



ALLES DIGITAL?

E-BOOKS IN STUDIUM UND FORSCHUNG

Weimarer EDOC-Tage 2011

Matthias Maier / Frank Simon-Ritz (Hrsg.)

ALLES DIGITAL?
E-BOOKS IN STUDIUM UND FORSCHUNG

Weimarer EDOC-Tage 2011

Matthias Maier / Frank Simon-Ritz (Hrsg.)

Verlag der Bauhaus-Universität Weimar

IMPRESSUM

Alles digital?
E-Books in Studium und Forschung
Weimarer EDOC-Tage 2011
Matthias Maier / Frank Simon-Ritz (Hrsg.)

Satz und Gestaltung
Adrian Palko, Enno Pötschke

Fotos
Thibaut Henz

Betreuung der Buchgestaltung
Jay Rutherford

Lektorat
Heidemarie Schirmer

Druck und Weiterverarbeitung
DZA Druckerei zu Altenburg GmbH

Auflage
250

Die Tagung selber und diese Publikation wurden
durch die ZEIT-Stiftung finanziell gefördert.

© Verlag der Bauhaus-Universität Weimar 2012
verlag@uni-weimar.de
Fax: 03643/581156

ISBN
978-3-86068-454-2

Diese Publikation ist online abrufbar unter:
<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:wim2-20120223-15699>



INHALTSVERZEICHNIS

<i>Vorwort</i> Matthias Maier/Frank Simon-Ritz	8
<i>Lesen – Schreiben – Apparate</i> Matthias Maier/Nancy Richter	12
<i>Perspektiven für Verlage im digitalen Zeitalter</i> Wulf D. von Lucius	32
<i>E-Books und E-Reader als Herausforderung für Bibliotheken</i> Rudolf Mumenthaler	44
<i>E-Books: Interessenkonflikte zwischen Bibliotheken, Nutzern und Verlagen</i> Catherine Mirallas Hernandez	54
<i>E-Books: Die Frustrationen des Urheberrechts</i> Arne Upmeier	66
<i>E-Books an einer kleinen Universitätsbibliothek: Probleme und Perspektiven</i> Frank Simon-Ritz	74
<i>Die schwerelose Ökonomie auf der Suche nach ihrem Gewicht: wissenschaftliche E-Books in den USA</i> Anke Trommershausen	80
<i>Enhanced E-Books: Veränderungen und Chancen für Akteure der Buchbranche durch die Einführung elektronischer Lesegeräte</i> Moritz Wasserek	96
<i>Knowledge to go: Apps als Informationsportale</i> Peter Delius	114

VORWORT

Matthias Maier
Frank Simon-Ritz

Gerade an den Hochschulen sind die Auswirkungen der »digitalen Revolution« deutlich spürbar. Elektronische Hilfsmittel spielen in Studium, Lehre und Forschung eine immer größere Rolle. Insbesondere Studentinnen und Studenten sind technisch gut ausgestattet und gehören der Generation an, die sozusagen ununterbrochen online ist. Dem müssen auch die Angebote der Hochschulen Rechnung tragen. Das gilt nicht zuletzt für die Bibliotheken, die für die Informationsversorgung der Studierenden zuständig sind. Im Informationsangebot der Bibliotheken spielen digitale Angebote daher eine stetig wachsende Rolle.

Wissenschaftlich begleitet werden diese Prozesse in Verlagen und Bibliotheken von der Disziplin der Medienökonomie. Hier werden Geschäftsmodelle untersucht, die der Wandel hervorbringt und die ihrerseits das Potenzial haben, den Wandel zu beschleunigen. Zugleich werden die Konsequenzen dieser Wandlungsprozesse untersucht. An der Bauhaus-Universität hat sich in den letzten Jahren zwischen der Professur Medienmanagement (Prof. Maier) und der Universitätsbibliothek (Dr. Simon-Ritz) eine Zusammenarbeit entwickelt, aus der beide Seiten ihren Nutzen ziehen.

Sichtbar wurde diese Zusammenarbeit erstmals bei einer Podiumsdiskussion unter der Überschrift »Alles nur geklaut?« über Publizieren im Netz im Herbst 2009, bei der Vertreter von Wissenschaft, Bibliothek und Verlag über die Wandlungen auf dem Markt des elektronischen Publizierens diskutierten.

Im Studiengang »Medienmanagement« fand im Sommersemester 2010 ein Projekt statt, das sich ausdrücklich damit beschäftigte, welche Auswirkungen neue technische Entwicklungen insbesondere im Bereich der E-Book-Reader auf Lehre und Forschung haben. Die Ergebnisse waren so fundiert, dass sie in Form eines E-Books auf dem Publikationsserver der Bauhaus-Universität veröffentlicht wurden.¹

Aus der gemeinsamen Arbeit an diesem (Semester-)Projekt ist dann die Idee entstanden, die im Rahmen des Projekts gewonnenen Erkenntnisse im Rahmen einer kleinen Konferenz zu diskutieren. Das Besondere dieser Weimarer Tagung bestand darin, dass die Perspektiven der Wissenschaftler, der Verlage und der Bibliotheken gleichberechtigt zu Wort kamen.²

Als Veranstalter der Tagung waren wir sehr froh, dass wir mit Wulf D. von Lucius und Peter Delius auf der einen und Rudolf Mumenthaler und Sebastian Mundt auf der anderen Seite ausgewiesene Vertreter der Verlags- sowie der Bibliotheksseite als Beiträger gewinnen konnten. Die »Bibliotheksperspektive« wurde ergänzt durch das Einleitungsstatement von Frank Simon-Ritz. Leider hat sich Sebastian Mundt nicht in der Lage gesehen, seinen Beitrag auch für diese kleine Dokumentation zu Verfügung zu stellen.

Unter besonderen Vorzeichen stand der Beitrag von Arne Upmeyer. Ursprünglich konnten wir mit Dr. Konstantin von Notz (Bündnis 90/Die Grünen) einen Politiker dazu bewegen, aus seiner Sicht über die rechtlichen Rahmenbedingungen des »Studierens in der digitalen Welt« zu referieren. Leider musste Herr von Notz seine Teilnahme an unserer Tagung sehr kurzfristig

¹ Stefanie Ballerstedt (u.a.), E-Book: Ergebnisse aus der digitalen Forschungswerkstatt [Studienarbeit] Weimar 2011, im Internet unter: <http://e-pub.uni-weimar.de/volltexte/2011/1545/> (letzter Aufruf: 14.11.2011).

² Vgl. dazu die Berichte, die über diese Tagung in der bibliothekarischen Fachpresse erschienen sind: Vitalik Gürtler, E-Books in Studium und Forschung, in: BuB, Jg. (2011), H. 9, S. 603–604; Klaus Junkes-Kirchen, in: ABl-Technik, Bd. 31 (2011), H. 2, S. 109–111.

absagen. Umso froher waren wir, dass der »Bibliotheksjurist« Arne Upmeier von der Universitätsbibliothek Ilmenau ebenso kurzfristig bereit war, diese Lücke zu schließen. Die Wissenschaftlerperspektive wird durch Vertreterinnen und Vertreter des Studiengangs Medienmanagement an der Bauhaus-Universität abgedeckt. Matthias Maier war 2000 der zuerst berufene Professor für diesen neuen Studiengang, Nancy Richter ist seit 2007 wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Professur Medienmanagement. Anke Trommershausen ist seit 2011 Juniorprofessorin für Internationales Management und Medien. Catherine Mirallas Hernandez und Moritz Wasserek sind beide Studierende im Master-Studiengang Medienmanagement. Moritz Wasserek hat sein Studium im Dezember 2011 erfolgreich abgeschlossen.

Bereits bei der Planung dieses Buches, das die Ergebnisse und Positionen unserer Tagung dokumentieren soll, stellte sich die Frage, in welcher Form es erscheinen sollte. Wir haben uns, ganz klassisch, dafür entschieden, die Ergebnisse unserer Tagung als Buch zu publizieren. Dass wir uns dafür an den Verlag der Bauhaus-Universität gewandt haben, hat nicht zuletzt damit zu tun, dass dieser Verlag seit Jahren gute Erfahrungen damit macht, wissenschaftliche Bücher parallel in gedruckter und in elektronischer Form zu veröffentlichen. Diesen Weg des hybriden Publizierens beschreiten wir auch mit der vorliegenden Veröffentlichung – und beziehen damit zugleich eine Position im Streit um die Zukunft des Publizierens. Neben der gedruckten Fassung finden Sie die Beiträge dieses Buches auch in digitaler Form auf dem Publikationsserver der Bauhaus-Universität, der von der Universitätsbibliothek betrieben wird.³

Bevor wir uns der Vorbereitung der Weimarer EDOC-Tage 2013 zuwenden können, möchten wir uns noch bei allen bedanken, die zum Erfolg unserer Aktivitäten im Jahr 2011 beigetragen haben. Da sind an erster Stelle Nancy Richter und Vitalik Gürtler zu nennen, die uns in der Professur und in der Bibliothek tatkräftig unterstützt haben. Marie-Christin Stephan und Enno Pötschke haben die Werbematerialien für die Tagung gestaltet. Daraus ist dann auch ein Projekt zur Gestaltung der Tagungspublikation erwachsen, die von Enno Pötschke in eine Form gebracht wurde, die sich sehen lassen kann. Ein herzlicher Dank geht auch an Heidemarie Schirmer vom Universitätsverlag, die das Projekt von Anfang an wohlwollend begleitet hat. Ein besonderer Dank für die finanzielle Unterstützung der Tagung und der darauf basierenden Publikation geht an die ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucenius.

³ Unter folgender URN:
urn:nbn:de:gbr:wim2-
20120223-15699





**Matthias Maier,
Nancy Richter**

Die Auseinandersetzung mit E-Books in Studium und Lehre wirft eine Reihe von theoretischen und alltagspraktischen Fragestellungen auf. Durch die Verbreitung digitaler Speicher- und Übertragungstechnologien für Bücher werden die Produktion, Verteilung und Konsumtion von Leseinhalten neu strukturiert. Im Zusammenhang mit dem E-Book geht es im Folgenden um Apparate und deren Funktionen, um Organisationen und Institutionen, um Leseinhalte und um die Herausbildung neuer kultureller Praktiken und Kontexte, die mit der Nutzung von E-Books verbunden sind. Im Vordergrund stehen die Zusammenhänge zwischen Lesen, Schreiben und Apparaten. Erstens wird nach allgemeinen Verbindungen zwischen Lesen, Schreiben und Apparaten gefragt. Zweitens stehen theoretische Ansätze im Mittelpunkt, welche einen Hinweis darauf geben, inwieweit unsere Apparate, Lese- und Schreibtechniken sich gegenseitig beeinflussen. Drittens findet eine Übertragung dieser Ansätze auf den Bereich digitaler Medien und des E-Books statt, um das E-Book selbst als Medium zu verorten.

Medientechnologien und Praktiken des Lesens und Schreibens

Eine der Grundthesen in der Wissenschafts- und Technikforschung lautet, dass die sogenannte Wissensgesellschaft »bis in alle Lebensbereiche hinein von Wissenschaft und Technik geprägt« ist.¹ Auch verschiedene Ansätze der Medientheorie stützen die These, dass Medientechnologien unser Leben beeinflussen. Dies klingt zunächst »technikdeterministisch«, ist aber weitgreifend aufzufassen.² Der im Sinne der selbstbestimmten Nutzung von Medien (-Technologien) als autonom betrachtete Mensch wird von den Medientechnologien determiniert. Aus dieser Perspektive kann die Medientechnologie als ›Apriori‹ aller historisch-kulturellen Phänomene angesehen werden. Medientechnologien sind eine Voraussetzung für die Formierung des Verstehens, Denkens und Wahrnehmens. »Der Kopplung von Medientechnik, Denkfiguren und Wissensformationen ist nicht zu entkommen, weil keine geistige Tätigkeit im immateriellen Raum stattfindet, sondern auf die Materialität ihrer Mittel angewiesen ist. Medientechnologien des Übertragens, Speicherns und Verarbeitens von Informationen determinieren soziale, politische, psychische, geistige und kulturelle Phänomene und deren Geschichte.«³ Das bedeutet, dass Geschichte in Bezug steht zur jeweiligen Medientechnologie. Diese wirkt sich auf Subjekt und Gesellschaft aus.

Dass Technogien unsere Welt verändern, haben wir in den vergangenen Tagen, Jahren und Jahrzehnten nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch im Alltagsleben festgestellt: Computer, die unsere Schreibtische besetzen und sich manchmal »selbstständig« machen; Handys oder Smartphones, die zu unseren ständigen Begleitern geworden sind und uns zur kontinuierlichen Erreichbarkeit verpflichten. Kaum jemand wird bestreiten, dass Technologien die Welt verändern.

¹ Belliger, Andréa; Krieger, David: Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. In: Belliger, Andréa; Krieger, David (Hrsg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld 2006, S. 13.

² So gehen etwa Friedrich Kittler und auch Marshall McLuhan von einem »Apriori« der Medientechnologien aus.

³ Kleiner, Markus: Medien-Heterotopien. Diskursräume einer gesellschaftskritischen Medientheorie. Bielefeld 2006, S. 93.

Bezogen auf das Thema E-Doc und E-Book kann man die erste Annahme präzisieren und behaupten, dass Technologien wie das E-Book unsere Welt des Lesens und Schreibens verändern. Apparate und Technologien nehmen Einfluss auf die Vermittlung und den Erwerb von Informationen und Wissen. Apparate beeinflussen unsere Art und Weise der Informationsbeschaffung und Archivierung. Es ist naheliegend, dass Technologien und Apparate auch das Studium und die Lehre verändern. Die Druckerpresse von Gutenberg, der Zettelkasten von Luhmann⁴ und die Suchmaschine von Google sind nur einige der prominenten Beispiele. Nicht zu vergessen die Mikrofiche-Lesegeräte, Karteikästen, Regalsysteme und die vielen anderen technischen Dinge, die in Bibliotheken zu finden sind oder früher dort zu finden waren. Apparate und ihre Praktiken des Lesens und Schreibens sind hierbei eng miteinander verbunden. Lesen ist eine der bedeutendsten Kulturtechniken der westlichen Gesellschaft. Diese Kulturtechnik gibt es seit langer Zeit und sie hat sich in der Geschichte immer wieder verändert.⁵ Im weitesten Begriff bedeutet Lesen, Zeichen jeglicher Art wahrzunehmen und ihren Sinn zu konstruieren beziehungsweise zu interpretieren. Diese Zeichen können beispielsweise Naturphänomene sein, Mimik und Körpersprache von Menschen, Fährten, Bilder oder schließlich Schrift, deren Wortbedeutung im Altgriechischen nichts anderes als Spur bedeutet. Lesen und Schreiben sind immer an Materialität gebunden. Tontafeln, Papyrus, Bücher, Leuchtreklame, digitale Texte – die Möglichkeiten, Schrift auf Textträger aufzubringen, sind dabei sehr vielseitig. Das Lesen ist insofern von dieser Materialität betroffen, als es stets abhängig von seinen Umständen ist, das heißt vom zeitlichen und kulturellen Kontext wie auch von materiellen und individuellen Gegebenheiten. Wir lesen einen Roman wie »Don Quichotte« heute vielleicht anders als ein Zeitgenosse von Cervantes, der ihn in der Bibliothek an einem Pult gelesen hat. Lesen hat sich aber auch mit den unterschiedlichen Lesegeräten verändert. Mit dem Buch ist die noch heute verbreitete Form des stillen, intensiven und kontemplativen Lesens verbunden. Mit dem Internet bzw. digitalen Technologien ändert sich das Lesen möglicherweise. Es wird sprunghaft, spontaner, individueller und weniger linear (z.B. Hyperlinks, Suchmaschinen). So beschreibt Nicolas Carr, wie sich seine Informationsaufnahme und -verarbeitung durch das Internet verändert hat:

»I'm not thinking the way I used to think. I can feel it most strongly when I'm reading. Immersing myself in a book or a lengthy article used to be easy. My mind would get caught up in the narrative or the turns of the argument, and I'd spend hours strolling through long stretches of prose. That's rarely the case anymore. Now my concentration often starts to drift after two or three pages. I get fidgety, lose the thread, begin looking for something else to do. I feel as if I'm always dragging my wayward brain back to the text. The deep reading that used to come naturally has become a struggle.«⁶

Carr setzt diese Veränderung in Bezug zu seiner verstärkten Nutzung des

⁴ Vgl. Luhmann, Niklas: Niklas Luhmann: Kommunikation mit Zettelkästen. Ein Erfahrungsbericht. In: Luhmann, Niklas; Kieserling, André (Hrsg.): Universität als Milieu. Kleine Schriften. Bielefeld 1992.

⁵ Vgl. Cavallo, Guglielmo; Chartier, Roger: Einleitung. In: Cavallo, Guglielmo; Chartier, Roger (Hrsg.): Die Welt des Lesens – Von der Schriftrolle zum Bildschirm. Frankfurt/Main, New York 1999.

⁶ Carr, Nicolas: Is Google making us stupid? What the internet is doing to our brains. In: The Atlantic, Juli/August 2008. Online unter: <http://www.theatlantic.com/doc/200807/google>.

Internets, insbesondere von Suchmaschinen. Anstatt in die Bibliothek zu gehen und sich intensiv mit Büchern zu beschäftigen, nutzt er für seine Recherchen Suchmaschinen wie Google und springt von einer Information zur nächsten. Seiner Meinung nach verändert diese neue Form des Lesens im Netz die Form der Informationsverarbeitung. Dies wirkt sich auch auf das Lesen von Texten auf herkömmlichen Trägermedien und auf seine Gedächtnisleistung aus. Bezogen auf digitale Leseinhalte und Lesegeräte kann an dieser Stelle auch gefragt werden, wie sich am Beispiel von E-Books die Produktion von Inhalten verändert und welchen Einfluss dies wiederum auf den Konsumenten hat. Welche Auswirkung haben E-Books auf unsere Informationsaufnahme und -verarbeitung?

