine bisher unvorstellbare Komfortdimension.

Erfolg ist nicht planbar und bleibt auch im so etablierten Buchmarkt erfreulicherweise unberechenbar. Denn auf die weiteren Entwicklungen werden Millionen von Lesern mit ihrer Nachfrage und den individuellen Bedürfnissen wesentlichen Einfluss haben. Sie entscheiden über die mehrheitlich bevorzugten Lese-Geräte und entwickeln neue multimediale Lebensgewohnheiten, verbunden mit gesteigerten Kommunikations- und Komfortansprüchen.

Verlage müssen diesen neuen Bedürfnissen und Erwartungen ihrer Kunden durch ein gesteigert attraktives E-Book-Angebot gerecht werden. Dies erfordert unter anderem einen vollständig digitalen Workflow, verbunden mit der Aufarbeitung und Übernahme des bisherigen Contents, neue Partner, Mitarbeiter mit erweiterten Skills, eine Überarbeitung der Autoren-Verhältnisse unter rechtlichen und vergütungsbezogenen Aspekten, ein differenziertes und sensible(re)s Denken bei den Verkaufspreisen, schließlich und endlich aber auch neue Produkte mit innovativen Repräsentationsformen und Formaten für zeitgemäßen Content, der Jung und Alt anspricht.

Der Buchhandel, bisher ein unabdingbares Bindeglied zwischen Verlagen und Konsumenten, muss sich künftig entsprechend zeitgemäßer aufstellen. Das heißt auch digital anbieten, neue Partner einbinden, um z. B. adäquate Vertriebsplattformen offerieren zu können. Seine Herausforderung besteht in der frühzeitigen Abwehr jeder Vermutung künftig überflüssig zu sein.

Nicht zu unterschätzen sind gleichfalls die Auswirkungen auf die Autoren. Wie im wahren Leben gilt auch hier: die Summe der Probleme bleibt konstant, nur ihre Verteilung ändert sich. Kann der moderne Autor künftig zwar viel leichter publizieren, sogar vollständig auf einen Verlag verzichten und selbst veröffentlichen, hat er sich nun aber mit ganz neuen Problemen auseinanderzusetzen, wie notwendigen rechtlichen Abklärungen, der Frage des richtigen Marketings usw. Diese vollkommen neue Freiheit, jederzeit und ohne erst entdeckt werden zu müssen, nahezu kostenfrei als Autor agieren zu können, wird mit hoher Sicherheit zu – positiven wie auch negativen – Veränderungen im Content-Angebot führen. Nichts ist entschieden, der Long-Tail wird wohl auch hier immer länger und zugleich als willkommener Innovator agieren, indem er die Quelle neuer Bestseller und innovativer Formate ist.

Was aber ist das besondere an diesem aktuellen Umbruch im Umfeld des evtl. wichtigsten Mediums? Nicht häufig kann man an Phasen nachhaltiger positiver (wirtschaftlicher) Umbrüche selbst so hautnah teilhaben, wie momentan im so lange Zeit als etabliert wirkenden und prinzipiell für jeden Menschen relevanten Buchmarkt – sei es als Leser, Autor, Verlag, Buchhändler oder Service-Anbieter. Der Bedarf an einer objektiven, sicheren und zielorientierten Aufklärung und Führung aller Beteiligten hat ein Team von Experten dazu bewogen, beides in Form eines kompetenten Leitfadens zum erfolgreichen Publizieren im Zeitalter des E-Books bereitzustellen. Das vorliegende Werk bietet allen am Buchmarkt beteiligten Parteien mit seiner 360-Grad-Abdeckung fundiertes Wissen über sämtliche relevanten Aspekte. Es dient allen Mitwirkenden, sich über ihre künftigen Rollen, Chancen und Herausforderungen aktuell und umfassend zu informieren, um sich für künftigen Erfolg und Fortbestand entsprechend aufstellen zu können. Denn eines steht unangefochten weiter fest: *„Die Erfindung des Buchdruckes ist das größte Ereignis der Weltgeschichte.“* (Victor Hugo)

Viel Anregung und Erfolg wünschen Ihnen die Autoren und Herausgeber,

*Stephen Fedtke, Robert Galitz, Robert Görlich, Hannah Grünewald,
Svenja Hagenhoff, Hans Huck, Bernd Kramer, Claudia Lux, Lisa Reinert,
Martin Schippan und Marcel Weiß*

im Sommer 2012

P.S.: Auch freuen wir uns über Ihr Feedback und stehen Ihnen unter ebook_publishing@atnovus.ch als Ansprechpartner jederzeit gerne zur Verfügung.

Erfolgreich publizieren im Zeitalter des E-Books
Ein pragmatischer und zielorientierter Leitfaden für die
Zukunft des digitalen Buches

Fedtke, S.; Reinerth, L.; Schippan, M.; Huck, H.; Galitz,
R.; Görlich, R.; Grünewald, H.; Hagenhoff, S.; Weiß, M.;
Krämer, B.; Lux, C. - Fedtke, S.; Reinerth, L. (Hrsg.)
2012, XII, 260 S. 77 Abb., 19 Abb. in Farbe., Hardcover
ISBN: 978-3-8348-2528-5