

Inhaltsverzeichnis

1	Erfolgreich Publizieren im Zeitalter des E-Books	1
	<i>Marcel Weiß</i>	
1.1	Leser 2.0	1
1.1.1	Der Job des Buches	1
1.1.2	Teilhabe am Entstehungsprozess	5
1.1.2.1	Crowdfunding	5
1.1.2.2	Vernetzung während der Entstehung	6
1.1.3	Digitaler Buchkonsum	7
1.1.3.1	Plattformen und Apps: Zugang, Zugang, Zugang	7
1.1.3.2	Goodreads und das virtuelle Bücherregal	9
1.1.3.3	Gemeinsames Lesen über das Netz	10
1.1.3.4	Die Nutzung der Metaebene	11
1.2	Autor 2.0	13
1.2.1	Wo Autoren herkommen können	13
1.2.2	Wer Autor wird	15
1.2.3	Was man als Autor machen kann und manchmal machen muss ..	17
1.3	Content 2.0	20
1.3.1	Programmstrategien: Was soll denn jetzt zur App werden?	20
1.3.2	Belletristik neugedacht	23
1.3.3	Sachbuch neugedacht	24
1.3.4	Verlage als Plattformen mit APIs	25
1.3.5	On-Demand-Flatrates, E-Book-Clubs und andere Geschäftsmodelle	26
	Literatur	30
2	E-Books und Enhanced E-Books: Neue Herausforderungen für Autoren und Verlage	33
	<i>Robert Galitz</i>	
2.1	Einleitung	33
2.2	Die Suche nach der „killing application“	33
2.3	Das verflixte Pricing	36
2.4	Digitale Bibliotheken	37
2.5	Veränderte und neue Produkte durch Preisgestaltung	38
2.6	Inszenierungsformen	40
2.7	App oder Epub?	40
2.8	Das Namens- und Markenproblem	41
2.9	Geschäftsmodelle	42
2.10	Auswirkungen in den Verlagen und Buchhandlungen	44

2.11	Die Rechtefrage	45
2.12	Internationalisierung	46
2.13	Résumé	48
3	Handel im Zeitalter des digitalen Publizierens	51
	<i>Hans Huck</i>	
3.1	Einführung	51
3.2	Der (Buch-)Käufer und die aktuelle Marktentwicklung	53
3.3	Die Verlage: Vertrieb über den Buchhandel, über die neuen Player – oder doch direkt an den Kunden?	57
3.4	Die Sicht des Endkunden: Angebot und Preis	61
3.5	Der Zwischenhandel: Verlagsauslieferung – Barsortiment – Aggregator im digitalen Lese-Zeitalter	65
3.5.1	Die Rolle des Zwischenhandels in der Buchbranche	65
3.5.2	Der digitale Zwischenhandel – Etablierte und Newcomer	66
3.6	Der Handel – stationäre Buchhandlung, Online-Shop oder spezialisierte E-Book-Plattform: Die Gewichte verschieben sich	68
3.6.1	Konzentration im Buchhandel – E-Books als weitere Nagelprobe?	69
3.6.2	Der stationäre Buchhandel – Herausforderung E-Book!	70
3.6.3	Der Handel mit digitaler Fachinformation	72
3.6.4	Online-(Buch)Handel und die neuen Player	73
3.7	Der Handel im digitalen Zeitalter: Ein Ausblick ins Jahr 2015	76
	Literatur	78
4	Rechtliche Fragestellungen bei der Publizierung von E-Books	81
	<i>Martin Schippan</i>	
4.1	Einführung	81
4.2	Grundsätzliche Anforderungen des Publizierens	81
4.2.1	Übernahme des Materials Dritter	82
4.2.1.1	Urheberrechtlich geschütztes Material	82
4.2.1.2	„Rechtfreies“ Material	83
4.2.1.3	Zitate	84
4.2.1.4	Zusammenfassung	85
4.2.2	Beachtung von Persönlichkeitsrechten Dritter	86
4.2.2.1	Grundsatz der Einwilligung, Ausnahmen nur in Sonderfällen	86
4.2.2.2	Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte	86
4.2.2.3	Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit	90
4.2.2.4	Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen	90