Bei all den Neuerungen, welche digitale Medien wie das E-Book mit sich bringen, sollte berücksichtigt werden, dass das sprunghafte und weniger lineare Lesen keine Erfindung des Internetzeitalters ist, wie das folgende historische Beispiel zur Anschauung der Zusammenhänge von Lesen, Schreiben und Apparaten verdeutlicht. Es handelt sich um das Bücherrad von Agostino Ramelli aus dem 16. Jahrhundert. Hier geht es um ein spezifisches Verhältnis von Apparat, Lesen und Schreiben. Es handelt sich dabei um ein rotierendes Lese- und Schreibpult, welches das nicht-sequenzielle Lesen von etwa zwölf Folianten gleichzeitig erlaubt, ohne dass man sich dafür von der Stelle bewegen muss. Die einzelnen Bücher befinden sich, zusammengefasst in einer kleinen Bibliothek, auf jeweils eigenen Pulten, zwischen denen durch einen Drehmechanismus gewechselt werden kann. Die Mechanik sorgt dafür, dass die Bücher nicht fallen, d. h. genau so liegen bleiben, wie sie hingelegt worden sind, wann immer der Leser es wünscht, erscheinen sie so, ohne dass sie irgendwie angebunden oder befestigt werden müssen.⁷

Das Bild (Abb. 1) macht verschiedene Sachverhalte anschaulich:

- ▶ Das Bücherrad macht das Verhältnis von Apparat, Suche und Selektion deutlich. Im hinteren Teil des Bildes ist ein gefülltes Bücherregal zu sehen. Die Büchermaschine führt zu einem zweifachen Selektionsprozess, nämlich zu einer Vorauswahl von Büchern, die in das Bücherrad eingespannt werden, und zu einer Auswahl von Büchern, die sich im Bücherrad befinden. Die Such- und Selektionsprozesse werden also durch den Apparat konfiguriert.
- ▶ Das Bücherrad macht das Verhältnis zwischen dem Leser und dem Apparat deutlich. Der Leser ist in den Apparat geradezu eingespannt. Anders ausgedrückt: Durch den Apparat formt sich ein mediales Dispositiv aus, das den Leser in »Haltung« bringt. Dies ist zu vergleichen mit einem Kinodispositiv, das die Zuschauer auf die Ränge verweist und deren Blickrichtung bestimmt.
- ▶ Das Bücherrad deutet weiterhin das Verhältnis von Lesen und Schreiben an. Das Verhältnis von Lesen und Schreiben bleibt im Bild zwar unbestimmt. Es ist allerdings anzunehmen, dass das »Gelesene« und das »Geschriebene« von der vorher getroffenen doppelten Selektion bestimmt ist. Die gleiche

⁷ Vgl. <http://www.historicum.net/news/notizendetails/ca/ddzf153f325921d001bo627585a2d494/news//unser-titel/>



Abb 1: Bücherrad von Agostino Ramelli

Mutmaßung kann man für das Literaturverzeichnis anstellen, es dürfte vermutlich genau zwölf Werke umfassen.

Das Beispiel verdeutlicht aber auch Sachverhalte, die durch den Blick auf das Bild nicht sichtbar werden. Es ist nicht bekannt, ob das Bücherrad jemals genutzt wurde. Mit Begriffen der Innovationstheorie kann man daher behaupten, dass das Bücherrad kein dominantes Design geworden ist; es hat sich nicht durchgesetzt. Zwar kann man behaupten, dass in »Multimedia-Systemen« unserer Zeit die Idee des Bücherrades wiederzuerkennen ist. So erinnert die Verbindung einzelner Gedanken und Textabschnitte durch das Bücherrad an die Navigation durch das World Wide Web, wie sie derzeit in jedem Browser zur Anwendung kommt. Darüber hinaus ähnelt das Bücherrad dem E-Book, da es dem Leser eine Auswahl an Büchern gleichzeitig zur Verfügung stellt, zwischen denen er hin und her wechseln kann, ohne dabei seinen Platz zu verlassen. Aus dieser Perspektive erscheint das Bücherrad als äußerst innovativ. Trotzdem stellt sich die Frage, warum es sich zur damaligen Zeit nicht durchgesetzt hat. War der Apparat zu sperrig und zu teuer? Waren die sozialen Praktiken des Lesens dem Apparat nicht angepasst und angemessen? Hatten Bibliotheken kein Interesse daran oder haben ihnen die finanziellen Mittel gefehlt? Hat sich kein Unternehmer gefunden, der das Bücherrad in großer Zahl herstellen wollte und konnte? Solche Fragen machen deutlich, dass es nicht ausreicht, sich bei der Auseinandersetzung mit Medien wie dem Bücherrad oder dem E-Book allein den Apparat anzuschauen. Stattdessen geht es darum, das komplexe Umfeld, welches diese Technologien und Apparate umgeben, zu berücksichtigen.

Das Ziel unserer Auseinandersetzung ist es, das Verhältnis von Lesen und materiellen Trägern der Schrift am Beispiel des E-Books in Studium und Lehre zu untersuchen. Gefragt werden soll auch nach den Besonderheiten der Produktion, Verteilung und dem Konsum von Informationsinhalten. Dafür ist jedoch ein Analyserahmen erforderlich, der über die Betrachtung des E-Books als reinem Apparat hinausgeht.

Das E-Book und sein mediales Dispositiv

Wenn wir uns mit Lesen, Schreiben und Apparaten oder mit E-Books in Studium und Lehre befassen, dann können wir uns nicht allein auf Apparate und Techniken konzentrieren. Es ist darüber hinaus ein komplexes Bedingungsgefüge von verschiedenen Faktoren zu berücksichtigen. Dazu gehören z.B. institutionelle Faktoren von Bibliotheken und Hochschulen; kulturelle Übermittlungsprozesse, d. h. kulturell eingeübte Praktiken des Wissenserwerbs und der Wissensvermittlung; »juridische Rahmungen«; soziale und ökonomische Faktoren und Sachverhalte, die ebenfalls in den Blick zu nehmen sind. Es geht also um verschiedene Faktoren, die wir zueinander in Beziehung setzen müssen. Daher ist es erforderlich, sich nicht nur mit dem Apparat, sondern auch mit den heterogenen Elementen zu beschäftigen, die mit diesem verbunden sind und sich zu einem medialen Dispositiv ausfor-

⁸ Foucault, Michel:
Dispositive der Macht.
Über Sexualität,
Wissen und Wahrheit.
Berlin 1978, S. 119.

⁹ Vgl. Uricchio, William:
Medien des Übergangs
und ihre Historisierung.
In: Engell, Lorenz/Vogel
Joseph (Hrsg.): Mediale
Historiographien. Wei-
mar 2001, S. 57–71.

men. Nach Michel Foucault ist ein Dispositiv »ein entschieden heterogenes Ensemble, das Diskurse, Institutionen, architektonische Einrichtungen, reglementierende Entscheidungen, Gesetze, administrative Maßnahmen, wissenschaftliche Aussagen, philosophische, moralische oder philanthropische Lehrsätze« verbindet. Es umfasst »Gesagtes eben sowohl wie Ungesagtes [...]«. Das Dispositiv ist das Netz, das zwischen diesen Elementen geknüpft ist.«⁸ Ein mediales Dispositiv ist zu verstehen als ein Bedingungsrahmen, der das Medium in seinen komplexen Wirkungsweisen betrachtet und sich dabei nicht auf dingliche Aspekte beschränkt.

Es erscheint angebracht, das E-Book als mediales Dispositiv zu verstehen und es in seiner Vielschichtigkeit zu analysieren. Dazu ist ein Medienbegriff erforderlich, der die verschiedenen Aspekte berücksichtigen kann. Man muss also fragen, mit welchem Medium wir es zu tun haben und wodurch dieses sich auszeichnet. Wenn wir vom E-Book als Medium sprechen, meinen wir nicht nur den Apparat selbst, sondern auch die Elemente, die mit dem Apparat verbunden sind. Dementsprechend wird ein mehrdimensionaler Medienbegriff benötigt, wie ihn beispielsweise William Uricchio vorschlägt.⁹ Uricchio thematisiert in seinem Aufsatz »Medien des Übergangs und ihre Historisierung« die Geschichtsschreibung bzw. die Historisierung von Medien. Für diesen Zusammenhang bestimmt er sein Verständnis von Medien als Zusammenspiel von vier treibenden Dimensionen:

- (1) Der technische Apparat, also das konkrete Objekt oder Gerät und seine ihm aufgeprägten Funktionen.
- (2) Die Institutionen im Sinne von Regeln, Normen und Organisationen. Dies können Institutionen und Organisationen der Wirtschaft, der Politik oder des Rechts sein, also Einrichtungen, die die Apparate umgeben, organisieren und inszenieren, etwa der Staat und das Rechtssystem, Verlage, Autoren, Händler, Bibliotheken, Universitäten, Internetunternehmen.
- (3) Die Texte und Zeichensysteme, die jedes Medium spezifisch hervorbringt. So produziert z. B. das Kino Filme, das Buch Geschichten, die Fotografie Bilder, das E-Book Texte und mitunter auch multimediale Inhalte.
- (4) Die kulturellen Kontexte und Praktiken, die sich mit dem Gebrauch des Mediums formen und herausbilden. Dies können Nutzungsgewohnheiten, Denkweisen oder Meinungen sein, die sich im Laufe der Zeit gegenüber einem Medium durchsetzen.

Unter Medien versteht Uricchio also mehr als bloße Technologien, Institutionen, Bilder oder Texte. Er betrachtet Medien auch als kulturelle Praktiken, die diese Elemente innerhalb eines breiteren Gefüges umfassen. Die kulturellen Praktiken werden von spezifischen Gesellschaftsordnungen, Mentalitäten und gelebten Erfahrungen von Seiten der Produzenten und Nutzer bereitgestellt. Die Reflexion über Medienproduktion kann sich nicht nur auf Technologien oder Fragen nach der Produktion von Texten und Zeichen-

systemen beziehen. Es geht auch um die Frage nach den institutionellen Bedingungen und Faktoren, unter denen die Produktion von Texten und Zeichen erfolgt. Doch gleichermaßen muss die Frage nach der Rolle von Apparaten und Technologien gestellt werden, die bei der Produktion, Distribution und der Konsumtion eingesetzt werden und diesen Ebenen ihre Bedingungen aufprägen.

Begreift man das E-Book als Medium in Studium und Lehre, sind damit so- gleich viele Fragestellungen aufgerufen: Mit welchen Apparaten, Dingen und Techniken haben wir es zu tun? Welche Bedeutung haben diese Appa- rate, Dinge und Techniken für kulturelle Übermittlungsprozesse und den Wis- senserwerb? Welche Performanz besitzen die Technologien und Apparate im Hinblick auf die Formation, die Zirkulation und Verbreitung von Wissen? Welche Funktionen und Standards bilden sich für E-Books he-raus und wie beeinflussen sie das Lesen und Schreiben? Bleibt das Buch ein Buch, wenn wir von einem E-Book sprechen? Welche Beziehungen bestehen zwischen dem gedruckten Buch und dem E-Book? Handelt es sich um ein vollständi- ges Substitut oder eher um Produkte mit begrenzter Substitutionalität? Wel- che erweiterten Funktionen sind für das E-Book vorstellbar? Welche neuen Akteure treten durch das E-Book hinzu und welche der etablierten Akteu- re verlieren an Bedeutung? Wie setzen sich die neuen Netzwerke zusam- men und gibt es in diesen Netzwerken dominante Positionen? Welche Rolle spielen technologische Plattformen im Hinblick auf Marktmachtverhältnis- se? Wie verändern sich Geschäftsmodelle von Produzenten, die bei der Her- stellung geringe Grenzkosten aufweisen und die Kosten der Übermittlung ebenfalls niedrig sind? Wie kann man als Hersteller und Produzent die nied- rigen Reproduktions- und Vertriebskosten für sich arbeiten lassen? Welche Zielkonflikte bestehen zwischen der Kontrolle von Eigentumsrechten – etwa durch Rechtemanagement-Systeme – und dem Nutzen der Rezipienten? Welche Aufgaben und Funktionen übernehmen Bibliotheken, wenn die Fikti- on zur Realität geworden ist? Einige Fragen werden im Folgenden nach dem Medienbegriff von Uricchio strukturiert und näher betrachtet.

Das E-Book als Apparat

Wenn man über E-Books spricht, ist zu unterscheiden zwischen elektroni- schen Lesegeräten als Apparate (E-Book-Reader) und digitalen Texten bzw. Lesestoff (E-Book-Editionen, E-Journals usw.).¹⁰ Mittlerweile sind viele ver- schiedene Lesegeräte im Angebot, die sich hinsichtlich Größe, Funktionen, Formen und Technologien (z.B. E-Ink) unterscheiden.¹¹ Zu Lesegeräten für digitale Inhalte zählen aber auch Laptops, Handys oder das iPad, welche keine klassischen E-Reader sind. Lesestoff wird von unterschiedlichen kom- merziellen und nichtkommerziellen Akteuren und auf unterschiedlichen Plattformen angeboten (Ciando, Gutenberg Projekt, paperc, libreka, Ama- zon). Einige Anbieter nutzen sogenannte Einsperreffekte, indem sie den Nutzer in einer Matrix von Lesegeräten und Lesestoff einfangen (Amazon

¹⁰ Vgl. Roesler-Graichen, Michael; Schild, Ronald: Gutenberg 2.0 – die Zukunft des Buches. Frankfurt/Main 2008.

¹¹ Vgl. dazu den Beitrag von Rudolf Mumenthaler in diesem Band.

und Kindle). Darüber hinaus existieren unterschiedliche Formate für Inhalte (EPUB, PDF usw.), die nicht vollständig von allen Lesegeräten erkannt werden. Das E-Book bzw. der E-Book-Reader als Apparat erscheinen somit mit technischen Begriffen erfassbar zu sein. Bildschirmtechnologien, Speicherkapazität, Funktionen wie Hervorhebung von Texten und Hinzufügung von Anmerkungen – dies alles sind technische Funktionen, mit denen der E-Book-Reader präzise zu beschreiben ist.

Bei genauerer Betrachtung handelt es sich jedoch weniger um einen mit technischen Begriffen zu klassifizierenden Apparat als vielmehr um ein »werdendes« Objekt. Es ist ein Objekt, das man nicht wirklich als Buch bezeichnen kann, denn das Buch in seiner bekannten Form ist nicht mehr vorhanden. Ausgehend von Marshall McLuhan sind es nicht nur die Botschaften oder Inhalte, die einen Einfluss auf unser Denken haben.¹² Es ist der Apparat selbst, der unser Denken und Handeln beeinflusst und mitbestimmt, welche Inhalte überhaupt geschrieben und auch gelesen werden können bzw. wie Inhalte geschrieben und gelesen werden. Apparate sind also auch hier mehr als reine Träger von Botschaften oder treue Diener, mit denen sich Inhalte verbreiten lassen. So zeigt McLuhan, wie das Buch und der Buchdruck unsere Denk- und Lebenswelt verändert haben: »Denn der Buchdruck stellt nicht nur ein Verbraucher-Medium und Konsumgut dar, sondern er lehrte die Menschen auch, wie alle übrigen Tätigkeiten entlang systematischen linearen Grundlinien organisiert werden können.«¹³ So betont auch Jeremy Rifkin: »Der Druck organisierte Phänomene in einer ordentlichen, rationalen und objektiven Art und Weise und beförderte so lineares, sequentielles und kausales Denken.«¹⁴ Nach McLuhan ist uns seit dem Buchdruck die Gewohnheit, lineare Reihen zu bilden, in Fleisch und Blut übergegangen. Dies förderte u. a. die Vorstellung, mit gut durchdachten Ideen, die logisch aufeinander folgen, einen Fortschritt zu erreichen, womit eine wichtige Grundlage für die moderne wissenschaftliche Weltanschauung gelegt war, welche die exakte Beobachtung und Beschreibung und eine rational objektive Aneignung der Dinge postulierte. Das Buch und der Buchdruck hatten nach McLuhan jedoch ebenso einen Einfluss auf die Organisation ökonomischer Produktions- und Austauschprozesse, welche auch linear angeordnet waren. Er bezieht sich hierbei auf die industrielle Massenproduktion und die Entwicklung des Fließbandes.

Mit dem E-Book wird das Buch durch eine andere Materialität ergänzt und erfährt damit eine fundamentale Veränderung. Statt Linearität steht nun Vernetzung im Vordergrund. Die Veränderung manifestiert sich nicht allein in der Art der Darstellung von Zeichen, sondern auch im Hinblick auf die Funktionalität und die mit dem E-Book-Reader verbundene Logik der Vernetzung (siehe Schaukasten 1). Innerhalb von vernetzten Lesergemeinschaften können Textpassagen hervorgehoben, kommentiert und unter den Lesern ausgetauscht werden. Zudem wird es Autoren möglich, Texte in »Echtzeit« zu veröffentlichen, auf Kommentare von Lesern

¹² Vgl. McLuhan, Marshall: *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*. Berkeley 2001 (zuerst 1967).

¹³ McLuhan, Marshall: *Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters*. Bonn; Paris; Reading Mass. [u. a.] 1995 (zuerst 1962), S. 157, S. 173.

