



## Computer Science : Media Design

Fedtke, S., Reinerth, L., Schippan, M., Huck, H., Galitz, R., Görlich, R., Grünewald, H., Hagenhoff, S., Weiß, M., Krämer, B., Lux, C., Fedtke, Stephen, Reinerth, Lisa (Eds.), Zug

# Erfolgreich publizieren im Zeitalter des E-Books

Ein pragmatischer und zielorientierter Leitfaden für die Zukunft des digitalen Buches

- Pflichtlektüre für alle, die sich der digitalen Zukunft erfolgreich stellen wollen
- 360-Grad-Betrachtung über sämtliche Aspekte
- Pragmatischer und zielorientierter Leitfaden für die Praxis

Autoren, Illustratoren und Verlage stehen vor einer neuen und in ihren Auswirkungen noch nicht vollständig greifbaren Evolutionsstufe des digitalen Contents. Das sog. „E-Book“ steht für diesen technologiegetriebenen Aufbruch in die multi- und crossmediale Aufbereitung, Verwertung und Aufwertung des klassischen Buches. Noch zeigt sich die Verlagsszene ambivalent und ruhig, fehlt doch weiterhin die erhoffte und zugleich gefürchtete boomauslösende „Killer-Applikation“. Auch hat der Markt noch keine endgültige Entscheidung über den technologischen Weg getroffen. So gibt es zur Zeit noch keinen eindeutigen Marktführer bei den Lese-Devices. Andererseits ist allen bewusst, es ist die „Ruhe vor dem Sturm“, denn das mit Internet, Tablets, Apps, HTML5 und weiteren Technologien aufgebaute Innovationspotential wird nicht mit der von CD-ROM und Hörbuch vor Jahren ausgelösten marginalen Marktveränderung vergleichbar sein. Somit stellen sich die Fragen: Wo geht die Reise hin? Wann geht es wirklich los? Wie muss man sich „aufstellen“? Dieses Buch bietet einen pragmatischen und zielorientierten Leitfaden in die Zukunft des digitalen Buches, dem sog. E-Book. Es ist Pflichtlektüre für alle Autoren, Illustratoren und Verlagsmitarbeiter, die sich dieser Zukunft erfolgreich stellen wollen. In einer 360-Grad-Betrachtung wird über sämtliche Aspekte des digitalen Buches, und deren Vernetzung, zielgerichtet informiert, angeleitet und auch „visioniert“. Beginnend mit dem Wesen und den Ansprüchen des künftigen Lesers, über die involvierten Technologien bis hin zu rechtlichen Fragestellungen und den neuen Formen des Marketings werden sämtliche Aspekte ausführlich, verlässlich und übergreifend dargestellt. Jede Partei erhält über ihre neuen Aufgaben, Rollen und Möglichkeiten präzise Informationen, die künftig weit über das „bloße Schreiben und Drucken“ hinausreichen.

## Springer Vieweg

1st  
edition

2012, XII, 260 S. 77 Abb.,  
19 Abb. in Farbe.

## Printed book

Hardcover

## Printed book

Hardcover

ISBN 978-3-8348-2528-5

£ 24,99 | CHF 33,50 | 28,03 € |  
30,83 € (A) | 29,99 € (D)

Available

## Discount group

Standard (0)

## Product category

Professional book

## Series

X.media.press

Order online at [springer.com/booksellers](http://springer.com/booksellers)

Springer Nature Customer Service Center GmbH

Customer Service

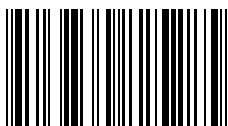
Tiergartenstrasse 15-17

69121 Heidelberg

Germany

T: +49 (0)6221 345-4301

[row-booksellers@springernature.com](mailto:row-booksellers@springernature.com)



ISBN 978-3-8348-2528-5 / BIC: UG / SPRINGER NATURE: SCI25004

Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. Americas: Tax will be added where applicable. Canadian residents please add PST, QST or GST. Please add \$5.00 for shipping one book and \$ 1.00 for each additional book. Outside the US and Canada add \$ 10.00 for first book, \$5.00 for each additional book. If an order cannot be fulfilled within 90 days, payment will be refunded upon request. Prices are payable in US currency or its equivalent.

Part of **SPRINGER NATURE**