4.2.2.5	Persönlichkeitsschutz grundsätzlich bis 10 Jahre nach dem Tod	90
4.2.2.6	Zusammenfassung	90
4.2.3	Grundsatz der verschuldensunabhängigen Haftung	91
4.2.4	Pflichtexemplare, ISBN-Nummer, Buchpreisbindung	92
4.2.4.1	Pflichtexemplare	92
4.2.4.2	ISBN-Nummer	92
4.2.4.3	Buchpreisbindung	93
4.3	Begriffsbestimmung „E-Book“	93
4.4	Rechteinräumungen im Zusammenhang mit E-Books	94
4.4.1	E-Book-spezifische Rechteinräumungen	94
4.4.2	Erwerb von Rechten an Fotos, Texten, Grafiken usw.	95
4.4.3	Vertragliche Beziehung mit einem Verlag, einer Plattform oder einem Endnutzer	96
4.4.3.1	Vertragliche Beziehung mit einem Verlag	96
4.4.3.2	Vertragliche Beziehung mit einer Plattform	98
4.4.3.3	Vertragliche Beziehung mit einem Endnutzer	99
4.5	Verwertung von E-Book-Rechten	99
4.5.1	Vertriebsweg	100
4.5.1.1	Verlag	100
4.5.1.2	Plattform	100
4.5.1.3	Direktvertrieb	103
4.5.2	Vertriebsart	103
4.5.2.1	Kauf-Modelle	103
4.5.2.2	Abo-Modelle	104
4.6	Vergütung für die Nutzung von E-Book-Rechten	104
4.7	Pflichtexemplare für E-Books?	105
4.8	ISBN-Nummer für E-Books?	106
4.9	Preisbindungsverpflichtung für E-Books?	106
4.10	Schlussbemerkung/Checkliste	107
5	Vom Manuskript zum E-Book	109
5.1	Datenformate	109
	<i>Robert Görlich</i>	
5.1.1	Einleitung	109
5.1.2	E-Book-Formate	111
5.1.2.1	PDF	111
5.1.2.2	EPUB	115
5.1.2.3	Amazon Mobipocket/ KF8	119
5.1.2.4	iBooks Format	122
5.1.2.5	HTML/HTML5	123
5.1.2.6	Flash	126
5.1.2.7	Apps	128

5.2	Softwarewerkzeuge	132
	<i>Robert Görlich</i>	
5.2.1	DTP-Satzprogramme	132
5.2.1.1	Adobe InDesign	132
5.2.1.2	QuarkXPress	136
5.2.1.3	iBooks Author	138
5.2.1.4	Framemaker	140
5.2.1.5	Arbortext Advanced Print Publisher/App vormals 3B2	141
5.2.2	Textverarbeitung	141
5.2.2.1	Word	141
5.2.2.2	Pages	142
5.2.2.3	Open-Office/Libre Office	143
5.2.3	CMS/XML	143
5.2.4	Konvertierung	144
5.2.4.1	Calibre	144
5.2.4.2	Sigil	147
5.3	Ausgabe-/Lesegeräte	149
	<i>Hannah Grünewald</i>	
5.3.1	Geschichte der Lesegeräte	149
5.3.2	Technologien von E-Readern	150
5.3.2.1	Elektronisches Papier	150
5.3.2.2	LC-Display	152
5.3.2.3	Hybrid-Displays	153
5.3.3	Online-Lesen	155
5.3.4	Software zum Anzeigen verschiedener E-Book-Formate	158
5.3.5	Ausblick	159
5.4	Technische Möglichkeiten und Grenzen eines Kopierschutzes	160
	<i>Hannah Grünewald</i>	
5.4.1	Technologische und funktionale Umsetzung	161
5.4.1.1	Digital Rights Management-Systeme	161
5.4.1.2	Technologische Umsetzung	161
5.4.1.3	Funktionale Umsetzung	163
5.4.2	Verschiedene Ansätze	166
5.4.2.1	Hartes DRM	166
5.4.2.2	Social DRM	167
5.4.2.3	Kein DRM	168
5.4.2.4	Ein Vergleich	169
5.4.3	Einsatz im E-Book-Markt	170
5.4.4	DRM in der Kritik	171
5.4.5	DRM oder kein DRM?	172