¹⁴ Rifkin, Jeremy: *Access. Das Verschwinden des Eigentums. Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden*. 2. Aufl. Frankfurt a. M./ New York 2000, S. 276.

direkt zu reagieren und ein neues Verhältnis zu Rezipienten herzustellen. Die Funktionalität von elektronischen Lesegeräten kann sich somit auch auf Veränderungen textueller Aspekte beziehen. Das Buch ist damit offen, fragil und im Hinblick auf seine tradierte Form und Integrität zugleich fragwürdig geworden. Die Abkopplung des Textes von seinem festen Trägermedium und die Techniken der Vernetzung bringen eine strukturelle Transformation hervor. Es eröffnet Möglichkeiten für neue Lese- und Schreibtechniken. Das Buch ist mehr und mehr als Netzwerk von Inhalten und Verweisen zu begreifen, die von verschiedenen Autoren, Personen und nicht-menschlichen Akteuren in Form von Suchmaschinen zusammengestellt und verknüpft werden. Der Text wird zu einem offenen und vernetzten Objekt. Vernetzungseffekte durch Kommentare, Anmerkungen, Bewertungen und Rezensionen waren auch bei gedruckten Büchern Teil der kulturellen Praxis. Diese können bei E-Books auf einfache Weise ausgeübt werden und lassen sich damit noch intensiver zum Einsatz bringen. Voraussetzung ist allerdings, dass E-Books und E-Book-Reader diese Funktionen unterstützen. Einige dieser Funktionalitäten werden gegenwärtig unter dem Begriff »Enhanced E-Books« diskutiert. Es handelt sich um soziale oder multimediale Elemente, mit denen Literatur erweitert und »angereichert« wird.¹⁵ Die konventionelle Adaption von gedruckten Büchern wäre demnach lediglich als Zwischenstufe zu dieser neuartigen Textgattung zu sehen. Es zeichnet sich ab, dass ein neues Verhältnis zwischen Apparat und Inhalt bzw. Lesestoff entsteht. Jedoch ändern sich mithin auch die ökonomischen und gesellschaftlichen Bedingungen von Produktions- und Austauschprozessen. Derick de Kerckhove deutet dies in »Schriftgeburten« beispielhaft für die Organisation von Redaktionsbüros an: »Der Computer hat die Organisation des Redaktionsbüros verändert. Er hat die Speicherung, die Auswahlmöglichkeiten, die Vernetzung, die Kompositionsvielfalt, den Vertrieb und die Verbreitung von Nachrichten beträchtlich erhöht. Während der Telegraf nur von Punkt zu Punkt vermitteln konnte, haben

¹⁵ Vgl. dazu den Beitrag von Peter Delius in diesem Band

Schaukasten 1: Apparate und Funktionen

Enhanced E-Reader: Vernetztes Lesen mit dem Amazon Kindle
(<http://www.lesen.net/amazon-kindle-3-wi-fi/>)¹⁶

Amazon stellte mit dem Kindle 3 im Frühjahr 2010 ein Gerät vor, welches sich dem Thema »vernetztes Lesen« widmet. Es ermöglicht das Teilen von im Kindle-System vorgenommenen Markierungen. Damit schließt Amazon den E-Reader ans soziale Internet an. Als erster E-Book-Reader verfügt der Kindle über eine direkte Schnittstelle zu Twitter und Facebook. Von dort können einzelne Abschnitte direkt aus dem Buch heraus gepostet werden. In einem Kindle E-Book besonders häufig hervorgehobene Abschnitte sollen dann auch anderen Nutzern angezeigt werden. Vernetztes Lesen wird hier erstmals Realität.

¹⁶ Der Text im Schaukasten wurde mit leichten Änderungen direkt von der angegebenen Webseite übernommen.

¹⁷ Kerckhove, Derrick
de: Schriftgeburten. Vom
Alphabet zum Computer.
München 1995, S. 197f.

die Computer die Speicherung von Informationen dezentralisiert, indem sie mittels miteinander vernetzter Datenbanken aller Welt zur Verfügung stehen.«¹⁷ Ähnliches kann möglicherweise für die Produktion, Distribution und den Konsum von E-Books postuliert werden.

Das E-Book und seine Institutionen und Organisationen

Das E-Book verändert nicht nur die Materialität und Funktionalität des Buches. Auch die Institutionen und Organisation, die im Bereich von E-Books tätig sind, ändern sich. So wandeln sich Selbstverständnisse und Beziehungen von Autoren, Nutzern, Verlagen, Journalisten, Buchhandlungen, Filialisten und Bibliotheken. Bibliotheken, insbesondere Universitätsbibliotheken, sind von den technologischen und kulturellen Entwicklungen ebenso betroffen. Einige verfolgen bereits eine duale Strategie, indem sie Bücher und Zeitschriften physisch, aber auch digital anbieten. Dies erscheint auf den ersten Blick einfach und unproblematisch. Bei näherer Betrachtung wird jedoch deutlich, dass sich Bibliotheken hierbei mit einigen Problemen und Fragestellungen auseinandersetzen müssen. Welche Inhalte sollen digital und physisch gleichzeitig angeboten werden? Wie werden digitale Inhalte »verliehen«? Wie sind die unterschiedlichen Angebote der Verlage einzuordnen? Außerdem treten neue Organisationen in die traditionelle Domäne von Bibliotheken ein, welche die Wertschöpfung von Inhalten maßgeblich mitbestimmen, wie z.B. Amazon, Google, Apple. Suchmaschinenbetreiber, Telekommunikationsunternehmen, Technikproduzenten für Hard- und Software sowie neue Akteure für die Bereitstellung von Inhalten verändern nicht nur die Struktur der Teilnehmer, sondern auch Interaktionen und Tauschhandlungen auf dem Buchmarkt. Etablierte Verlage und Buchhandlungen müssen sich daher zunehmend mit neuen Wettbewerbern und veränderten Geschäftsmodellen auseinandersetzen. Verlage gehen teilweise Kooperationen mit neuen Wettbewerbern ein, um ihre Inhalte besser zu vermarkten. Große Filialisten kooperieren beispielsweise mit Herstellern von Lesegeräten und Buchhandlungen und vertreiben ihre Inhalte online (z.B. www.ebuch.de). Darüber hinaus können Nutzer nun leichter selbst zu Autoren werden. Für Autoren wird es hingegen möglich, ihre Inhalte ohne den Weg über Verlage selbst im Internet zu verkaufen. In zunehmendem Maße entstehen außerdem Portale für digitale Bücher, die entweder gemeinfrei sind oder von Autoren und Verlagen zur partiellen oder vollständigen Nutzung bereitgestellt werden. Das Projekt Gutenberg und das Digitalisierungsprojekt von Google machen dies deutlich.

Noch ist der Wendepunkt im Publikationsmarkt nicht erreicht, aber die Anbieter von E-Books und publizistische Interessensgemeinschaften bemühen sich, die hohen Wachstumsraten von E-Books im Vergleich zu den gedruckten Büchern hervorzuheben. So hat etwa die Association of American Publisher angekündigt, dass die Verkaufszahlen von E-Books im Jahr 2011 zum ersten Mal die der traditionellen Bücher übersteigen werden.¹⁸

Auch Amazon hat bekannt gegeben, dass im laufenden Jahr in den USA mehr E-Books als gedruckte Bücher verkauft wurden.¹⁸ Bei solchen Meldungen geht es jedoch nicht allein um die realisierten Verkaufszahlen, sondern auch und vor allem um »Erwartungsmanagement«. Aus der Ökonomie der Netzgüter ist bekannt, dass Erwartungen ein Schlüsselfaktor bei Entscheidungen von Verbrauchern sind, ob neue Technologien gekauft werden oder nicht. Der direkteste Weg, Erwartungen zu managen, besteht darin, dass man Behauptungen hinsichtlich der jetzigen oder zukünftigen Popularität des Produkts aufstellt.²⁰ Neben solchen oft wenig überprüfbar behauptungen begegnet man bei der Suche nach Büchern immer häufiger dem Hinweis, dass das soeben aufgerufene Buch auch als E-Book verfügbar ist. Dies ist vor allem Ausdruck der Strategie von traditionellen Verlagen, die neben gedruckten Büchern nun auch E-Books anbieten. Sie verfolgen eine duale Strategie, sodass der Leser es mit einer »Entweder-Oder-Entscheidung« zu tun hat oder sogar ein kombiniertes Leistungsangebot in Anspruch nehmen kann. Die anfänglichen Ängste vor einer »Kannibalisierung« der eigenen Produkte scheinen bei vielen Verlagen überwunden zu sein und mittlerweile ist stattdessen eine vorsichtige Akzeptanz zu beobachten.

An die Seite der etablierten Verlage treten aber zunehmend Start-Up-Unternehmen oder »Neuankömlige«, die sich aus Kooperationen und Zusammenschlüssen etablierter Unternehmen ergeben. Sie versuchen, mit Innovationen und neuen Geschäftsmodellen den traditionellen Printsektor »aufzubrechen« und zu verändern. Sie verfolgen eine spezialisierte E-Book-Strategie (E-Only-Strategie) oder bieten E-Books neben anderen Verlagsleistungen an und treten als neue Intermediäre und Vermittler zwischen Autoren und Rezipienten auf. Beispiele für solche Unternehmen sind »Touchpress«, »XinXii«, »24Symbols«, »Enhanced Editios«, »Odyssey Editions«, »PagePlace«, »new eBooks«, »pubbles«, »eBook Buchhandlung« und »Ciando eBook-Verlag« (siehe Beispiele in Schaukasten 2). Bemerkenswert ist, dass in solchen Unternehmen verschiedene Kompetenzen aufeinandertreffen und sich neue Wertschöpfungsnetzwerke formieren.

¹⁸ <http://www.publishers.org/>

¹⁹ <http://www.golem.de/1105/83611.html>

²⁰ Vgl. Shapiro, Carl / Varian, Hal: *Information Rules. A Strategic Guide to the Network Economy*. Boston Massachusetts 1999, S. 360.

²¹ Der Text im Schaukasten wurde mit leichten Änderungen direkt von der angegebenen Webseite übernommen.

Schaukasten 2: Organisationen

*Interaktive Plattformen für die Buchproduktion: Touch Press (<http://www.touchpress.com>)*²¹

Für Touch Press gehören Bücher zu einer der großen Erfindungen, die unsere Zivilisation geprägt und bestimmt haben. Ziel des Unternehmens ist es, das Buch auf der Basis von interaktiven Plattformen und audio-visuellen Medien neu zu kreieren. Neben Autoren, Redakteuren, Fotografen werden daher neue Berufsfelder in die Publikationsprozesse einbezogen. Dazu gehören Software-Ingenieure, Videofilmer, Video-Editoren, Sound-Spezialisten, Interaction-Designer und Social-Media-Experten. Touch-Press verbindet diese Vielfalt von Talenten und verfolgt damit die Vision, bewegende und bewegte Bücher im Zeitalter der digitalen Medien herzustellen. Das Publikationskonzept besteht in der nahtlosen Verschmelzung von Texten mit interaktiven Video- und Audio-Formaten, um dem Leser auf neue Weise eine ergreifende Geschichte zu erzählen. Die Projekte »Solar System« und »The Elements« gehören zu den Arbeiten von Touch Press, an denen die herausragenden Möglichkeiten für Bücher der Zukunft deutlich werden.

Der Aggregator: Ciando eBook-Verlag (<http://www.ciando.com>)

Ciando ist ein Anbieter für E-Books, der sich als Aggregator begreift und mit Verlagen, Autoren, Partnershops und Buchhändlern zusammenarbeitet. Das Unternehmen wurde im Oktober 2000 gegründet und zählt heute zu den E-Book-Anbietern im deutschsprachigen Raum, die neben Belletristik ein breites Spektrum von Sachbüchern anbieten, u. a. aus den Bereichen Wirtschaft, Recht, Technik und Medizin. Neben kompletten E-Books bietet Ciando auch einzelne Kapitel zum Kauf an. Zudem bietet das Unternehmen Bibliotheken eine komfortable und einfache Möglichkeit, ihren Nutzern E-Books zur Verfügung zu stellen. Jede Bibliothek kann hierbei aus einem reichhaltigen Angebot die Titel auswählen, die sie ihren Nutzern anbieten möchte.

Buchkiosk: pubbles (<http://www.pubbles.de>)

Pubbles ist ein Kiosk für digitale Bücher, Zeitschriften und Magazine. Es handelt sich um eine verlagsübergreifende Plattform für eContent, die vom Deutscher Pressevertrieb (DPV) und der DirectGroup Bertelsmann gegründet wurde. Bücher, Magazine und Zeitschriften können im Kiosk gekauft oder abonniert und auf einem iPad oder eReader (eBooks) gelesen werden. Neben einem breiten Spektrum von deutschsprachigen E-Books umfasst das Angebot auch eine kleine Anzahl von internationalen Büchern in Englisch, Italienisch und Französisch.

Wie die Beispiele in Schaukasten 2 deutlich machen, ändern sich für Studium und Forschung die Bezugsquellen und Referenzen für wissenschaftliche Arbeiten und auch die Publikationsorgane. Traditionell war das Studium von zentralen Organisationen, Orten und Einrichtungen geprägt. Neben den Veranstaltungsorten waren dies insbesondere Bibliotheken, Buchhandlungen und Copyshops. Suchmaschinen, Internetquellen, E-Books und sonstige

elektronische Dokumente haben längst eine Transformation in der wissenschaftlichen »Raumordnung« in Gang gesetzt. Suchmaschinen und elektronische Kataloge haben den Karteikasten verdrängt und E-Books stehen im Wettbewerb zu den Sammlungen und Angeboten von Bibliotheken.

Neben Organisationen und Kooperationen als Einrichtungen, die die Apparate umgeben und inszenieren, spielen beim E-Book auch die rechtlichen Rahmenbedingungen eine wichtige Rolle. Das bestehende Urheberrecht ist so nicht einfach auf digitale Inhalte zu übertragen und steht daher zunehmend infrage. Mit dem E-Book ergeben sich beispielsweise aus Kundensicht Fragen bezüglich des Kaufs bzw. der Nutzung des Lesestoffs. Was kauft der Kunde, wenn er ein E-Book erwirbt? Ist es ein Sachkauf eines immateriellen Guts oder lediglich ein Nutzungsrecht an geistigem Eigentum?²² So löschte Amazon via Whispernet 2009 ausgerechnet Orwells »Animal Farm« bzw. »1984« von den Kindles ihrer Kunden in den USA, die das Buch zuvor legal bei Amazon gekauft und auf ihren E-Reader geladen hatten. Amazon erklärte sich und gab an, der Lesestoff sei über Drittanbieter eingestellt worden, der jedoch für die USA nicht die Rechte besessen hätte. Es handelt sich rechtlich gesehen um Raubkopien und wenn Amazon die Daten nicht gelöscht hätte, hätten es die Kunden formalrechtlich selbst tun müssen. Rechtlich war Amazon mit dieser Aktion auf der sicheren Seite, da das Unternehmen mit dem Verkauf von E-Books lediglich eine Lizenz zum Lesen verkauft. Sie kaufen die Lizenz, aber sie besitzen damit das E-Book nicht in der Weise, wie sie ein Buch besitzen, dass sie aus der Buchhandlung tragen, erklärt Peter Brantley.²³ Nach dem Kauf eines materiellen Buches kann man damit machen, was man will, inklusive Weiterverkauf, Verschenken oder Verleihen. Für ein E-Book trifft das nicht zwingend zu. Auch in Deutschland ist die Gesetzeslage dazu immer noch unklar. Für den Konsumenten inklusive Bibliotheken ergeben sich aus dieser unklaren Lage heraus Fragen bzgl. des Verleihs und des Weiterverkaufs.

Mit Bezug auf veränderte Regelungen und Institutionen wirft das E-Book eine Reihe rechtlicher Fragen auf. Das bestehende Urheberrecht steht im digitalen Zeitalter zunehmend infrage. Lawrence Lessig etwa äußert sich in seinem Werk »Free Culture«²⁴ kritisch darüber, dass wir in einer Erlaubniskultur leben, die das kreative Schaffen der Gesellschaft einschränkt, weil Kreativität nur mit Erlaubnis möglich ist. Seiner Ansicht nach entwickelt sich eine Kultur weiter, indem man auf »frei« verfügbare Kultur aufbaut. Innovation und Kreativität in der Gesellschaft basieren entsprechend auf der freien Verfügbarkeit von Informationen und Kultur. Lessig meint hier keine Kultur ohne Eigentum oder eine Kultur, in der Künstler nicht bezahlt werden. Eine solche Kultur wäre anarchisch und nicht frei. Unter »frei« versteht Lessig nicht frei im Sinne von kostenlos, aber frei dahingehend, dass der Zugang zu Kultur nicht durch Dritte (z. B. Verwerter) eingeschränkt ist. Zwischen Anarchie und Kontrolle, welche sich im gesellschaftlichen Diskurs oftmals als unüberwindbare Gegensätze darstellen, gibt es

²² Vgl. dazu den Beitrag von Arne Upmeyer in diesem Band.

²³ <http://www.e-book-news.de/ausgerechnet-orwell-amazon-loscht-alle-ausgaben-von-1984-auf-dem-kindle/>

²⁴ Lessig, Lawrence: Free Culture. copy@www.lessig.org 2004, S. 1–50.

eine sogenannte »Grauzone« der »freien Kultur«. Lessig zufolge, der sich für eine »freie Kultur« ausspricht, dient die Ausweitung der Kontrolle nicht der Unterstützung der Kreativen und Urheber, sondern dem Schutz bestimmter Branchen vor Wettbewerb. Er spricht hierbei über einen »Kulturadel«, häufig Verwerter, die ihre Rechte durchsetzen wollen. Machthaber sei hier die traditionelle Industrie, die auf rechtlicher und technischer Ebene ihre Interessen durchzusetzen sucht. Das Urheberrecht sollte jedoch Lessig zufolge vor allem den Urheber und Schöpfer schützen. Lösungsansätze für eine freie Kultur bestehen in einer Ergänzung bzw. Reform des bestehenden Urheberrechts. Die Open-Access und Creative-Commons-Bewegung (siehe Schaukasten 3) sind erste Lösungsansätze für eine freie Kultur. Technik ermöglicht bereits die freie Entfaltung der Kreativität, aber das Rechtssystem hemmt nach Lessig die freie Nutzung. Neben sozialen Bewegungen wie den Creative-Commons können Nutzer selbst aktiv werden. Es geht darum, die Logik des interaktiven Raums zu erlernen und soziale (nicht-kommerzielle) Produktionen zu nutzen und zu unterstützen.

²⁵ Der Text im Schaukasten wurde mit leichten Änderungen direkt von der angegebenen Webseite übernommen.

Schaukasten 3: Institutionen

*Creative Commons (<http://www.creativecommons.org>)*²⁵

Creative Commons (CC) ist eine Non-Profit-Organisation, die in Form vorgefertigter Lizenzverträge eine Hilfestellung für die Veröffentlichung und Verbreitung digitaler Medieninhalte anbietet. Ganz konkret bietet CC sechs verschiedene Standard-Lizenzverträge an, die bei der Verbreitung kreativer Inhalte genutzt werden können, um die rechtlichen Bedingungen festzulegen. CC ist dabei weder als Verwerter noch als Verleger von Inhalten tätig und ist auch nicht Vertragspartner von Urhebern und Rechteinhabern, die ihre Inhalte unter CC-Lizenzverträgen verbreiten wollen. Die CC-Lizenzverträge werden von den Urhebern übernommen und in eigener Verantwortung verwendet, um klarzustellen, was mit den Inhalten ihrer Webseiten geschehen darf. CC-Lizenzen richten sich an alle Betrachter dieser Inhalte gleichermaßen und geben zusätzliche Freiheiten. Das bedeutet, dass jeder mit einem CC-lizenzierten Inhalt mehr machen darf, als das Urheberrechtsgesetz ohnehin schon erlaubt. Welche Freiheiten geboten werden, hängt davon ab, welcher der sechs CC-Lizenzverträge jeweils zum Einsatz kommt.

