

E-Books und die Stakeholder des Buches

Auswirkungen der Verbreitung von E-Books

Prof. Dr. Christoph Bläsi, Buchwissenschaft, Universität Erlangen-Nürnberg

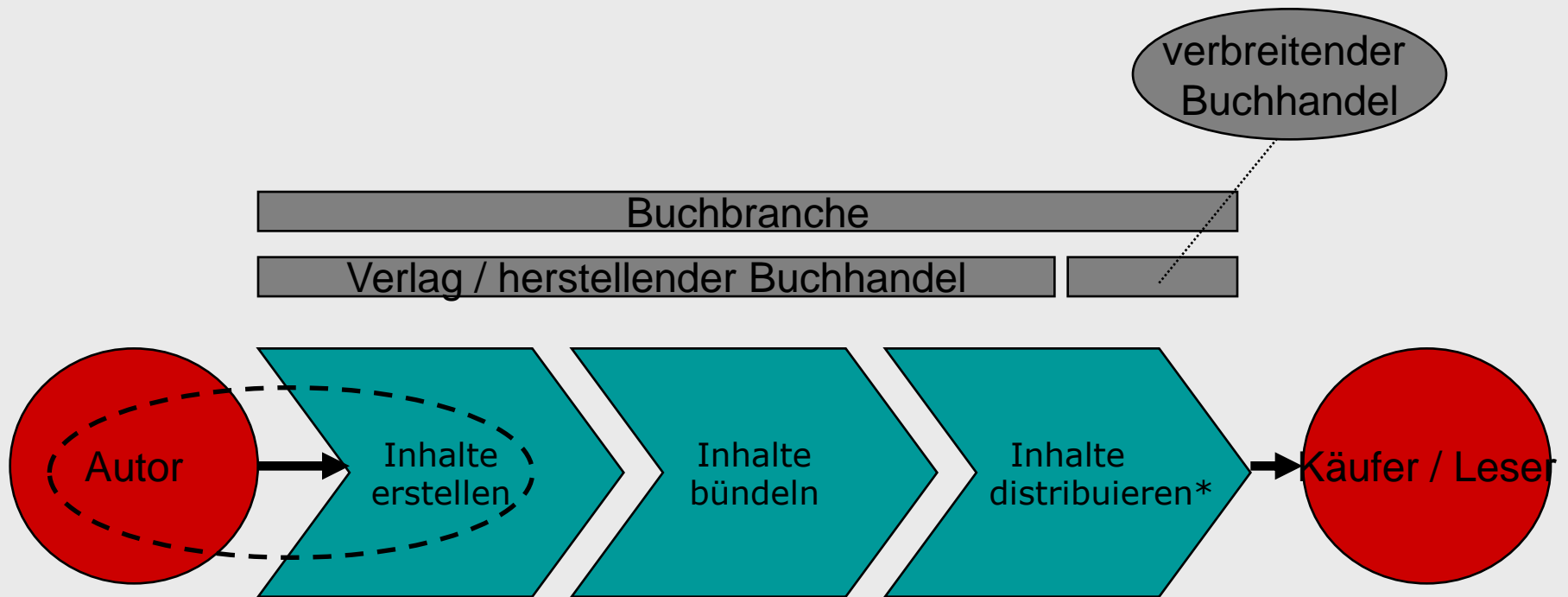
Inhalt

- Stakeholder des Buches
- E-Books und E-Book-Lesegeräte
- Welche Auswirkungen hat die Verbreitung von E-Books auf ...
 - ... Leser
 - ... Autoren
 - ... Verlage
 - ... den (stationären) Buch(einzel)handel
- Zusammenfassung

Stakeholder des Buches

- Stakeholder (Wirtschaftswissenschaften)
 - Anspruchsgruppen eines Unternehmens (Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, ...)
- **Stakeholder des Buches** (meine Übertragung)
 - Personen bzw. Personengruppen und Institutionen, die gegenüber dem Medium Buch (weiter Buch-Begriff !) herausgehobene „Ansprüche“ haben: Autoren, Leser, Verlage, Buch(einzel)handel, ...