5.5	Sicherstellung der technischen Qualität	174
	<i>Robert Görlich</i>	
5.5.1	Definition von technischer Qualität	174
5.5.1.1	Belletristik	175
5.5.1.2	Fachbuch	177
5.5.1.3	Sachbuch/Ratgeber	177
5.5.1.4	Kinder-/Bilderbuch als E-Book	178
5.5.1.5	Bildbände	179
5.5.2	Workflow im Verlag	180
5.5.2.1	Digital Asset Systeme	180
5.5.2.2	Software zur Qualitätskontrolle	181
5.5.2.3	Beispiel-Workflow	182
5.5.3	Automatisierung	183
5.5.3.1	Erwartungshaltung	183
5.5.3.2	Grad der Automatisierung	183
5.6	Aufbereitung und Wiederverwertung des Bestands-Content	184
	<i>Robert Görlich</i>	
5.6.1	Digitalisierung	184
5.6.1.1	Printing on Demand (POD)	184
5.6.1.2	Barrierefreiheit PDF/UA	185
5.6.1.3	PDF/A	185
5.6.2	Re-Digitalisierung	186
5.6.2.1	Texterkennung/OCR	188
5.6.2.2	Software zur Texterkennung	188
5.6.3	Outsourcing von Scandienstleistung	190
5.6.3.1	Ausland	190
5.6.3.2	Inland	190
5.6.3.3	Qualität	190
5.6.3.4	Rechtliche Situation	191
5.6.4	XML und Datenbanken	192
5.6.5	Perspektiven	193
6	Erfolgreiche Markteinführung – Wie gewinnt man den E-Book-Leser?	195
	<i>Bernd Krämer</i>	
6.1	Mit einem Klick zum Welterfolg?	195
6.1.1	Der Internet-Traum	195
6.1.2	Die Internet-Realität	195
6.2	Erfolgsfaktoren für die E-Book-Vermarktung	196
6.3	Erfolgsfaktor Ziele	197
6.4	Erfolgsfaktor Kanäle	201
6.4.1	Fish where the fish are	202

6.4.2	Welcher Kanal für welches Ziel?	202
6.4.2.1	Owned Media-Kanäle	205
6.4.2.2	Earned-Media-Kanäle	208
6.4.2.3	Paid-Media-Kanäle	209
6.4.3	Auf welchem Kanal erreiche ich meine Zielgruppe möglichst effizient?	211
6.5	Erfolgsfaktor Relevanz	217
6.5.1	Relevantes Produkt	219
6.5.2	Relevanter Content	221
6.5.3	Relevante Kreation	224
6.6	Zusammengefasst	226
7	Produktpflege	227
	<i>Svenja Hagenhoff</i>	
7.1	Einleitung	227
7.2	E-Books sind eine Zumutung	227
7.3	Die „Zumutungen“ liefern ihren Herstellern Herausforderungen	230
7.4	Hat das E-Book einen anderen Life Cycle als das gedruckte Werk?	232
7.5	Und was haben wir nun gelernt?	233
	Literatur	234
8	E-Books in der Bibliothek	235
	<i>Claudia Lux</i>	
8.1	Das Angebot der Bibliotheken	235
8.2	Die E-Books in Öffentlichen Bibliotheken	236
8.3	Andere E-Book Modelle in Bibliotheken	238
8.4	E-Books in wissenschaftlichen Bibliotheken	239
8.5	E-Book-Standards – Anforderungen der Bibliotheken	241
9	Market Place – Wen und was muss man kennen?	245
9.1	Messen	245
9.2	Events und Konferenzen	245
9.3	Bibliotheken	245
9.4	Schulungen	246
9.5	Dienstleister für Autoren	246
9.6	Dienstleister für Verlage	247
9.7	Spezielle Devices/Hardware/Software	250
9.8	Internet-Adressen/URLs	251
	Sachwortverzeichnis	257

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