Man erkennt am Namen des jeweiligen CC-Lizentyps, was die wichtigsten Bedingungen bei der Nutzung des Inhalts sind. Der einfachste CC-Lizenzvertrag verlangt vom Nutzer (Lizenznehmer) lediglich die Namensnennung des Urhebers/Rechteinhabers (Lizenzgeber). Darüber hinaus können aber weitere Einschränkungen gemacht werden, je nachdem, ob der Rechteinhaber eine kommerzielle Nutzung zulassen will oder nicht, ob Bearbeitungen erlaubt sein sollen und ob Bearbeitungen unter gleichen Bedingungen weitergegeben werden müssen. Durch die Kombination dieser Bedingungen ergibt sich die Auswahl von insgesamt sechs verschiedenen CC-Lizenzen, die dem Rechteinhaber für den deutschen Rechtsraum derzeit in der Version 3.0 zur Verfügung stehen: Namensnennung, Namensnennung-Keine Bearbeitung, Namensnennung-NichtKommerziell, Namensnennung-NichtKommerziell-Keine Bearbeitung, Namensnennung-NichtKommerziell-Weitergabe unter gleichen Bedingungen, Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen.

E-Book und spezifische Texte und Zeichensysteme

Mit dem E-Book verändert sich auch die symbolische Form des Buches. Es handelt sich nun nicht mehr allein um den gedruckten Text, der zum Lesen bereitgestellt wird. Einige E-Book-Reader verfügen über eine Sprachausgabe und wenngleich die Qualität bisher noch nicht vollkommen überzeugend ist, so befinden wir uns dennoch auf dem Weg zum sprechenden Buch. Die symbolische Form des elektronischen Buches verändert sich aber auch auf andere Weise. Es nimmt auf der einen Seite Formen an, die aus der Entwicklungsgeschichte des Buches bekannt sind. Gemeint sind die vielfältigen Formensprachen, die das von Hand geschriebene und kunstvoll gestaltete Buch ausgezeichnet hat. Bilder, Illustrationen und Ornamente mit fließenden Übergängen von Bildern und Texten haben das handgefertigte Buch zu einem kleinen Gesamtkunstwerk geformt. Erst die standardisierte Drucktechnik haben Bild und Text auseinanderdividiert und das Buch in der heutigen Form entstehen lassen. Das digitale Buch hat durchaus den Gestaltungsspielraum, um zu den alten Formen des Buches zurückzufinden. Zugleich eröffnet die digitale Technologie aber auch neue Möglichkeiten für bewegte und bewegende Bilder wie auch die Kombination von Text, Sprache und Musik. Zu denken ist etwa an den Roman, der sich selbst vorlesen kann, oder an das Geschichtsbuch, das historische Orte und Handlungen einspielt. Aber selbst für E-Books, die sich am gedruckten Buch orientieren, stellt sich die Frage, ob sie in gleicher Weise verfasst werden oder ob diese sich in Form und Inhalt unterscheiden. Hinzu kommt, dass der E-Book-Reader auch für Zeitschriften, Zeitungen und sonstige Dokumente zu verwenden ist. Die gewohnten Segmentierungen von Medien und Mediengattungen sind damit auf ein und derselben Plattform nutzbar. Spätestens mit dem Kindle DX und dem iPad wird klar, dass digitale Lesegeräte nicht nur den Buchmarkt verändern werden, sondern auch den Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt. Anders als im Internet sind Konsumenten beispielsweise bei Amazon bereit, für digitale journalistische Inhalte zu bezahlen. Hier eröffnen sich Möglichkeiten, für Zeitungen neue Erlösmodelle auszubauen.

Die Möglichkeiten, die das E-Book mit sich bringt, lassen somit erwarten, dass sich Lesen und Schreiben verändern. Dies bezieht sich auf die Inhalte, die erstellt werden, wie auch auf die Art der Distribution von Inhalten und die Art, wie wir lesen. Eine wichtige Entwicklung für Verlage deutet sich dadurch an, dass es in Zukunft weniger um das Buch geht als vielmehr um die adäquate Form für eine bestimmte Botschaft. Verlage wären damit weniger Buchhersteller, -vervielfältiger und -verbreiter als vielmehr Akteure, die sich mit der Auswahl und Verbreitung von Inhalten beschäftigen. Wobei die Form eben zukünftig dem Inhalt folgt und nicht wie bisher den Grenzen des gedruckten Buches.

»Das Wort Buch wird vielleicht eine semantische Verschiebung erfahren, die es eher zur Bühne für Inhalte macht – eine Bühne, auf der sich Texte mit multimedialen Sequenzen mischen werden, auf der Buchlandschaften entstehen,

die unserer heutigen Rezeptionshaltung möglicherweise widersprechen, vielleicht aber auch ungeahnte, überraschend neue Qualitäten des medialen Erlebens in sich bergen.«²⁶

²⁶ Roesler-Graichen, Michael; Schild, Ronald: *Gutenberg 2.0 – die Zukunft des Buches*. Frankfurt/Main 2008, S. 91.

²⁷ Der Text im Schaukasten wurde mit leichten Änderungen direkt von der angegebenen Webseite übernommen.

Schaukasten 4: Texte und Zeichensysteme

Enhanced Editions (<http://www.enhanced-editions.com>)²⁷

Enhanced Edition setzt sich mit neuen Web-Technologien und dem Internet auseinander und fühlt sich zugleich der Zukunft des Buches und des Verlagswesens verpflichtet. Ziel ist es, an der »natürlichen Evolution« des Buches als Verlagsprodukt zu arbeiten und dabei die Möglichkeiten des digitalen Raums durch Verbindung des geschriebenen Textes mit Audio, Bildern und Animationen zu verbinden. Das Team von Enhanced Editions setzt sich aus erfahrenen Verlegern, Redakteuren, Technikern, Designern und Filmemachern zusammen. Das Unternehmen arbeitet mit Autoren und Verlagen zusammen und setzt insbesondere auf die Möglichkeiten, die das iPhone/iPad als Multimedia-Gerät und der App Store als Vertriebskanal bieten. Enhanced Editions geht es darum, die bisherigen Vorstellungen und Begrenzungen von E-Books zu überwinden und das E-Book neu zu erfinden.

Kulturelle Kontexte und Praktiken

Das Lesen von Büchern ist eine kulturelle Praxis, die über unser Bildungssystem initiiert und institutionalisiert wird. Das Buch mit all seinen Vorzügen ist damit tief verankert und der Umgang mit diesem ist sowohl innerhalb des Bildungssystems als auch in der Freizeit habitualisiert. Die Umstellung von gedruckten Büchern zu digitalen Büchern ist daher alles andere als einfach, zumal auch der Umgang mit dem E-Book-Reader zunächst gewöhnungsbedürftig ist. Es erfordert demnach eine Umstellung und es stellt sich die Frage, warum der Leser diese Umstellungskosten auf sich nehmen sollte und bei welchen Gelegenheiten die Vorzüge von E-Books in besonderer Weise zur Geltung kommen. Vor allem auf Transitstrecken und in Fluchträumen wie auf Bahnhöfen und Flugplätzen sind die Nutzer von E-Books zunehmend sichtbar. In diesem Kontext machen sich die Vorzüge der großen »Leichtigkeit« besonders bezahlt. Auch in Studium und Forschung kann das E-Book diese Vorzüge zur Geltung bringen, zumal auch der Alltag wissenschaftlicher Arbeit mit einem ständigen Ortswechsel verbunden ist, etwa zwischen Veranstaltungsorten, Bibliotheken, Heimarbeitsplatz und Praktikum. Im wissenschaftlichen Alltag weist das E-Book mit seinen spezialisierten Lesegeräten aber auch gravierende Nachteile auf, insbesondere wenn es darum geht, das gelesene Wort in Artikel, Publikationen bzw. Semester- und Abschlussarbeiten einzuarbeiten oder zu übernehmen, also selbst zu schreiben. Noch fehlen in den Standards von E-Books die Funktionen zur Übernahme und Weiterverarbeitung der gelesenen Texte. Während das »Lesen« von E-Books also bereits bedeutende Vorteile für Studium und Forschung mit sich bringt, unterliegt das »Schreiben« nach wie vor

Einschränkungen. Das elektronische Dokument im Internet oder auf dem Laptop ist daher mehr gefragt als ein E-Book für einen spezialisierten E-Book Reader. Dennoch gibt es bereits eine große Zahl wissenschaftlicher Arbeiten und Forschungsliteratur, die im »Netz« als E-Book angeboten werden und auch auf dem E-Reader verfügbar gemacht werden können. Zu den akademischen Arbeiten etablierter Wissenschaftler zählen hierzu immer mehr auch studentische Arbeiten, die im Netz verfügbar sind. Heute das eigene E-Book zu veröffentlichen oder zu vermarkten, erscheint nicht schwer.

Jedoch sind die Grenzen herkömmlicher E-Reader mit Bezug auf das Lesen und Schreiben wissenschaftlicher Literatur schnell erreicht. So folgen E-Reader größtenteils noch immer der Logik des abgeschlossenen Werkes, wie es aus dem Buchzeitalter bekannt ist. Kulturell gesehen hat sich jedoch das »Schreiben« dahingehend verändert, dass es sich um einen andauernden Prozess der Produktion handelt, der potenziell niemals abgeschlossen ist. So bietet die Vernetzung von E-Books mit der Online-Welt die Möglichkeit, Werke auch noch im Nachhinein zu korrigieren, wissenschaftliche Bücher mit aktuellen Forschungsergebnissen auf anderen Webseiten zu verlinken oder einfach Inhalte, Videos oder Audiodaten hinzuzufügen oder zu verlinken (Schaukasten 5 veranschaulicht diese Entwicklung für den Bereich der Belletristik). Das E-Book könnte dahingehend langfristig die Art und Weise, wie wir schreiben und wissenschaftlich produktiv sind, verändern. So stellt Umberto Eco bereits mit Blick auf den Computer Veränderungen im Vergleich zu herkömmlichen Medien des Schreibens fest: »Wenn du mit der Gänsefeder schreibst, musst du das verschwitzte Papier kratzen und ständig die Feder eintauchen, die Gedanken überschlagen sich und du kannst den Puls nicht zähmen, wenn du die Schreibmaschine schreibst, türmen sich die Buchstaben aufeinander, du kannst nicht in der Geschwindigkeit deiner Nervenzellen voranschreiten, sondern nur mit der lächerlichen Mechanik. Mit dem Computer hingegen fantasieren die Finger, das Hirn überfliegt die Tastatur, voran mit goldenen Flügeln ...« ²⁸

Mit dem Computer, der vernetztes Schreiben ermöglicht, hört zusätzlich das Schreiben potenziell niemals auf. Nicht nur räumliche Widerstände, auch zeitliche Widerstände sind aufgehoben. Die »räumlichen« Widerstände des Papiers, auf dem die Schreibfeder kratzt, der Tontafel, in die die Buchstaben geritzt werden, oder der Schreibmaschine, die aus heutiger Sicht der Geschwindigkeit des Schreibers nicht mehr gerecht wird, hebt bereits der Computer auf. Der vernetzte Computer hingegen befördert das Schreiben in ein Kontinuum, in dem auch die zeitlichen Beschränkungen von Büchern als fertiges Produkt, welches abgeschlossen zum Kunden kommt, infrage stellen. Im historischen Vergleich erscheint das Schreibzeug hiermit besonders produktiv. Jedoch können diese Veränderungen auch als Bevormundung des Autors gedeutet werden. Durch die potenzielle Unabgeschlossenheit der Kulturtechnik des Schreibens läuft der Schreibende Gefahr, seine Autonomie zu verlieren. Setzt sich das vernetzte Schreiben als

²⁸ Eco, Umberto: Il pendolo di Foucault. Mailand 1988, S. 28: »Se scrivi con la penna d'oca devi grattare le sudate carte e intingere ad ogni istante, i pensieri si sovrappongono e il polso non tien dietro, se batti a macchina si accavallano le lettere, non puoi procedere alla velocità delle tue sinapsi, ma solo coi ritmi goffi della meccanica. Con lui (con essa?) invece le dita fantasticano, la mente sfiora la tastiera, via sull'ali dorate.«

kulturelle Praktik durch, ist der Autor möglicherweise in einem unab-schließbaren Prozess mit den Kommentaren und Bewertungen von Lesern, Kritikern, Kollegen oder den Einflüssen von gesellschaftlichen und politi-schen Entwicklungen, technischen Veränderungen usw. verbunden und mit ihm verliert auch das Werk seine Autonomie als abgeschlossenes und sin-guläres Produkt: Es wird zum Netz-Werk.

²⁹ Der Text im Schaukas-ten wurde mit leichten Änderungen direkt von der angegebenen Websei-te übernommen.

Schaukasten 5: Kulturelle Kontexte und Praktiken

Das Werk als Netz-Werk: Rowohlt digitalbuch plus (<http://www.lesen.net/ebooks/rowohlt-digitalbuch-plus-guter-1-wurf-luft-nach-oben-4145/>)²⁹

Der Verlag fasst das E-Book als »Spielwiese« auf und sieht die unmittelbare Refinanzierung an zweiter Stelle. Ein Beispiel ist »Strohfeuer« von Sa-scha Lobo. Es handelt sich hierbei um den ersten angereicherten Belletristik-Titel von Rowohlt. Beim Lesen auftretende Fragen können hier direkt durch ein Buchfrage-Widget an den Autor gerichtet werden. Ohne die Be-reitschaft des Autors, die vielen Fragen zu beantworten, wäre ein solches Angebot nicht möglich.

Auch Bernhard Hoecker und Tobias Zimmermann, Autoren der Reiseerzäh-lung »Meilenweit für kein Kamel«, hatten Interesse am App-Projekt. Neben zusätzlichen Fotos und Videos rund um ihren Trip vom Allgäu nach Jorda-nien findet sich ein innovativer »Korrekturmodus« in der App. Die Verän-derungen des Lektorats können hier rückgängig gemacht werden. Die Leser erhalten sozusagen Einblick in den »Directors Cut«. Daneben gibt es einen Audio-Kommentar von Hoecker zu den Veränderungen. Dort echauffiert sich der Autor beispielsweise über das Streichen einzelner Wörter.

Schlussfolgerungen: Das E-Book als offenes Buch

Mit E-Books und sonstigen elektronischen Dokumenten erfahren traditio-nelle Formen von Studium und Forschung Transformation und Umstrukturi-erungen, aber auch neue Brüche. Studium und Forschung auf der Grund-lage von gedruckten Büchern und Zeitschriften waren um Bibliotheken zentriert und die Kopiergeräte innerhalb oder im Umfeld von Bibliotheken galten als wichtige Apparate der technischen Reproduktion. Die Bibliothek galt als zentrale Plattform und als Mittler für Bildungsmedien. Mit der Ver-breitung von elektronischen Dokumenten entstehen multiple Mediaplattfor-men. Zu jenen Plattformen gehören das Internet, das Handy oder Smartpho-ne und auch andere Geräte wie der PC, das Notebook, der Tablet-PC und der E-Book-Reader. Bücher, Zeitschriften und sonstige Inhalte können auf mobile Geräte geladen, vermittelt und verarbeitet werden. Mit den neuen Plattformen und den elektronischen Lesegeräten haben sich die Inhalte von ihrer traditionellen materiellen Grundlage gelöst. Gegenüber den gedruck-ten Medien weisen die elektronischen Dokumente die Vorzüge einer »neu-en Leichtigkeit« auf und damit werden sie zu ständigen Begleitern für un-terwegs. Zugleich kommt es zu einer Erweiterung des Publikationsmodells.

Es besteht nun die Möglichkeit der Herstellung einer direkten Verbindung zwischen Informationsproduzenten und Rezipienten. Dies schließt mit ein, dass Wissenschaftler und Studierende die neuen Plattformen nicht nur zur Rezeption von Büchern und Zeitschriften nutzen, sondern zugleich auch eigenständig produzierte Inhalte austauschen. In der Lehre kommt dies in projektorientierten Unterrichtskonzepten zur Geltung, bei denen Studierende die Plattformen gemeinsam mit Lehrenden nutzen, um Inhalte in Arbeitsgruppen zu entwickeln und Abschlussergebnisse zu präsentieren. Die Plattformen ermöglichen damit nicht nur neue Publikationsmodelle, sondern unterstützen auch interaktive und gruppenorientierte Unterrichtskonzepte. Dem E-Book und dem E-Book-Reader kommt in diesem Kontext noch eine untergeordnete Rolle zu. Dies liegt nicht allein daran, dass die Geschäftsmodelle von Verlagen noch nicht hinreichend ausgearbeitet sind und die Bibliotheken noch kein hinreichendes Angebot an elektronischen Dokumenten besitzen. Der Grund für die bislang geringe Verbreitung liegt auch darin, dass das E-Book bisher vor allem als Simulation für das gedruckte Buch gesehen wird. Das besondere Augenmerk liegt auf Prozessen der Nachahmung und das E-Book sollte die Funktionen des gedruckten Buches möglichst vollständig nachahmen. In Anlehnung an Bolter und Grusin kann man von einer »Remediation« sprechen, die am gedruckten Buch orientiert ist.³⁰ In zunehmendem Maße scheint das E-Book jedoch die Funktionen des alten Mediums zu überwinden. Die Ablösung von den gedruckten Medien zeigt sich unter anderem in der angestrebten Integration von bewegten Bildern, Klängen und besonders im Bestreben der Entwicklung von Enhanced E-Books. Damit findet eine »Remediation« statt, die sich an anderen Vorbildern orientiert. Das E-Book wird damit mehr und mehr zu einem offenen und vernetzten Medium, das sich von der einfachen (Wieder-)Entdeckung eines gedruckten Werkes zunehmend löst.

³⁰ Vgl. Bolter, Jay David, Grusin, Richard: Remediation. Understanding New Media, Cambridge 1999; Bolter, Jay David, Grusin, Richard: Remediation – Zum Verständnis digitaler Medien durch die Bestimmung ihres Verhältnisses zu älteren Medien. In: Febel, Gisela; Joly, Jean-Baptiste; Biere, Schröder, Gerhart (Hrsg.): Kunst und Medialität, Stuttgart 1999.