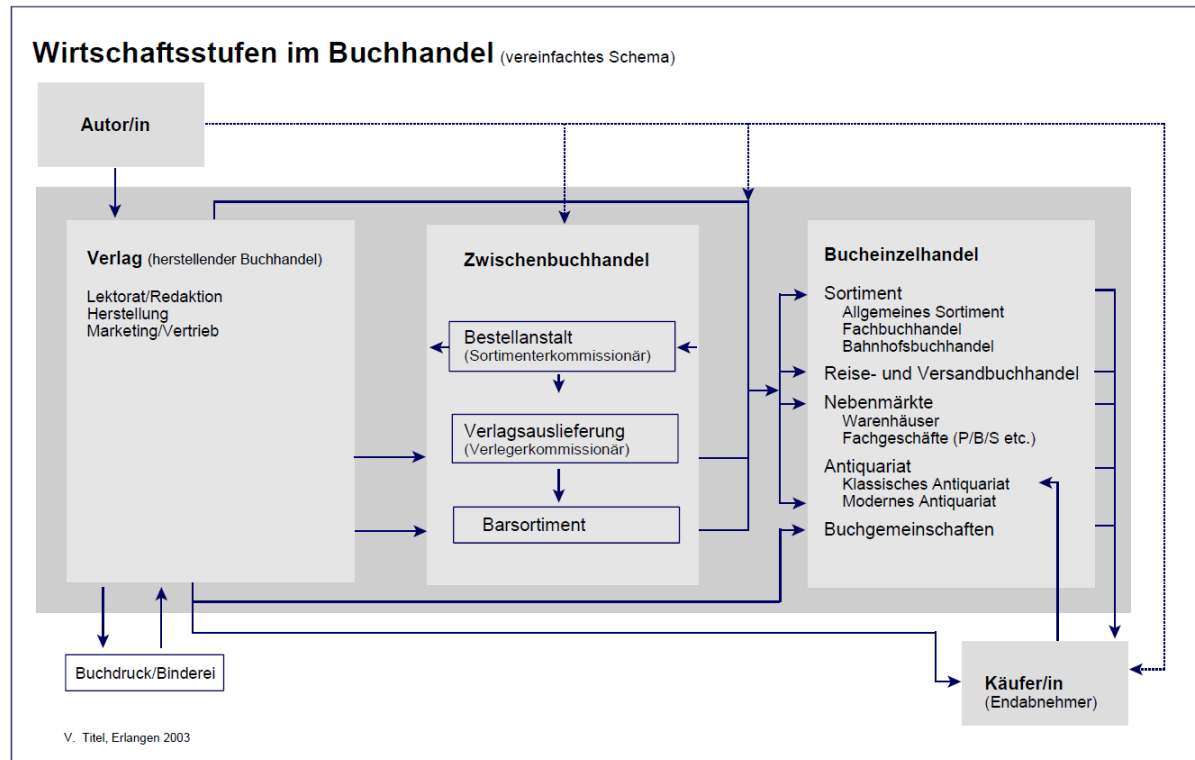
Stakeholder des Buches: Wertschöpfungsstufen



*: eine differenziertere Betrachtung verdienen an dieser Stelle die häufig nicht hinreichend gewürdigten produkt-
*un*spezifischen Wertschöpfungsbeiträge des Handels

Grafik: Christoph Bläsi

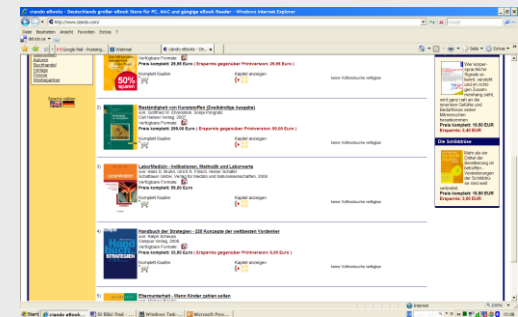
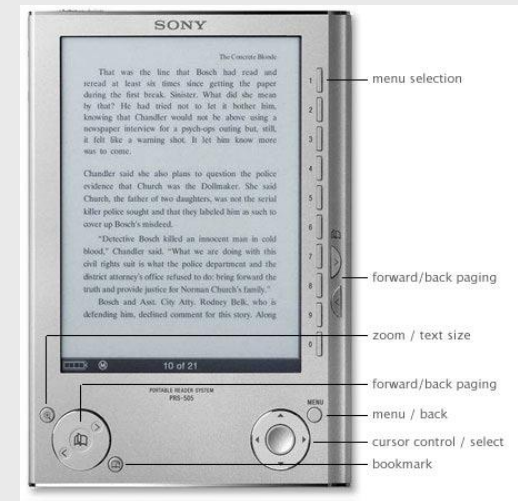
Stakeholder des Buches: Wirtschaftsstufen