Seit mehr als einem Jahrzehnt sind nicht nur die Verlage, sondern das gesamte Wissenschaftssystem intensiv mit den Chancen und den Strukturveränderungen befasst, die sich durch die Möglichkeit der digitalen Kommunikation und Publikation ergeben. In den zurückliegenden zehn Jahren sind dabei viele Fragen, insbesondere bezüglich der Strukturierung und Darbietung digitaler Inhalte, geklärt und im technischen Bereich durch außerordentlich gesteigerte Durchsatzraten auch die faktischen Möglichkeiten sehr verbessert worden.

War die Diskussion unter den Marktbeteiligten, insbesondere also Verlegern, Wissenschaftlern und Bibliothekaren, in den zurückliegenden Jahren z. T. von stark kontroversen Positionen geprägt, so ist festzustellen, dass bei aller verbliebenen Unterschiedlichkeit der Standpunkte mittlerweile doch ein Gefühl dafür eingetreten ist, dass die Wissenschaft die Dienstleistungen, die bisher Verlage erbracht haben, auch weiterhin benötigen wird, ja dass im digitalen Bereich vermutlich die Zuarbeiten durch Dienstleister noch wichtiger sind als im Druckbereich. Der Traum der Direktkommunikation von Wissenschaftler zu Wissenschaftler ohne irgendwelche zwischengeschaltete Mediatoren, seien es Verlage oder Bibliotheken, ist ausgeträumt. Das Bewusstsein, dass die Aufbereitung wissenschaftlicher Ergebnisse zur Publikationsreife und deren fachgerechter Vertrieb hohe Aufwendungen erfordern, ist wieder vorhanden, und die Diskussionen drehen sich um die Frage, wo diese Kosten anfallen bzw. aus welchen Mitteln sie finanziert werden sollen.

Im Nachfolgenden soll anhand ausgewählter Themenkomplexe eine kurze Übersicht darüber gegeben werden, vor welchen Herausforderungen sich derzeit wissenschaftliche Verlage sehen. Ebenfalls wichtige Themen wie Digital Rights Management und Stärkung des urheberrechtlichen Schutzes für Digitalprodukte bleiben dabei ausgeklammert. So entsteht zwar kein strukturierter Gesamtüberblick, aber ein Blick auf verschiedene Problemfelder, die alle derzeit zur Lösung anstehen. Es müssen dafür noch viele Erfahrungen gesammelt werden – ein längerer Prozess des »trial and error« liegt vor allen Beteiligten.

Neue Vertriebswege

Jahrhundertlang gab es für die Ausbreitung wissenschaftlicher Erkenntnisse einen einzigen etablierten Weg, nämlich der gedruckter Produkte vom Verlag über Buchhandlungen und Bibliotheken zum Leser. Es gab keine unterschiedlichen Absatzkanäle für verschiedene Kundengruppen oder verschiedene Geschäftsmodelle für diese. Das hat sich mit der digitalen Produktion grundlegend verändert. Dem einheitlichen Vertriebsmodell »gedrucktes Buch gegen einen vom Verlag fixierten Preis« mit dem Buchhandel als Transportmittel steht nun eine Vielzahl möglicher Vertriebsmodelle und Vertriebskanäle für unterschiedliche Zielgruppen gegenüber.

Dabei ist insbesondere von zentraler Bedeutung die Unterscheidung der Vertriebsstrukturen in zwei ganz unterschiedlichen Feldern, deren Verschiedenheit in der Gutenberg-Welt von viel geringerer Bedeutung war, nämlich:

- ▶ B-to-B (Business to Business)
- ▶ B-to-C (Business to Consumer).

Der Ausreifungsgrad konkreter Geschäftsmodelle in diesen beiden Bereichen ist sehr unterschiedlich: Schon seit vielen Jahren gibt es eine etablierte Struktur für digitales Publizieren im B-to-B-Bereich, der alle institutionellen Kunden (Bibliotheken, Institute, Behörden, Rechtsanwälte, Steuerberater, Ärzte, Kliniken etc.) umfasst. Seit Langem funktioniert der digitale Vertrieb an diese Zielgruppen und erzeugt einen großen Effizienzsprung für die Nutzer. Den Verlagen stehen im B-to-B-Geschäft, das zu erheblichen Teilen zum Direktgeschäft geworden ist, verlässliche, zahlungsbereite Kunden gegenüber, die den Wert digitaler Produkte für eine verbesserte Leistungserstellung im eigenen Haus zu schätzen wissen. Sehr umfangreiche Textdatenbanken mit zahlreichen internen und externen Verlinkungen sind heute im Angebot, dazu auch verlagsübergreifende Zugriffssysteme wie CrossRef im Zeitschriftenbereich. Viele Wissenschaftsverlage generieren weit über 50% ihrer Einkünfte mit Erlösen aus Digitalprodukten, kaum ein Wissenschaftsverlag hat keine digitalen Produkte (oft als Hybridprodukte).

Ganz anders steht es im B-to-C-Markt, bei dem die Anbieter digitaler Produkte individuellen Nutzern gegenüberstehen, deren Verlässlichkeit in puncto Nichtweitergabe digitaler Inhalte sehr infrage steht und bei denen die Preisschwellen, zu denen sie überhaupt zum Erwerb bereit sind, sehr niedrig liegen. Die Musikindustrie hat die Probleme des B-to-C-Marktes mit voller Wucht zu spüren bekommen, für die wissenschaftlichen Verlage steht eine solche Entwicklung im Lehrbuchbereich durchaus an: Schon jetzt sinken die Lehrbuchverkäufe drastisch, und der Staat hat z. T. durch neue gesetzliche Schrankenregelungen die Nutzung verlagsgestellter Inhalte für die Nutzer begünstigt bzw. faktisch kostenlos gemacht.

Während bis vor zwei Jahren allgemein die Prognose herrschte, dass digitalisierte Inhalte primär im wissenschaftlichen und professionellen Bereich erfolgreich sein werden, während im Bereich Literatur, Sachbuch und Unterhaltung kein Markt erkennbar sei (»wer liest schon Romane oder Gedichte am PC?«), hat sich dies mit der Durchsetzung mobiler Endgeräte radikal geändert: Durch diese Geräte ist unversehens und in kürzester Zeit ein sehr großer Markt für digitalisierte Inhalte des Privatkundenmarktes entstanden. Kürzlich meldete Amazon, dass 50% seiner Verkäufe in den USA im Bereich Fiction Digitalprodukte seien.

Erstmals ist also festzustellen, dass das Vorhandensein einer neuen Geräteklasse (Kindle, iPad etc.) zu einer schlagartigen Umstrukturierung auf der Nachfragerseite geführt hat. Das hat zu einem enormen Machtzuwachs der Vertriebskanäle geführt, und Amazon, Google und Apple versuchen, diesen Machtzuwachs durch Konditionendiktate, Preisvorschriften und sogar Zensurversuche (Apple!) zu nutzen. Die Verlage sehen sich unversehens in die Rolle eines Zulieferers gedrängt und nicht mehr als das starke Element am Markt nach der alten Parole »Content is King«.

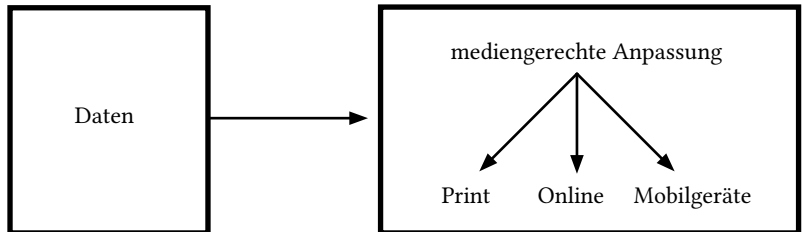
In diesem Machtkampf um die Vertriebskanäle hat Apple auf ein proprietäres, nach außen abgeschottetes System gesetzt, das zudem noch an die

Apple-stores gebunden ist und eine Verlinkung aus den Apps zu weiteren Verlagsinhalten nicht zugelassen ist. Es ist zu hoffen, dass die Konkurrenten auf offene Systeme (Android u. a.) setzen, damit die Nutzer auf ihrem frei gewählten Gerät auch alle verfügbaren Inhalte lesen können.

Transformationskosten – mediengerechte Anpassung

Viele Jahre wurde den Verlagen nahegelegt, ihre Daten in XML oder ähnlichen digitalen Formaten anzulegen, dann seien sie für jeglichen Ausgabewunsch gerüstet. Dieser Glaube wurde enttäuscht: Es gibt eine Vielzahl verschiedener Datenformate etc. wie ePub oder PDF, und das auch noch in verschiedenen Varianten.

► Übersehen wurden lange die Kosten der Anpassung/Transformation



Dies unterstreicht die schon vorstehend gemachte Beobachtung, dass die Einheitlichkeit von Vertriebsweg und Produkt, wie sie in der Printwelt gegeben war, nicht mehr existiert. Die Verlage müssen sich mit einer Vielzahl unterschiedlicher Vertriebswege für unterschiedliche Kundengruppen, und das auch noch mit unterschiedlichen Daten-Strukturen ihrer Produkte, auseinandersetzen.

Erschwert wird dies durch die außerordentliche Geschwindigkeit der Veränderungen und neuen Produkte. Der Apple iPad zum Beispiel, noch nicht zwei Jahre am Markt, hat eine Führungsrolle übernommen. Über 80% der Verlage erwarten, dass er sich dauerhaft an der Spitze halten wird. Dennoch werden PCs und Laptops vermutlich an zweiter Stelle bleiben, an dritter Stelle dann die Smartphones und die E-Book-Reader wie der Kindle.

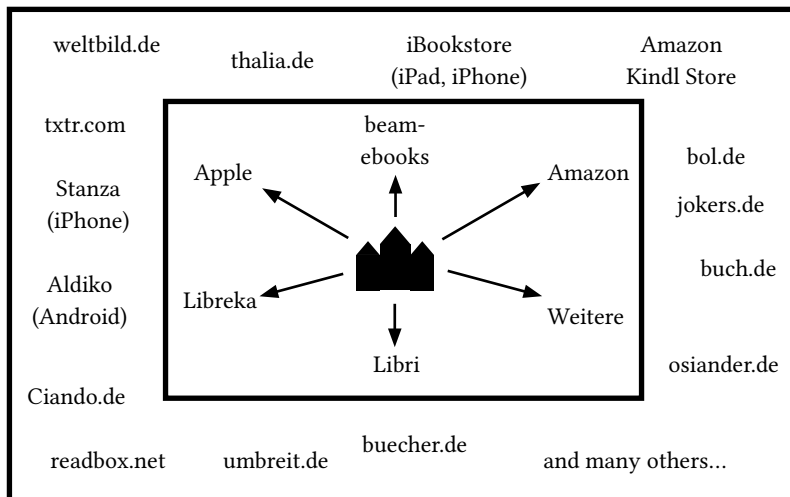
Diese Gerätevielfalt und die entsprechende Vielfalt an Datenformaten ist auch mittelfristig zu erwarten, Standardisierung liegt in weiter Ferne..

Vielzahl der digitalen Formate

- wissenschaftliche Texte: pdf, html, disziplinspezif. Spezialformate (besonders bei e-only-journals)
 - für mobile E-Reader: pdf, ePub Mobipocket (Kindle)
 - für Bilder: jpg, tif, png u. a.
- des Weiteren diverse Audio/Video-Formate

Alle diese Formate sollten an jeglichem Gerät der Nutzer einwandfrei lesbar sein, also für Bibliotheksbenutzer sowohl am eigenen (PC)-Arbeitsplatz als auch auf den mobilen Endgeräten. Hinzu kommt die Vielfalt von Textadministrations- und Bibliotheksmanagement-Systemen.

Die Antwort auf so vielfältig strukturierte Teilmärkte kann nur in der intensiven Zusammenarbeit von Servicepartnern liegen, die durch die Tätigkeit für viele Kunden all diese Erfordernisse kostengünstig erfüllen können, was dem einzelnen kleineren Verlag unmöglich wäre. Dies ist modellhaft in der nachfolgenden Abbildung gezeigt:



Der in der Mitte stehende Servicepartner übernimmt eine Datei in beliebigem Format vom Verlag und wandelt ihn als Dienstleister in alle gewünschten Formate um und bedient die entsprechenden Vertriebskanäle einschließlich der Abrechnungsvorgänge. Der Servicepartner ist also eine Art Superhost für eine Vielzahl von Verlagen für eine Vielzahl von Abnehmern. Es ist bezeichnend, dass dieses Konzept aus dem Zwischenbuchhandel kommt, der natürlich mit stagnierenden oder zurückgehenden Mengen an gedruckten Büchern alternative Geschäftsfelder suchen muss. Aber auch andere Anbieter sind mittlerweile am Markt. Ein einzelner Verlag, insbesondere mittlerer oder kleiner Größenordnung, könnte, wie gesagt, eine solche IT-Leistung nicht selbst erbringen.

Neue Erlösstrukturen

In der klassischen Verlagswelt hatten die Verlage zwei wesentliche Einnahmequellen: die Erlöse aus dem Verkauf ihrer Produkte sowie (insbesondere im Fachzeitschriften- und Publikumszeitschriftenbereich) die Erlöse aus Anzeigen. Beide Säulen sind ins Wanken geraten: zum einen, was die Inhalte betrifft, durch die »Freibiermentalität« im Konsumentenmarkt und die dazu gehörige Piraterie sowie die Open-Access-Bewegung im Wissenschaftsbereich, die eine kostenlose Versorgung mit wissenschaftlichen Inhalten anstrebt. Zum anderen sind die Anzeigenerlöse in Digitalprodukten weit hinter den Verlusten an Anzeigenerlösen im Printbereich zurückgeblieben. Eine Kompensation ist also nicht zu erwarten.

Allerdings ist mittlerweile im Wissenschaftsbereich die Erkenntnis gereift, dass für eine effiziente wissenschaftliche Informationsversorgung erhebliche Kosten vorzuleisten sind. Das ist bei der *Open-Access*-Variante »*Goldener Weg*« von vornherein anerkannt, indem an die Stelle der Zahlungen der Nutzer die Zahlungen der Autoren (bzw. deren Institutionen) treten. Der goldene Weg hat sich zwar in Teilbereichen bewährt, aber niemand glaubt mehr, dass dies eine Gesamtlösung für das Wissenschaftssystem sein könne. Die Gebühren sind mit 1.500 bis 2.500\$ pro eingereicherter Arbeit bei einer Zeitschrift für viele Autoren prohibitiv, zudem gibt es z. T. die Beobachtung, dass Publikationen in klassischen gedruckten Zeitschriften (bzw. Hybridzeitschriften) bessere Beachtung finden als in reinen *Open-Access*-Journalen.

Daher arbeiten die Wissenschaftsorganisationen derzeit sehr stark auf die *Open-Access*-Variante »*Grüner Weg*« hin. Hier soll zunächst eine normale Verlagspublikation print/digital erfolgen, die von den Abonnenten bezahlt wird, und nach einer Frist – gefordert werden teilweise nur bis zu sechs Monaten! – soll dieses Material verpflichtend kostenlos jedem Interessenten zur Verfügung gestellt werden, und das wohlgerne in der mit erheblichen Kosten des Verlags erstellten Druckvariante (nicht etwa der Ursprungsdatei des Autors). Die Wissenschaftsorganisationen versuchen, dies z. T. durch Vergabebedingungen bei ihren Fördergeldern zu erreichen, und unternehmen des Weiteren derzeit zugleich energische Versuche, eine solche Lösung in eine Novellierung des Urheberrechts einzubauen. Das würde einen enteignungsgleichen Eingriff in Eigentumsrechte der Verlage mit schwerwiegenden Folgen für deren Leistungsfähigkeit und damit des ganzen wissenschaftlichen Kommunikationssystems bedeuten:

Es ist nicht vorstellbar, dass Verlage innerhalb einer Frist von sechs Monaten eine ausreichende Erlösbasis für ihre Inhalte erzielen können; ganz unrealistisch wird ein solcher Gedanke natürlich bei Büchern, für die einige extreme *Open-Access*-Advokaten ebenfalls eine solche Lösung fordern. Die Amortisationszeit für Bücher liegt ja bei den meisten Büchern weit über einem Jahr. Bei vielen dauert sie fünf Jahre oder länger. Würde diese Amortisationsphase durch eine gesetzliche Regelung abgeschnitten, würde die Mehrzahl wissenschaftlicher Bücher nicht mehr erscheinen können.

Aber auch hier entstehen neue Geschäftsmodelle wie z. B. das Projekt Topoi, das der de Gruyter Verlag mit der Deutschen Forschungsgemeinschaft entwickelt: Das Buch wird herkömmlich kalkuliert, sodann ein Erlösverlust durch die *OA*-Anbietung von 50% durch die DFG übernommen. Erreichen die Erlöse aber doch die ursprünglich erwarteten 100%, wird die Hälfte des Mehrerlöses an die DFG zurückgezahlt. Es handelt sich also um das interessante Modell einer Kombination von Produktverkauf und gleichzeitigem *Open Access*. Erfahrungen liegen noch nicht vor, sind aber für alle Marktbeteiligten von höchstem Interesse.

Reduzierte Erlöse sind aber, wie oben erwähnt, nicht nur im Bereich der Verkaufserlöse zu beobachten, sondern auch bei den Anzeigenerlösen.

Das betrifft insbesondere die Fachzeitschriften und die Tageszeitungen. Waren dort früher 50% der Gesamterlöse Anzeigenerlöse, so ist dies längst nicht mehr der Fall. Die Werbeeinnahmen aus den digitalen Internetprodukten kompensieren aber bei Weitem nicht die Werbeerlösverluste im Printbereich. Es entsteht eine sehr große Deckungslücke. Ein Beispiel dafür, wie unsicher die Verlage in der Entwicklung einer wirkungsvollen neuen Strategie sind, bietet die New York Times. Sie hat vor einigen Monaten zum dritten Mal in den letzten fünf Jahren ihre Online-Strategie geändert. Hatte sie zunächst ein Bezahlangebot im Internet gestartet, das allerdings ein krasser Misserfolg war, und danach eine Zeit lang auf kostenlose Anbiertung ihrer Inhalte im Internet gesetzt, woraus sich aber auch keine Stärkung der Erlössituation ergab, hat sie nun wieder ein differenziertes Modell für Bezahlthhalte erstellt:

- | | |
|--|---------------|
| ▶ Nachrichten apps auf dem iPad | kostenlos |
| ▶ 20 volle Artikel/Monat | kostenlos |
| ▶ voller Zugang über Internet und Smartphone | \$ 15 / Monat |
| ▶ Internet + iPad | \$ 20 / Monat |
| ▶ Zugang zu allen digitalen Medien | \$ 35 / Monat |
| ▶ Online-Zugang für print-Abonnenten | kostenlos |

Es handelt sich dabei um eine sehr interessante differenzierte Preispolitik, wobei besonders bemerkenswert ist, dass Smartphones und iPads für so vielversprechend gelten, dass für Nutzungen auf diesen Wegen erhöhte Preise gefordert werden. Dies unterstreicht noch einmal das Verschwinden der Einheitlichkeit des Marktes und die Abhängigkeit der Inhaltsanbieter und ihrer Preispolitik von bestimmten technischen Konstellationen.