Grafik: Volker Titel

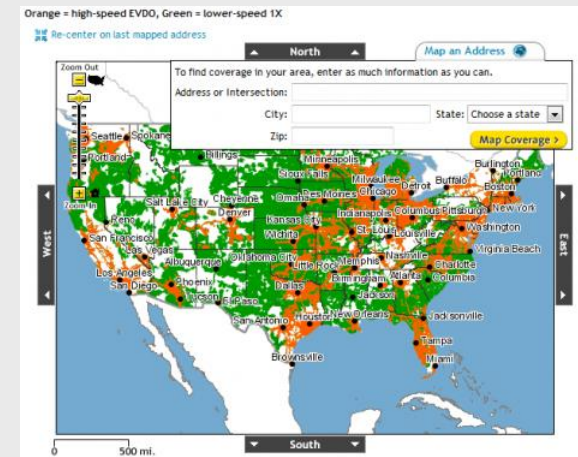
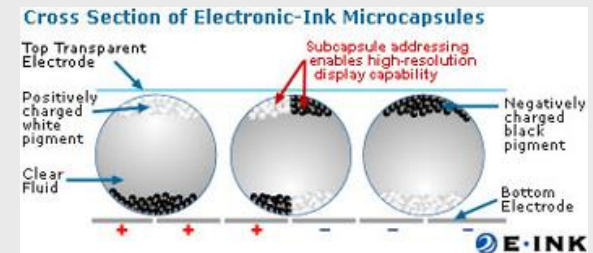
E-Books und E-Book-Lesegeräte

- **E-Book-Lesegerät:** Gerät, das dediziert für das Lesen von v.a. buchähnlichen Texten vorgesehen ist; heute typischerweise mit einem „E-Paper“-Display ausgestattet (aktuelle Beispiele: Sony Reader PRS 505S, Amazon Kindle 2.0)
- **E-Book:** *digitale Datei mit buchähnlichem Inhalt (in einem entsprechenden Format), die (zunehmend in erster Linie) für das Lesen auf E-Book-Lesegeräten (s.o.) gedacht ist*



E-Books und E-Book-Lesegeräte – die neue Situation

- „früher“: Sony Bookman, Gemstar Rocket eBook, ... – das Ende der „Gutenberg-Galaxis“ fand nicht statt
- jetzt im Unterschied:
 - Lesegeräte mit neuen Technologien, z.B. E-Ink, Whispernet; als nächstes wohl: Konvergenz mit PDAs etc.
 - großes Angebot an Titeln: z.B. über 252.000 bei amazon.com (20.3.2009) und über 19.000 bei ciando.de (Januar 2009)
 - Engagement von „Playern“ wie Amazon, Google oder Sony und auch Libri oder Thalia



E-Books und E-Book-Lesegeräte – alte und neue Vor- und Nachteile für Leser

➤ Vorteile

- ermüdungsfreies Lesen auch längerer Texte möglich
- Suche im Text, potentiell niedrigere Preise, leichte Transportierbarkeit auch großer Textmengen, Anpassbarkeit (z.B. in Richtung Barrierefreiheit) ...

➤ Nachteile

- langfristiger Zugriff auf e-Books nicht garantiert
- keine sekundären Funktionen, v.a. „Signalisieren“
- Navigationsprobleme, (noch) wenige Halbtöne, (noch) keine Farben, ...

E-Books und E-Book-Lesegeräte – eine aktuelle Volumenprognose

- Eine im Frühjahr 2009 erschienene Studie* prognostiziert ...
 - ... etwa 80.000 Reader bis Mitte 2010, etwa 1 Million bis 2013/2014 (kumuliert)
 - argumentativer Ansatz: Diffusion entsprechend MP3-Playern
 - ... einen jährlichen Absatz von etwa 830.000 E-Books bis Mitte 2010 (entsprechend ca. 0,2 % Marktanteil) und von etwa 10 Millionen bis 2013 (entsprechend ca. 3 % MA) – jeweils „mittlerer Fall“
 - argumentativer Ansatz: Verhältnisse bei gedruckten Büchern (11 Bücher pro Jahr) pro Reader-Besitzer

*„eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland“ (Unternehmensberatung Kirchner + Robrecht)

E-Books und E-Book-Lesegeräte – aktuelle Volumenprognose

Im schlechtesten Fall werden bis Mitte 2010 unter 400.000 eBooks von eReader-Besitzern erworben, im besten Fall rd. 1,5 Mio.

eBook-Käufe durch eReader-Besitzer: Modellrechnungen (Angaben in Mio. Stück)