Es bleibt abzuwarten, ob das neue Modell der New York Times erfolgreich sein wird oder ob ein weiterer Strategiewechsel notwendig wird. Dem Unternehmen nach haben sich in den ersten drei Monaten bereits 100.000 Abonnenten für die \$ 15-Abonnements entschieden.

Sehr aufschlussreich ist hier die ganz andere Situation für das »Wall Street Journal«, das als Tageszeitung für Geschäftsleute faktisch dem B-to-B-Bereich zuzurechnen ist und 500.000 bezahlter Digitalabonnements hat. Dazu kommen noch mehr als eine Million Abonnenten auf die Website des Wall Street Journal. Das dem Augenschein nach gleichartige Produkt Tageszeitung hat also ganz unterschiedliche Chancen auf dem Digitalmarkt, je nach seiner Zuordnung in einem der beiden Marktsektoren.

Ein anderes Modell bietet die Wochenzeitschrift »Der Spiegel«, die mittlerweile drei unterschiedliche Produkte mit jeweils eigenständigen Redaktionen anbietet. Es gibt das klassische Magazin im Print mit mehreren hundert Redakteuren, es gibt den online-Spiegel, der andere Inhalte, zumindest anders aufgemachte Inhalte, bietet mit ebenfalls über hundert eigenständigen Redakteuren, und der Spiegel arbeitet zurzeit an einem dritten eigenständigen Produkt für das iPad: der Spiegel als app.

Es bedarf keiner großen Erläuterung, dass ein solches Modell nur für einen sehr großen, ertragsstarken Verlag möglich ist. Im Wissenschaftsbereich oder auch im allgemeinen Verlagsbereich scheiden solche Modelle von vornherein aus.

Freemium

Angesichts des starken Verlangens am Markt nach free content hat sich das Konzept von Freemium entwickelt, einer Wortkombination aus »free« und »premium«. Anbieter, die so verfahren, bieten einen gewissen Teil ihrer Inhalte (quasi als Häppchen oder Trailer) kostenlos an in der Hoffnung, dass der Kunde daraufhin in den Bezahlbereich einsteigt.

Andere Modelle bieten ein zeitlimitiertes Lesen im Gesamttext kostenlos oder das Lesen überhaupt kostenlos, aber der Download wird berechnet.

Einen Extremfall kostenloser Inhaltsanbietung stellt die digitale Enzyklopädie Wikipedia dar, die mittlerweile bei guter Qualität eine ungleich höhere Zahl an Stichworten anbietet als je eine gedruckte Enzyklopädie. Hier hat ein Kooperationsmodell (das Wissen der Vielen) einen ganzen verlegerischen Geschäftszweig zum Erliegen gebracht. Ähnliche Entwicklungen beobachtet man derzeit im Markt der Wörterbücher und kompakten Reiseführer. Diese beiden Letzteren wandern weitestgehend kostenfrei in die mobilen Endgeräte. Innerhalb des Bezahlbereiches gibt es dann die Möglichkeit, verschiedene Leistungsstufen anzubieten. Dies geschieht z.B. bei dem umfangreichen Online-Angebot des führenden juristischen Verlages in Deutschland, C. H. Beck (Beck online). Dort kann der Nutzer (in der Regel Anwälte) ein Basisangebot nutzen oder aber erweiterte Angebote, die zu erhöhten Preisen den Zugriff auf weitere Datenbestände (Urteile, Großkommentare etc.) ermöglichen. Auch ermöglicht der Verlag im Sinne eines Menüsystems die Auswahl bestimmter juristischer Fachbereiche je nach den Bedürfnissen des Nutzers. So entsteht ein sowohl inhaltlich als auch qualitativ differenziertes Angebot, das dem Nutzer eine Vielfalt von Optionen bietet. Wenn solche Angebote funktionell und inhaltlich befriedigen und den Nutzer eine höhere Effizienz in der Arbeitserledigung bringen, können für derartige Produkte auch beachtlich hohe Preise genommen werden. Das ist ein Beispiel für die typischen Chancen im B-to-B-Geschäft, während sich die New York Times mit den Schwierigkeiten im B-to-C-Markt herumzuschlagen hat.

Die Freemium-Modelle beruhen also auf einer internen Differenzierung der Produkte und Preise, die nur funktionieren kann, wenn eine tief gehende Analyse der Verbraucherwünsche erfolgt ist und daraus folgend die Angebote gestaltet werden.

Gegenüber der einfachen Anbietung unbearbeiteter PDF-Dateien, die zu geringen Kosten möglich ist, erfordern differenzierte Modelle mit angereichertem Content (*enhanced E-Books*) hohe Kosten, können aber der Freibiermentalität für den einfachen digitalen Inhalt entgegenarbeiten. Solche Zusatzleistungen können z.B. im Bereich Navigation, Auffindbarkeit (semantic tags)

u.ä. liegen. Je mehr solche Funktionen Teil der Verlagsprodukte sind, werden diese zu Hilfsmitteln bei der Erstellung neuer Publikationen. Eine letzte Stufe neuer Produkt- und Dienstleistungsaktivitäten gegen die Ausplünderung der reinen Inhalte liegt in dem Konzept »beyond publishing«, bei dem der Verlag um den Inhalt herum Serviceleistungen verkauft, z.B. Kontakte zu Lieferanten, vertiefte Recherchemöglichkeiten, Veranstaltungen wie Fachkongresse oder Individualberatung. Auch hier ergibt sich wieder, dass kleinere und mittlere Verlage sich schwer tun werden, solche ausgebauten Angebote zu entwickeln, sodass sowohl von dem Verhalten der mächtig gewordenen Vertriebskanäle her wie von den Notwendigkeiten neuer Produktentwicklungen im E-Business her für die kommenden Jahre starke *Konzentrationstendenzen* im Verlagsbereich zu erwarten sind. Entgegen der ursprünglichen Euphorie, dass im Internet ja jeder mit minimalen Einstiegskosten Marktteilnehmer sein könnte, deuten alle derzeitigen Beobachtungen darauf hin, dass die Anforderungen an Finanzkraft, Know-how und Durchsetzungskraft am Markt enorm steigen, also das Gegenteil einer Demokratisierung durch das Internet eintreten wird.

Preispolitik für digitale Produkte

Preispolitik setzt stets Kenntnis der Nutzerpräferenzen und des daraus folgenden Nutzerverhaltens voraus. In vielen Bereichen fehlt es den Verlagen derzeit noch an solchen verlässlichen Informationen bzw. Erfahrungen, sodass eine Vielzahl von Preis- und Geschäftsmodellen zu beobachten ist.

Preispolitik für digitale Produkte

- ▶ hohe Preise für große Bündel
(Niedriger Preis pro Einheit) (Bibliotheksmarkt)
- ▶ ?Preis für Einzelprodukte
(höher, niedriger oder gleich dem Printprodukt)
- ▶ Preis für Hybridprodukte
- ▶ Preis für Bruchteile

Viele Nutzer erwarten – und fordern ausdrücklich –, dass die Preise für digitale Produkte deutlich unter denen für die Printprodukte liegen müssten, da ja die Produktions- und Distributionskosten des physischen Produktes entfallen. Übersehen wird dabei, dass, wie vorstehend dargestellt, zahlreiche neue Kosten (auch durch Konditionen mächtiger Marktteilnehmer gesetzt) für die Verlage entstehen. Ob also ein Digitalprodukt tatsächlich deutlich billiger sein kann als das inhaltsgleiche oder inhaltsähnliche gedruckte Produkte, ist nicht von vornherein ausgemacht. Viele Verlage haben sich auf eine 1:1-Preissetzung festgelegt, andere arbeiten mit Preisen für das Digitalprodukt, die etwa 20% unter dem gedruckten Produkt liegen. Das bedeutet dann angesichts der 19% Mehrwertsteuer (im Gegensatz zu 7% beim Printprodukt) schon eine Reduzierung des Verlagsnettoerlöses um mehr als 30%!

Eine besondere Frage stellt sich bei dem Preis für Hybridprodukte, bei denen der Bezieher einer Zeitschrift sowohl die gedruckte als auch die digitale Version bezieht. Hier wurden für den digitalen Zugang anfänglich zwischen 10 und 20% Aufpreis genommen, mittlerweile haben viele Verlage den Mehrpreis für die digitale Lieferung »unsichtbar« in den generellen Abonnementspreis eingearbeitet. Das ist unproblematisch, solange die Zeitschrift nur als Hybridprodukt bezogen werden kann.

Produktalternativen

- ▶ nur gedruckte Version
- ▶ reines E-Produkt
- ▶ Hybridprodukte
 - a) 1:1-Umsetzung
 - b) Druckversion + enhanced E-Book

Schwierig ist es, wenn ein Teil der Abonnenten die Digitalversion gar nicht beziehen möchte, oder umgekehrt, wenn andere Bezieher nur die Digitalversion wünschen. Dann müssen doch differenzierte Preise für die verschiedenen Versionen festgelegt werden.

Einen Sonderfall stellen neue Modelle für das Bibliotheksgeschäft dar, wie es etwa die E-Book-Library des Deutschen Buchhändlers Schweitzer in Zusammenarbeit mit einer australischen Firma bietet. Hier wird eine Entleihe von 24 Stunden als ein Zugriff gewertet, alles Lesen, das länger als zehn Minuten dauert, ebenso. Im Grundpreis des non-linear lending sind 325 Zugriffe pro Jahr einbezogen, weitere werden berechnet. Die Alternative ist »unlimited access«, der zu einem entsprechend höheren Preis angeboten wird.

Eine weitere Besonderheit des digitalen Marktes sowohl für Bücher als auch für Zeitschriften liegt darin, dass die Zurverfügungstellung weiterer zusätzlicher Inhalte für den Verlag nur minimale Kosten auslöst, für die Bibliothek aber einen hohen Nutzenzuwachs bedeuten kann. Deshalb hat sich in den letzten Jahren die Politik großer Bündel durchgesetzt: Eine Bibliothek bezieht von einem Verlag alle oder einen großen Teil der Zeitschriften zu einem relativ günstigen Preis, der aber natürlich höher liegt als der für die bisher bezogenen wenigen Zeitschriften. Es ergibt sich also ein höherer Preis insgesamt, aber ein niedrigerer Preis pro Einheit. Ob dies im Interesse der Bibliotheksnutzer ist, lässt sich erst anhand der tatsächlichen Nutzungszahlen pro Objekt nachträglich feststellen. Analoge Vertriebsstrategien gibt es auch für Bücher, insbesondere auch für Lehrbuchbündel.

Die entgegengesetzte Entwicklung zu der vorstehend genannten Bündelung ist mit dem Stichwort Granularität beschrieben. Das heißt der Frage, in wie kleine Teile (Körner) der Inhalt möglicherweise aufgesplittet und separiert den Käufern angeboten werden soll.

Sollen Bruchteile eines Buches oder einer Zeitschrift, d.h. Kapitel, einzelne Aufsätze oder gar einzelne Tabellen und Abbildungen zu Cent-Beträgen ver-

füßbar gemacht werden? Auch hier sind noch viele Erfahrungen am Markt zu sammeln. Die Befürchtung ist nicht auszuschließen, dass die Nutzer sich dann nur die (wenigen) Teile entgeltlich beschaffen, die sie unmittelbar für ihre Arbeit brauchen, sodass also das Gesamtumsatzvolumen für die Verlage schrumpft, während die Vorhaltung der Gesamtinformation unverzichtbare Voraussetzung des Geschäftes ist. Es entstünde die Gefahr einer Kostenunterdeckung. Allerdings kann es auch sein, dass der Verkauf von Bruchteilen ein Zusatzlös ist, der das Komplettprodukt, das weitgehend im B-to-B-Geschäft verkauft wird, nicht tiefgreifend tangiert. Allerdings würde eine Open-Access-Lösung »Grüner Weg«, wie oben dargestellt, den Verkauf von Bruchteilen nach der Embargofrist weitgehend konterkarieren, denn die Nutzer könnten ja kostenlos auf diese Bruchteile zugreifen. Hier ergibt sich also wieder die Notwendigkeit für Verlage, durch Zusatzfunktionen (enhanced E-Book) die Attraktivität des Bezahlproduktes aufrechtzuerhalten.

Granularität	geeignet für
▶ klassische Produkteinheiten (Buch, Zeitschriftenband)	B to B, B to C
▶ Bündelungen (insbesondere für Bibliotheken)	B to B
▶ Menü-Systeme	B to B
▶ Bruchteile (Kapitel, Tabellen, Abbildungen) einzeln verkaufen	B to C

Schließlich darf nicht vergessen werden, dass noch auf lange Zeit Printprodukte von den Nutzern gewünscht werden, die Verlage also auf beiden Feldern tätig sein müssen, was eine erhebliche Kostenerhöhung bedeutet. Auch optimistische Prognosen erwarten für 2015 allenfalls 20% Marktanteil der E-Books. Ein Entweder/Oder kann es für die Verlage also nicht geben. Nutzer, Bibliotheken und Verlage werden also auf lange Zeit in einem Hybridsystem leben.

Aus den vorstehend genannten Problemkreisen, die aktuell für Verleger besonders wichtig sind, ergibt sich, dass noch sehr viele und zentrale Fragen im Feld der digitalen Produkte und ihrer kommerziellen Verwertung offen sind. Das gilt auch für die hochaktuellen social media und die Frage, inwieweit die Verlage hier Geschäftsmodelle jenseits reiner Kommunikation oder Kaufabwicklung aufbauen können.

Es gilt noch viele Erfahrungen zu sammeln, Misserfolge werden nicht ausbleiben, und die Frage, inwieweit ein ausreichender rechtlicher Rahmen gewährleistet, dass Verlage in neue Produkte investieren können, ist ebenfalls noch offen. Es bleibt zu hoffen, dass auf Basis einer gemeinsamen Überzeugung der Notwendigkeit der Verlagdienstleistungen dafür Wege gefunden werden und insbesondere, dass diese Wege nicht nur für internationale Großkonzerne erfolgreich begehbar sind. In vieler Hinsicht stehen wir auch nach 15 Jahren Digitalisierung immer noch ganz am Anfang. Eine detaillierte Übersicht, die eine gute Ergänzung zu den in diesem Beitrag angesprochenen Problem bietet, findet sich im Fachbuchjournal/Sonderausgabe 2011: Bergmann, Helga/ Münch, Vera, e-Medien in Bibliothek, Verlag und Buchhandel, S. 12–39.





E-BOOKS UND E-READER ALS HERAUSFORDERUNG FÜR BIBLIOTHEKEN

Rudolf Mumenthaler

¹ Vgl. Mumenthaler, Rudolf: E-Book-Reader und ihre Auswirkungen auf Bibliotheken. In: Handbuch Bibliothek 2.0. Hrsg. von Julia Bergmann und Patrick Danowski. Berlin, New York 2010, S. 207–222, hier S. 210.



Abb. 1: iPad

² Vgl. Focus: The Tablet Takeover, <http://www.focus.com/fyi/information-technology/tablet-takeover/>

³ Mit dem iOS 5 werden iPhone und iPad unabhängig von einem PC oder Mac in Betrieb genommen oder aktualisiert werden können.

Welche Herausforderungen stellen E-Books und die E-Book-Reader speziell für Bibliotheken dar? In diesem Beitrag wird versucht zu zeigen, welchen Einfluss die neuen elektronischen Formate und die Lesegeräte, die sich in den letzten zwei, drei Jahren rasant entwickelt haben, auf die Aufgaben und Dienstleistungen der Bibliotheken haben bzw. in Zukunft haben werden.