Jahr*	eReader-Besitzer	Absatz eBooks „Schlechtester Fall“ [Angaben in Klammern: Marktanteil]	Absatz eBooks „Mittlerer Fall“ [Angaben in Klammern: Marktanteil]	Absatz eBooks „Bester Fall“ [Angaben in Klammern: Marktanteil]
2009-2010	0,08	0,38 [0,1%]	0,83 [0,2%]	1,50 [0,4%]
2010-2011	0,17	0,85 [0,2%]	1,86 [0,5%]	3,38 [0,9%]
2011-2012	0,34	1,69 [0,4%]	3,72 [1,0%]	6,77 [1,8%]
2012-2013	0,64	3,20 [0,8%]	7,03 [1,8%]	12,78 [3,3%]
2013-2014	1,43	7,14 [1,9%]	15,72 [4,1%]	28,58 [7,4%]
2014-2015	3,01	15,04 [3,9%]	33,09 [8,6%]	60,16 [15,7%]

*Angaben jeweils für den Zeitraum von Jahresmitte bis Jahresmitte. Quelle: eigene Berechnung

eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland

39

Folgen für Leser

- meine Einschätzung: ***sehr beschränkt***
- Gründe:
 - Größe und Gewicht des Artefaktes vergleichbar
 - Art des visuellen Reizes (differenziert reflektiertes Umgebungslicht) identisch
- allerdings: langfristiger Zugriff auf „Bücher“ problematisch, keine Signalisierungsfunktion des Produktes; andererseits: möglicherweise niedrigere Preise
- *„Is Google making us stupid“ (Nicholas Carr) ?
Möglicherweise – das (lineare, immersive) Lesen eines E-Books aber sehr wahrscheinlich auf jeden Fall nicht ...*

Folgen für Autoren

- meine Einschätzung: ***sehr beschränkt***
- Grund:
 - für die Rezeption neuer Formen des Geschriebenen (Hypertext-Literatur etc.) ist ein E-Book-Lesegerät viel weniger geeignet als z.B. ein „herkömmlicher“ PC
- allerdings: Produkte im „Selbstverlag“ nicht von „professionellen“ Produkten unterscheidbar (-> „bedeutungstragende“ Aspekte des Vertriebs [Buchwissenschaft !]); niedrigere Schwelle für Urheberrechtsverletzungen (auch: Verlage)

Folgen für Verlage

- meine Einschätzung: **beschränkt**
- Grund
 - Wegfall der physischen Produktion (typischerweise) *außerhalb* der Branche
 - Schritte bis zur physischen Produktion bzw. der Erzeugung einer E-Book-Datei praktisch unverändert (z.B.: *kein* spezielles Layout !)
- allerdings: möglicherweise erhöhter Preisdruck wegen Transparenz und Reproduzierbarkeit der Prozesse

Folgen für den (stationären) Buch(einzel)handel

- meine Einschätzung: **nennenswert** (und zwar **negativ**: zu vernachlässigende Rolle beim Vertrieb)
- Gründe
 - sinnvolle „körperliche“ Zusatzservices nicht erkennbar, keine durch persönliche Anwesenheit zu bewertenden Eigenschaften (<-> Konkurrenzsituation bei physischen Büchern !)
- allerdings: denkbare Bundles mit gedruckten Büchern; *Online*-E-Book-Buchhandel; und natürlich unangefochten: besonders große, besonders „schöne“ oder auch Wegwerf-Bücher, Produkte für „Computer-Illiterate“, ...

Folgen für den Zwischenbuchhandel

- meine Einschätzung: **nennenswert** (und zwar **negativ** [s.o. (stationärer) Bucheinzelhandel] und **positiv**)
- Gründe
 - negativ: s.o.
 - positiv: Funktion als Online-Buchhändler (Endkunden) oder zumindest als Dienstleister für Online-Buchhändler

Zusammenfassung

- Ein Marktanteil von E-Books am Buchumsatz von 10 % liegt aller Voraussicht nach in ferner Zukunft (Kirchner + Robrecht) – aber 3 % (2013 ?) von mehr als 10 Mrd € sind natürlich auch keine quantité négligable ...
- Die Folgen einer zunehmenden Verbreitung von E-Books auf **Autoren** und **Leser** werden beschränkt bleiben

Zusammenfassung (Forts.)

- Die **Verlagswirtschaft** hat sich der Herausforderung der Urheberrechtsverletzungen zu stellen und das Marketing auf neue Vertriebswege und möglicherweise auch neue Zielgruppen anzupassen, scheint von E-Books ansonsten aber nicht grundsätzlich in Frage gestellt
 - **Nota bene:** Grundlegende(re) Gefahren für die Verlagswirtschaft lauern m. E. an ganz anderen Stellen – vgl. wikipedia.de, chefkoch.de, Open-Access-Angebote, ...
- Der Vertrieb von E-Books wird am **Buchhandel** in seiner stationären Ausprägung weitestgehend vorbei gehen; dieser wird deshalb (Konkurrenz durch Verlags-Direktvertrieb, Online-Buchhändler) mit der Durchsetzung von E-Books schrumpfen; ein spezialisierter Online-Buchhandel für E-Books wird sich entwickeln

Danke.