E-Book-Reader und Tablets

Zunächst einige Hintergründe zu den E-Book-Readern, die ja keineswegs neu sind. Schon zu Beginn der 90er Jahre wurde das nahe Ende des gedruckten Buchs ausgerufen, doch erwiesen sich die E-Book-Reader der ersten Generation letztlich als technisch zu unausgereift. Eine neue Runde läutete dann Amazon mit dem Kindle ein. Die zweite Generation der E-Book-Reader basierte auf der sehr lesefreundlichen Technologie E-Ink. Höhere Speicherkapazitäten, längere Akkulaufzeiten und ein attraktives Angebot an E-Books im Kindle Store sorgten dann für den Durchbruch dieser Geräte. Das Jahr 2010 wurde sogar als Jahr der E-Book-Reader angekündigt. Zahlreiche Modelle – alle auf der E-Ink-Technologie basierend – sollten auf den Markt gebracht werden, darunter auch einige großformatige Modelle, auf die vor allem auch die Zeitungsverlage große Hoffnungen setzten.¹ Doch im April 2010 lancierte Apple das iPad, das eine neue Gerätekategorie, die multifunktionalen Tablets, als neue Mitspieler auf den Markt der elektronischen Lesegeräte brachte. Mit dem iPad werden zwar nicht vorwiegend E-Books gelesen, sondern in erster Linie internetbasierte Apps genutzt. Aber sein Einfluss auf die Art, wie mit E-Books umgegangen wird, sowie die enorme Innovationskraft, die auf eine große Entwicklungsgemeinde ausstrahlt, hat die Kräfteverhältnisse auch im Buchmarkt neu gemischt. Fast alle namhaften Produzenten von elektronischen Geräten (Smartphones und PCs) sind mittlerweile auf den Zug aufgesprungen und haben eigene Versionen von multifunktionalen Tablets angekündigt oder (Stand: Mai 2011) bereits auf den Markt gebracht. Gewisse Prognosen gehen davon aus, dass diese neue Gerätekategorie in nicht allzu ferner Zukunft die Notebooks und PCs be- oder gar verdrängen werden.²

Das iPad ist nicht als eigenständiges Gerät konzipiert und benötigt wie das iPhone (bis und mit Version 4 des Betriebssystems iOS) für die Inbetriebnahme und die Updates einen PC oder Mac.³ Andere Anbieter von Tablets bieten dem Nutzer mehr Unabhängigkeit mit dem offenen Betriebssystem Android (u. a. Motorola Xoom, Samsung Galaxy Tab 10.1, Asus Eee Pad). Sie alle kopieren von Apple das erfolgreiche Modell, wie solche Geräte bedient werden. Nicht mit Stift und nicht als nüchterne Businessgeräte, wie man das vor allem seitens Microsoft versucht hat, sondern mit Multitouch (und somit den Fingern) als trendiges Lifestyle-Gerät für den mobilen Menschen. Diese Art der Interaktion mit Tablets hat sich enorm schnell etabliert. Mittlerweile erwarten die User, dass man diese Geräte genauso bedient wie das iPhone. Mit diesem Beispiel soll veranschaulicht werden, dass erfolgreiche

Technologien sich enorm schnell durchsetzen und neue Standards setzen können, die sich dann in Erwartungshaltungen der Kunden niederschlagen. Wer schon elektronische Bücher auf dem iPad gelesen hat, erkennt sehr schnell einen großen Unterschied zum Lesen am Notebook oder PC. Reader mit E-Ink-Technologie sind sicherlich angenehmer im hellen Tageslicht und sie ermüden die Augen weniger. Aber das iPad punktet durch die angenehme Steuerung mittels einfachem Berühren des Bildschirms, der Möglichkeit, zwischendurch auch noch die neusten Nachrichten anzusehen, die Mails zu checken oder den Status von Facebook-Freunden zu verfolgen. Und im Gegensatz zu den dedizierten E-Book-Readern eignen sich die Tablets durchaus auch zum produktiven Arbeiten mit Textdokumenten.

Die E-Books dürften von diesen neuen Trendgeräten enorm profitieren. Es ist angenehm, wenn man mit dem Tablet im Gepäck auch noch seine Bibliothek und seine Arbeitspapiere mit dabei hat. Diese Kombination ist besonders für die mobilen und stets vernetzten Zeitgenossen sehr attraktiv – und man kann davon ausgehen, dass diese soziale Gruppe stark und schnell wachsen wird.⁴

Durchbruch bei den E-Books?

Ob wir bereits vom Durchbruch des E-Books sprechen können, ist umstritten. Die Verkaufszahlen sprechen zumindest in den USA dafür. Hier ist der Umsatz mit E-Books 2010 um 164% gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Der Anteil des mit E-Books generierten Umsatzes im Buchhandel der USA stieg von 3,2% im Jahr 2009 auf 8,3% in 2010.⁵ Und Amazon verkündete im Mai 2011, dass das Unternehmen mittlerweile mehr E-Books als gedruckte Bücher verkaufe.⁶ Im deutschen Sprachraum sind wir noch weit von solchen Aussagen entfernt. Während bei Amazon und Barnes & Noble fast alle neuen Titel als E-Book zu einem relativ günstigen Preis erhältlich sind, steckt das Angebot deutscher Titel noch in den Anfängen. Neuerscheinungen sucht man meist vergeblich bei den E-Books. Wer, wie der Schreibende, fleißiger Leser von Kriminalromanen ist, findet meist nur Werke, die er schon längst in gedruckter Form gelesen hat. Zudem orientiert sich der Preis an der preisgünstigsten gedruckten Ausgabe, womit erst mit Erscheinen der Paperback-Version der Preis in die Region von 10 Euro fällt. Für viele Konsumenten ist auch dieser Preis noch zu hoch, wenn man die sehr eingeschränkten Rechte in Betracht zieht, die mit dem Kauf verbunden sind. Angesichts der limitierten Nutzung, die durch ein restriktives DRM vorgegeben wird, wäre ein deutlich günstigerer Preis angebracht. Mittlerweile ist Amazon mit einem Angebot von 25.000 Titeln in deutscher Sprache in diesen Markt eingetreten. Und Amazon setzt gegenüber den Verlagen mächtig Druck auf: Im Online-Katalog von Amazon kann der geneigte Kunde dem Verlag mitteilen, wenn er ein Buch auch als E-Book wünscht.⁷

In der Schweiz ist ein heftiger Konflikt zwischen Verlagen und dem Großbuchhändler Ex Libris entstanden, weil letzterer die Preise für E-Books

⁴ So sieht es auch der Horizon-Report 2011: Johnson, L., Smith, R., Willis, H., Levine, A., and Haywood, K.: The 2011 Horizon Report. Austin, Texas: The New Media Consortium 2011.

⁵ <http://www.publishers.org/press/24/>

⁶ Amazon liefert keine genauen Zahlen, weshalb diese Aussage nicht überprüft werden kann.

⁷ Auf www.amazon.de (Stand 17.6.11) erscheint eine entsprechende Box, wenn ein Titel noch nicht elektronisch verfügbar ist.

⁸ Vgl. dazu Steier, Henning: Musikindustrie soll kein Vorbild sein – Preiskampf um eBooks entfacht. In: Neue Zürcher Zeitung, 16. Juni 2011. Online: http://www.nzz.ch/nachrichten/digital/ex_libris_ebooks_1.10932610.html (besucht 17.6.11).

⁹ Vgl. dazu auch Piguët, Arlette: E-Books an wissenschaftlichen Bibliotheken: Zukunftsperspektiven. In: B.I.T. online 14 (2011) Nr.2, S. 111–122.

massiv senken wollte.⁸ Diese Maßnahme sollte dazu dienen, dem E-Book auch hierzulande zum Durchbruch zu verhelfen, doch scheinen die Verlage daran wenig Interesse zu haben. Dabei verschließt man die Augen vor Trends, die meiner Ansicht nach nicht mehr zu stoppen sind. Man verdrängt die kaufwilligen Kunden geradezu in Richtung halblegaler oder gar illegaler Dienste.

Die hier geschilderten Entwicklungen betreffen nur den individuellen Markt mit Belletristik. Insofern sind davon nur die öffentlichen, nicht aber die wissenschaftlichen Bibliotheken betroffen. Aber im Hinblick auf die Verbreitung der E-Books und deren Akzeptanz handelt es sich hier um wichtige Rahmenbedingungen.⁹

E-Books-Formate und ihre Anwendungen

Im Folgenden beziehen sich die Ausführungen auf wissenschaftliche Bibliotheken. Welche Formate werden hier zu welchen Bedingungen angeboten? Welches sind die Eigenschaften der unterschiedlichen Angebote und wie lassen sie sich auch auf mobilen Geräten nutzen?

Im Wissenschaftsbereich haben die Verlage das Modell der E-Journals auf die E-Books übertragen: Werden dort die einzelnen Artikel als PDF-Dokument angeboten, sind es hier die einzelnen Kapitel. In beiden Fällen ist nur der Zugriff beschränkt, nämlich auf die IP-Range der jeweiligen Hochschule, welche die Titel lizenziert hat. Die Dokumente selbst können dann ohne technische Einschränkungen (also ohne DRM) genutzt werden. Das Format PDF bietet als identisches Abbild der gedruckten Version viele Vorteile: fixer Zeilen- und Seitenumbruch, einwandfreie Darstellung von Grafiken, Formeln, Tabellen etc. Zudem wird es von praktisch jeder Plattform unterstützt. Trotzdem schätze ich dieses Modell als nicht besonders kundenfreundlich ein.

Die Aufteilung der Bücher in Kapitel, die beim Herunterladen meist einen nichtssagenden Dateinamen erhalten (z.B. fulltext.pdf), verursacht beim Anwender einen beträchtlichen Mehraufwand, um die Dateien umzubenennen und in die richtige Ordnung zu bringen. Zudem halte ich die Segmentierung der Information in Einzelkapitel, die aus dem Kontext des Werks herausgerissen werden, für problematisch. Aus Benutzersicht erwünscht wären komplette E-Books, die man zumindest als Einheit durchsuchen kann, auch wenn man sie nicht traditionell von Anfang bis Ende durchliest. Zudem sollten die E-Books mit allen relevanten Metadaten ausgeliefert werden, so wie man es bei der Musik mittlerweile gewohnt ist. Damit würde das mühsame Ordnen erleichtert, und die Zuweisung der Dateien zu einem Titel wäre zuverlässig. Bei der Lizenzierung der E-Books durch Bibliotheken funktioniert die Lieferung der Metadaten zur Einspielung in den Bibliothekskatalog mittlerweile gut.

Wenn ich hier die Mängel des Modells DRM-freie PDFs kritisiert habe, muss im Gegenzug gesagt werden, dass dieses Modell durchaus bibliotheksfreundlich ist. Der Zugriff für Hochschulangehörige erfolgt kostenlos über

die von der Bibliothek bezahlte Lizenz. Auch iPad-Nutzer wissen dieses Modell durchaus zu schätzen: Vom Gerät aus erhält man via VPN¹⁰ aus dem Hochschulnetz Zugriff auf die gewünschte Datei, kann sie herunterladen und z.B. mit der App GoodReader¹¹ lesen und bearbeiten – nachdem man wie oben beschrieben Ordnung in die Dateinamen gebracht hat. Die meisten dedizierten E-Book-Reader dagegen, mit Ausnahme der großformatigen Kindle DX und dem PocketReaderPro 903, sind für das Lesen von PDF-Dokumenten im A4-Format nicht geeignet.

Für die kleineren Lesegeräte wurden die E-Book-Formate EPUB und Mobipocket entwickelt. Sie haben den Vorteil, dass sie sich dynamisch den kleineren Bildschirmen anpassen, da sie über keinen festen Satzspiegel und Zeilenumbuch verfügen. Auch die Schriftgröße ist nicht festgelegt, sondern kann auf den Ausgabegeräten eingestellt werden. Diese Formate basieren auf XHTML und XML und weisen somit ähnliche Eigenschaften auf wie Webseiten. Entsprechend ist die korrekte Darstellung von Formeln, komplexen Tabellen und Grafiken grundsätzlich problematisch. Für die Zitierung als wissenschaftliche Texte fällt erschwerend ins Gewicht, dass die Seitenzahlen nicht dem gedruckten Text entsprechen. Die ursprünglichen Seitenumbrüche lassen sich im Prinzip zwar markieren und in diesen Formaten anzeigen, doch ist dies zum einen von den Geräten und der Software abhängig, zum andern von der korrekten Produktion der E-Books.

Mobipocket wurde für die Darstellung von Texten auf Handhelds entwickelt und kam schon auf Organizern wie Palms zum Einsatz. Es wurde vom mittlerweile vom Markt verschwundenen iReX unterstützt und prominent auch vom Kindle. Amazon setzt für seine E-Books allerdings Mobipocket in abgewandelter Form mit eigenem DRM als Format AZW ein. Diese Dateien lassen sich mit der Software Kindle auf vielen Plattformen lesen, so auch mit der App Kindle auf dem iPad. Die verschiedenen Geräte werden auf die persönliche Amazon-ID registriert, womit sie für die Wiedergabe der mit dieser ID gekauften E-Books zugelassen sind.

Weiter verbreitet ist der offene Standard EPUB, der heute in der Version 2 eingesetzt wird. Er wird von den meisten übrigen Plattformen und Geräten unterstützt. Wobei es auch hier unterschiedliche DRMs gibt. Am häufigsten wird Adobe Adept eingesetzt, das ähnlich funktioniert wie oben beim Format AZW beschrieben.¹² Man kann mehrere PCs und mobile Geräte auf seine persönliche Adobe-ID registrieren, mit der dann die DRM geschützten E-Books gekauft werden. Sony und Nook setzen diese Technik in ihren Lesegeräten ein. Das iPad kann nicht direkt registriert werden, doch ist dies mithilfe spezieller Apps (Bluefire Reader, txtr) möglich. Auch Onleihe, wie sie unten beschrieben wird, wird meistens über dieses DRM abgewickelt.

Der Vorteil dieser beiden Formate liegt eindeutig bei der Nutzung auf mobilen Geräten mit kleinen Bildschirmen, auch auf Smartphones. Eigene Texte kann ein Autor leicht selber in diese Formate umwandeln. Direkt möglich ist die Produktion von EPUB-Dokumenten aus Adobe InDesign oder

¹⁰ VPN bedeutet Virtual Private Network. Der Nutzer gelangt in einem virtuellen Tunnel ins Hochschulnetzwerk und wird vom externen Server als Angehöriger der Hochschule erkannt.

¹¹ <http://www.goodiware.com/goodreader.html>

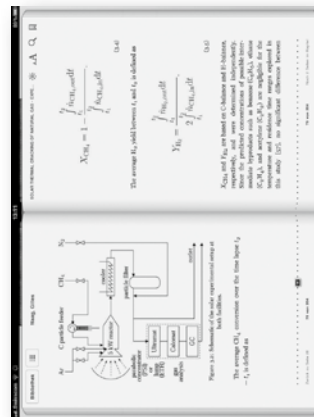


Abb. 2: EPUB-Dokument mit Grafiken und Formeln (als Bild) in der App eBooks auf dem iPad

¹² Vgl. dazu das White Paper Adobe® eBook Platform: Authoring and delivering eBooks across devices. Adobe 2010. http://www.adobe.com/products/digitaleditions/pdfs/adobe_ebook_platform_whitepaper.pdf

¹³ <http://calibre-ebook.com/>

aus Pages von Apple. Mobipocket Creator dient analog dazu, Texte ins Format .mobi umzuformatieren. Ein unentbehrliches Tool ist dabei Calibre,¹³ mit dem die unterschiedlichsten E-Book-Formate erzeugt werden können. Die Umwandlung von PDF-Dokumenten in diese mobilen Formate ist nicht unproblematisch. Es bedeutet letztlich einen beträchtlichen Aufwand an Handarbeit, besonders wenn es sich um komplexe Vorlagen mit Tabellen, Grafiken oder gar Formeln handelt.

In den wissenschaftlichen Bibliotheken spielen E-Books im EPUB-Format momentan noch kaum eine Rolle. Dafür werden die meisten E-Books (außer bei Amazon) an private Kunden in diesem Format angeboten.¹⁴

¹⁴ Z. B. bei www.thalia.de oder www.books.ch. Auch Apples iBookstore handelt mit E-Books im EPUB-Format.

Bibliotheken betreiben heute oft einen Dokumentenserver für die Publikationen der eigenen Hochschulangehörigen unter Open Access. Es ist gut denkbar, dass Bibliotheken hier die Dienstleistungspalette erweitern und auch die Produktion verschiedener E-Book-Formate anbieten. Die Nutzer hätten dann wahlweise die Möglichkeit, eine Publikation als PDF, als EPUB oder als Mobipocket-Datei herunterzuladen und auf ihr mobiles Gerät zu übertragen. Die ETH-Bibliothek hat Vorbereitungen für ein solches Angebot getroffen.

Doch stellen sich auch hier rechtliche Fragen, zum Beispiel bei den elektronisch abgelieferten Dissertationen. Wir gehen heute davon aus, dass es für die Umformatierung und das Angebot mehrerer Varianten die Einwilligung des Autors braucht. Die technischen Probleme bei der Konvertierung der PDF-Originale scheinen weitgehend gelöst zu sein, womit sich noch die Frage des Preises stellt. Einfacher und günstiger ist es, wenn man das EPUB direkt aus der Originaldatei herstellt.

Heute sind die E-Books in der Regel »bloß« oder im besten Fall ein Abbild des gedruckten Buchs. Doch es gibt auch schon viele Ansätze für enhanced E-Books, die also mit zusätzlichen Funktionen angereichert sind. Mit Bordmitteln können Videos und Töne in E-Books integriert und auf den Readern angezeigt werden. Doch die elektronischen Formate bieten noch mehr Potenzial: Denkbar sind interaktive E-Books, bei denen die Leserinnen und Leser eingreifen können oder bei denen Kommentare und Empfehlungen integriert und mit sozialen Netzen verknüpft werden.¹⁵ Und darüber hinaus gibt es heute Apps fürs iPad, welche das Konzept Buch schon weit hinter sich gelassen haben.

Einschränkung der Nutzung durch externe Bibliothekskunden

Weiter oben habe ich geschrieben, dass das gängige Distributionsmodell von E-Books bibliotheksfreundlich sei. Das gilt aber nur für reine Hochschulbibliotheken, wie sie eher in den USA als im deutschen Sprachraum anzutreffen sind. Die ETH-Bibliothek versteht sich aber auch als öffentliche Bibliothek mit einem nationalen Auftrag im Bereich technisch-naturwissenschaftlicher Informationsversorgung. Davon profitieren bei den gedruckten Büchern Privatpersonen und Firmen. Von der elektronischen

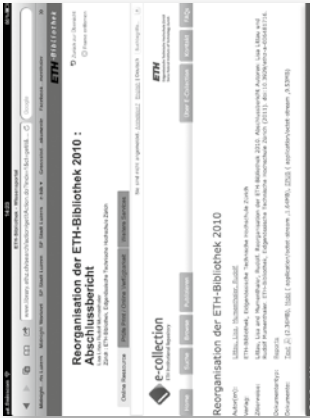


Abb. 3: Screenshot ETH E-Collection mit Dokument in drei Formaten

¹⁵ Die bereits verabschiedete EPUB-Version 3 wird solche Elemente beinhalten.

Informationsversorgung werden sie durch die gängigen Lizenz- und Zugriffsmodelle jedoch abgeschnitten. Diesen wichtigen Kundengruppen möchte die ETH-Bibliothek weiterhin die aktuellen Informationen liefern und sucht deshalb nach Lösungen, wie externen Kunden Zugriff auf elektronische Ressourcen gegeben werden kann. Die Hindernisse auf diesem Weg sind vielfältig. Rechtlich stellt sich die Frage nach neuen Lizenzmodellen mit vermutlich entsprechender Abgeltung der zusätzlichen Nutzungen. Seitens der Verlage wären Nationallizenzen die bevorzugte Lösung. Eine Nationallizenz für die Schweiz, die alle bisherigen Nutzungen beinhalten würde, wäre eine zu teure Angelegenheit und stünde im Widerspruch zur föderalen Struktur der Hochschullandschaft. Als technische Lösung wird die Onleihe in Betracht gezogen. Das bedeutet einen zeitlich limitierten Zugriff auf E-Books, der über ein DRM gesteuert wird. Die einfache Variante bildet die bekannte Buchausleihe ab, indem ein Dokument für eine bestimmte Zeit einem Nutzer exklusiv zur Verfügung gestellt wird. Diese Methode kommt bei der Onleihe in öffentlichen Bibliotheken zum Einsatz.¹⁶ Der Vorteil dieses Modells besteht darin, dass sowohl Verlage als auch Nutzer und Bibliotheken damit vertraut sind. Aber eigentlich ist es etwas gar rückwärtsgewandt, wenn einfach die alten Muster auf die digitale Welt übertragen werden. So gibt es für wissenschaftliche Bibliotheken auch Modelle von Aggregatoren,¹⁷ welche die parallele Mehrfachnutzung eines Dokuments zulassen, dafür aber eine Obergrenze der gesamten Nutzung aller E-Books setzen.