Kontakt: christoph.blaesi@buchwiss.uni-erlangen.de

Literatur

- Barczok, Achim: Sonys E-Book-Reader samt Büchern bei Libri und Thalia. In: heise online (heise.de).
URL: <http://www.heise.de/mobil/Sonys-E-Book-Reader-samt-Buechern-bei-Libri-und-Thalia--/newsticker/meldung/117408> [15.10.2008 / 5.1.2009]
- Bläsi, Christoph: Herausforderungen Wikipedia und Open Access – können Verlage etwas lernen von den Strategien angesichts Linux & Co.? In: Knowledge eXtended. Die Kooperation von Wissenschaftlern, Bibliothekaren und IT-Spezialisten. 3. Konferenz der Zentralbibliothek (2.–4.11.2005). Schriften des Forschungszentrums Jülich. Band 14. Jülich 2005, S. 73–89.
- Bläsi, Christoph: Gutenberg-Galaxis? Zur Zukunft von Büchern und deren Inhalten. In: Wunderlich, Werner; Schmid, Beat (Hrsg.): Die Zukunft der Gutenberg-Galaxis. Tendenzen und Perspektiven des Buches (Facetten der Medienkultur, Bd. 7). Bern [u.a.] 2008, S. 51-67.
- Bläsi, Christoph: Gleiche Ziele, andere Lösungen: Buchnahe Gestaltung für den Bildschirm. In: Dora, Cornel (Hrsg.): Buchgestaltung interdisziplinär. 9. Jahrestagung der Deutschen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft. St. Gallen 2008, S. ?-?. (im Druck)
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen 2008. Frankfurt 2008.
- Carr, Nicholas: Is Google Making Us Stupid?. In: The Atlantic. July/August 2008.
URL: <http://www.theatlantic.com/doc/200807/google> [8.11.2008].
- Cronau, Sabine: 70 Quadratmeter Italien. In: Börsenblatt des Deutschen Buchhandels, 19/2008 v. 17.5.2008, S. 20-22.
- Emrich, Kerstin: Zum Strukturwandel im Buchhandel der Gegenwart – eine Markt- und Strategeanalyse der deutschen Filialunternehmen. Erlangen 2007.
URL: <http://www.buchwiss.uni-erlangen.de/AllesBuch/Studien.htm> [5.11.2008].
- Juraschko, Anna: Systematisches Handelsmarketing als Profilierungsinstrument im Sortimentsbuchhandel. Magisterarbeit, Buchwissenschaft, Universität Erlangen-Nürnberg, 2008.

Literatur

Kirchner + Robrecht management consultants (Hrsg.): eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland. Frankfurt / Berlin 2009.

URL: <http://www.kirchner-robrecht.de/aktuelles/ebooks-und-ereader-marktpotenziale> [23.3.2009]

Rautenberg, Ursula: Das Buch in der Alltagskultur: Eine Annäherung an zeichenhaften Buchgebrauch und die Medialität des Buches. Textteil und Bildergalerie. Erlangen 2005.

URL: <http://www.buchwiss.uni-erlangen.de/AllesBuch/Studien.htm> [2.1.2009].

Rautenberg, Ursula / Wetzels, Dirk: Buch. Grundlagen der Medienkommunikation, Band 11. Stuttgart 2001.

Roesler-Graichen, Michael / Schild, Ronald (Hrsg.): Gutenberg 2.0. Die Zukunft des Buches. Ein aktueller Reader zum E-Book. Frankfurt 2008.

Sjurts, Insa: Medienkrise und Unternehmensstrategien der Global Player: Persistenz vs. Dekonstruktion der Wertschöpfungsketten. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Medienhandbuch 2004/2005. Baden-Baden 2004, S.100-111.

Schumann, Matthias / Hess, Thomas: Grundfragen der Medienwirtschaft. Berlin ³2006.

Steuertner, Christian: E-Paper Display Technology featured E-Book Reading Devices. What Impact will the Innovation have on the Booktrade ? Magisterarbeit, Buchwissenschaft, Universität Erlangen-Nürnberg, 2008.

Titel, Volker / Kuhn, Axel: E-Commerce. Auswirkungen auf den Buch Einzelhandel. Erlangen ²2008.