¹⁶ Vgl. www.onleihe.de. Amazon hat angekündigt, ein entsprechendes Angebot über den Dienst www.overdrive.com zu realisieren, der Onleihe vor allem in öffentlichen Bibliotheken der USA, aber auch in London und Amsterdam anbietet.

¹⁷ Beispiele sind www.mylibrary.com, www.ebrary.com oder www.ciando.com.

¹⁸ In der Schweiz bietet dies Switchai heute für alle Hochschulangehörigen: <http://www.switch.ch/de/aai/>

¹⁹ Das Konzept wird auch vom iPad unterstützt: Mit dem Browser Safari wird auf das E-Book online zugegriffen und bleibt dann im Cache gespeichert, sodass es auch ohne Internetverbindung lokal weitergelesen werden kann. www.books.google.com und www.booki.sh

²⁰ Vgl. <http://paperc.de/>

Eine weitere Herausforderung stellt die Authentifizierung der berechtigten Nutzer dar. In der Vorstellung der ETH-Bibliothek müssten die eingeschriebenen Bibliothekskunden über ein bestimmtes Verfahren¹⁸ authentifiziert werden und dann die Berechtigung zum Zugriff auf die lizenzierten Ressourcen erhalten. Entsprechende Abklärungen sind in Gang.

Aussagen von Verlagsvertretern lassen vermuten, dass diese zumindest für einen Pilotversuch unter kontrollierten Bedingungen bereit wären, wobei die Plattform von der Bibliothek zur Verfügung gestellt werden müsste. Zudem zeichnet sich ab, dass die Verlage auf eine Lösung mit DRM bestehen, wenn Kunden außerhalb der Hochschule bedient werden sollen. Auch der bisherige Grundsatz, wonach die Nutzung für die Kunden kostenlos sein soll, muss gegebenenfalls bei externen Kunden infrage gestellt werden.

Es gibt auch Visionen in die Richtung, dass die elektronischen Texte in der »Cloud« gespeichert und nur online verfügbar sein werden. Google Books oder der australische Dienst Booki.sh machen es bereits vor,¹⁹ und auch der deutsche Anbieter PaperC setzt auf ein ähnliches Konzept.²⁰ Hier ist das online Lesen zeitlich limitiert kostenlos möglich, nur der Download, der rechtlich einer Kopie entspricht, ist kostenpflichtig. Grundlage für diese Angebote ist der neue Web-Standard HTML5.

Neue Dienstleistungen von Bibliotheken

Welche Möglichkeiten haben nun Bibliotheken in diesem dynamischen und von großer Unsicherheit geprägten Umfeld?

Weiter oben wurden bereits mögliche neue Geschäftsfelder aufgeführt, so z. B. die Erweiterung der Angebote im Bereich E-Publishing. Auch die Onleihe könnte eine neue Dienstleistung darstellen, wobei gut zu prüfen ist, ob die Wünsche der Kunden nicht mit anderen Zugriffs- und Lizenzmodellen besser zu erfüllen sind.

Es wurde auch angedeutet, dass Bibliotheken Plattformen betreiben könnten, welche die Distribution und Archivierung der elektronischen Ressourcen übernehmen. Die offenen Fragen überwiegen hier aber noch ganz deutlich.

Im viel kleineren Rahmen bewegen sich die möglichen Angebote im Umfeld der E-Reader. Ihre wichtige Rolle im gesamten Kontext E-Ressourcen sehe ich darin, dass sie wirksame Promotoren des neuen Mediums E-Book sein können. Studierende, die ihre Studienunterlagen auf einem Tablet lesen und bearbeiten, dürften auch die E-Books der Bibliothek auf demselben Gerät lesen. Entsprechend gehört es im Rahmen der Vermittlung von Informationskompetenz zu den Aufgaben der Bibliothek, die Studierenden mit dem neuen Medium (E-Book) und den für das Lesen und Bearbeiten geeigneten Geräten vertraut zu machen. Vor diesem Hintergrund kann die Bibliothek Geräte zum Testen anbieten, Schulungen durchführen und Inhalte bereitstellen, die eine Vorstellung vom Nutzen der Technologie vermitteln können. Damit kann sich die Bibliothek auch als Ansprechpartner für Fragen bezüglich neuer Technologien positionieren und ihr Image als innovative Institution innerhalb der Hochschule pflegen.

In öffentlichen Bibliotheken, welche die Onleihe anbieten, können dafür geeignete Reader (z. B. von Sony) angeschafft und für diese Dienstleistung eingerichtet werden. Damit kann das neue Angebot den Kunden erklärt und schmackhaft gemacht werden.

Verschiedene Bibliotheken nutzen die E-Book-Reader intensiver: Sie laden Kollektionen von E-Books auf die Geräte, katalogisieren diese wie einen Sammelband und leihen sie wie andere Bibliotheksmedien aus.²¹ Diesen Aktivitäten setzen die Lizenzbestimmungen der verschiedenen Anbieter enge Grenzen. Sowohl ein Kindle wie auch ein iPad müssen auf eine einzelne Person registriert werden, und die gekauften Apps und Bücher dürfen nur von dieser Person genutzt werden. Es ist meines Wissens nicht erlaubt, ein bei Amazon gekauftes E-Book auf zehn verschiedene Kindles der Bibliothek zu laden und an Benutzer auszuleihen. Ich gehe davon aus, dass sich dies mit Apps ähnlich verhält, die einmal gekauft und dann auf mehrere iPads übertragen werden. Somit wäre ein solches Angebot wohl nur für gemeinfreie Werke (z. B. Klassiker aus dem Gutenberg-Projekt) oder für eigene Publikationen zulässig.

Für den Einsatz auf Tablets sind Tages- und Wochenzeitungen interessante Angebote für Bibliothekskunden. Obschon die klassischen E-Papers der Ta-

²¹ So zum Beispiel die NCSU Library: <http://www.lib.ncsu.edu/techlending/>

geszeitungen eher unhandliche PDF-Dokumente sind, lassen sie sich gerade auf dem iPad sehr gut lesen. Damit dürfte ein Angebot wie PressDisplay für Bibliothekskunden, die mit einem Tablet ausgerüstet sind, auf große Nachfrage stoßen.²²

²² Die Zeitschriftenagentur swets (www.swets.com) bietet PressDisplay für Bibliotheken an. <http://pressdisplay.com>

Hausaufgaben für Bibliotheken und Verlage

Zentral scheint mir, dass die Bibliotheken davon ausgehen können, dass immer öfter Kunden mit mobilen Geräten ihre Inhalte nutzen wollen. Und die Kunden bestimmen selber, ob sie dafür ein Smartphone, einen E-Book-Reader, ein Android-Tablet oder ein iPad einsetzen. Darauf hat die Bibliothek selbst keinen Einfluss. Es ist aber ihre Aufgabe, die Informationen so anzubieten, dass sie auf diesen verschiedenen Geräten genutzt werden können. Das heißt zum einen, dass ihre Homepage und ihre elektronischen Plattformen mobiltauglich sein sollten, und zum andern, dass die elektronischen Ressourcen in entsprechenden Formaten vorgehalten werden müssen. Für die eigenen bzw. die hochschuleigenen Dokumente können sie dies selber aktiv mitgestalten und auf ihren Dokumentenservern nicht nur PDF-Dokumente, sondern auch EPUB- und Mobipocket-Versionen anbieten. Bei den wichtigeren lizenzierten Ressourcen sind die Bibliotheken aber auf die Zusammenarbeit der Verlage angewiesen. Diese müssen ihre Hausaufgaben machen und kundenfreundlichere Angebote entwickeln. Hier sehe ich eine Chance vor allem in gemeinsamen Pilotprojekten von Bibliotheken und Verlagen, mit denen die durchaus verständlichen Ängste abgebaut und positive Erfahrungen gesammelt werden können.

Zudem muss auch in Betracht gezogen werden, dass die globalen Player Amazon, Google und Apple genau in diesem Bereich aktiv sind und über unvergleichlich größere Mittel und Möglichkeiten verfügen. Bibliotheken und Buchhändler müssen mit dem Schreckensszenario rechnen, dass diese großen Aggregatoren das Modell einer Flatrate für E-Books entwickeln. Die Endkunden könnten dann gegen eine jährliche fixe Gebühr (wie bei einem Buchclub) unbeschränkt E-Books lesen. Oder auch die Ausleihe von elektronischen Büchern gegen eine bescheidene Gebühr kann man sich durchaus als Geschäftsmodell vorstellen. – Wo blieben dann noch die Bibliotheken, jedenfalls die öffentlichen?, muss man sich bei diesen Szenarien fragen. Im akademischen Bereich dürfte dieses Szenario angesichts der hohen Preise für die Medien wohl kaum zum Tragen kommen. Trotzdem bleibt die Herausforderung für die Bibliotheken groß, neue Geschäftsmodelle und neue Produkte zu entwickeln, damit man seine Kunden und seine Trägerschaft zufriedenstellen und seine eigene Zukunft sichern kann.





E-BOOKS: INTERESSENKONFLIKTE ZWISCHEN BIBLIOTHEKEN, NUTZERN UND VERLAGEN UND DIE NOTWENDIGKEIT EINER EINIGUNG

Catherine Mirallas
Hernandez

¹Da der Vortrag aus dieser Arbeit entstanden ist, sind alle hier vorgestellten Inhalte angelehnt an diese Forschungsdokumentation. Es handelt sich um eine Arbeit mehrerer Autoren, sodass es nicht möglich ist, die einzelnen Urheber der unterschiedlichen Inhalte namentlich zu nennen. Als Quelle gilt, sofern es nicht anders vermerkt ist: Stefanie Ballerstedt, Catherine Mirallas Hernandez, Inga Bartling et al.: E-Book: Ergebnisse aus der digitalen Forschungswerkstatt, Bauhaus-Universität Weimar 2011; Leitung: Professur Medienmanagement, im Internet unter: http://e-pub.uni-weimar.de/frontdoor.php?source_opus=1545

Das E-Book kann vor allem in der deutschen Medien- und Verlagswelt als noch recht junges Phänomen angesehen werden. Umso mehr werden insbesondere aus ökonomischer, aber auch wissenschaftlicher Sicht hohe Erwartungen an das elektronische Buch gestellt.

Allerdings ist bis jetzt auch zu sehen, dass das E-Book seit seinem Aufkommen in Deutschland noch keine wirkliche Erfolgsgeschichte schreiben kann. Es ist zu vermuten, dass vor allem hohe Preise für die Lesegeräte immer noch viele Leser vom Nutzen der E-Books abhalten.

Diese beiden gegensätzlichen Feststellungen werfen – insbesondere aus medienökonomischer Sichtweise – einige Fragen auf, wie:

- ▶ Wird sich das E-Book als Medium durchsetzen können und das gedruckte Buch langfristig ablösen?
- ▶ Kann das E-Book neben Zeitung, Radio, Fernsehen und Buch überhaupt als ein neues, eigenständiges Medium verstanden werden?
- ▶ Welche grundsätzlichen Veränderungen würde eine massenhafte Verbreitung elektronischer Bücher mit sich bringen?

Einige Studierende des Masterstudiengangs Medienmanagement an der Bauhaus-Universität Weimar haben 2010 versucht, im Rahmen des Projekts »Digitale Forschungswerkstatt« Antworten auf unterschiedliche Fragen rund um das Thema E-Book zu finden. Um das Ganze aus verschiedenen Blickwinkeln heraus zu beleuchten, wurden drei Forschungsgruppen gebildet, die sich jeweils anderen Forschungsfragen und -schwerpunkten widmeten.

Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit wurden in einer elektronischen Dokumentation zusammengefasst – welche online kostenfrei über den Publikationsserver der Bauhaus-Universität Weimar der Öffentlichkeit zugänglich ist.¹

Eine Forschungsgruppe untersuchte die Einflüsse digitaler Technologien auf das wissenschaftliche, studentische Arbeiten. Hier stand unter anderem die Frage nach einer möglichen Veränderung der studentischen Arbeitsweise durch neue Technologien im Fokus. Also ganz plakativ: Wird es möglicherweise die Erfindung des E-Books sein, die das studentische Arbeiten revolutioniert?

Eine andere Forschungsgruppe hingegen nahm eher die ökonomische Perspektive ein, indem sie die Geschäftsmodelle und Marktstrukturen des Buchmarktes im digitalen Wandel beleuchtete. Die zentrale Frage war, mit welchen Veränderungen sich die klassische Wertschöpfungskette – von der Beschaffung der Inhalte über die Produktion bis hin zur Distribution des Buches – durch das Aufkommen des E-Books konfrontiert sieht.

Die dritte Forschungsgruppe hatte als zentrales Thema die Interessenkonflikte zwischen Verlagen, Universitätsbibliotheken und Nutzern, die aufgrund des E-Books entstehen. Die Leitfrage, die untersucht wurde, bestand darin, vor welche neuen Herausforderungen das E-Book die hier genannten beteiligten Akteure stellt und was passieren muss, damit sich das E-Book auch in deutschen Universitätsbibliotheken und damit in der Wissenschaft und Lehre durchsetzen kann. Aus den daraus resultierenden Ergebnissen wurde

versucht, Handlungsempfehlungen für die drei hier genannten Akteure abzuleiten, um die vorherrschenden Interessenkonflikte beizulegen und dem E-Book damit auch die Tore der Universität zu öffnen.

Da die EDOC-Tage 2011 Weimar sich im Umfeld der drei Hauptakteure positionierte, soll an dieser Stelle ein kurzer Einblick auf die wesentlichen Ergebnisse der dritten Forschungsgruppe gegeben werden.

Ziel des Vortrages war es, die Problematik, welche insbesondere aus der Perspektive der Universitätsbibliotheken durch das E-Book entsteht, aufzuzeigen und die Tagungsteilnehmer anzuregen, sich damit auseinanderzusetzen, um die relevanten Positionen sowie die Interessenkonflikte nachvollziehen zu können. Da alle Hauptakteure – Bibliotheken, Verlage und Nutzer – auf der Tagung vertreten waren, bot sich die einmalige Chance, gemeinsam über die Ergebnisse zu diskutieren und daraus eventuell neue Lösungsansätze für alle Akteure zu finden.

Das E-Book im Umfeld von Universitätsbibliotheken,

Verlagen und Nutzern

Elektronische Bücher sind zwar – insbesondere im Vergleich zum physischen Buch – ein relativ junges Phänomen, doch kann bereits nach so kurzer Entwicklungszeit festgestellt werden, dass sie den Weg in die Bibliotheken gefunden haben. E-Books erweitern den Bibliotheksbestand um ein Medium, das allen beteiligten Akteuren einen deutlichen Mehrwert bieten kann. Fraglich ist jedoch, welche Probleme und Herausforderungen mit diesem vergleichbar neuen Medium auftreten und wie diese zu bewältigen sind. Ausgehend von den drei zentralen Akteuren Bibliotheken, Nutzern und Verlagen wird deutlich, dass ihre Rollen und das dadurch neu entstandene Netzwerk auch dem herrschenden digitalen Wandel unterworfen sind.

Die formulierten Probleme ergeben sich jedoch insbesondere für wissenschaftliche Bibliotheken. Dieser Umstand liegt in der besonderen Funktion einer wissenschaftlichen Bibliothek begründet:

Sie gilt trotz fortschreitender Digitalisierung – und der damit einhergehenden Möglichkeit, andere Informationsquellen wie das Internet zu nutzen – immer noch als der Hauptvermittler für wissenschaftliche Informationen, insbesondere an einer Hochschule. Eine wissenschaftliche Bibliothek verfolgt also vornehmlich das Ziel, alle Informationen an einem Ort zu sammeln und diese den Wissenschaftlern zur Verfügung zu stellen.

Ausgangspunkt der hier getätigten Überlegungen sind die Funktionen und unterschiedlichen Zielvorstellungen der betrachteten Akteure. Daran lassen sich deutlich dynamische Veränderungen bei den betrachteten Akteuren festmachen.

Um diese Veränderungen deutlich machen zu können, ist es zwingend notwendig, erst einmal zu untersuchen, welche ursprünglichen Funktionen und Rollen Bibliotheken, Verlagen und Nutzern im Umfeld weiterer beteiligter Akteure zugeschrieben werden können. Ausgehend von diesen ursprünglichen

Funktionen werden dann im nächsten Schritt die Veränderungen, die durch die treibende Kraft – das E-Book – entstehen, aufgezeigt. Erst so können die mit dem E-Book einhergehenden neuen Herausforderungen beleuchtet und begründet werden. Vorweg sei gesagt: So viele Probleme das E-Book für die hier zentralen Akteure bringen mag, interessant ist, dass ein Vergleich mit anderen elektronischen Inhalten – den E-Journals – gezeigt hat, dass es trotz der Herausforderungen im Umgang mit digitalem Content auch in dem hier untersuchten Netzwerk von Bibliotheken, Verlagen und Nutzern zu einer für alle beteiligten Akteure befriedigenden Einigung kommen kann.

Ein Blick in die Vergangenheit zeigt deutlich, dass digitale Medien das Potenzial haben, traditionelle Wertschöpfungsstrukturen des Medienmarktes aufzulösen.² Durch veränderte Produktions-, Distributions- und Konsumtionsverhältnisse verändern sich die bestehenden Beziehungen zwischen den bisher an der Wertschöpfung beteiligten Akteuren. Zusätzlich treten zuvor nicht beteiligte Akteure als neue Kooperationspartner oder Wettbewerber in Erscheinung.

Insbesondere um die dynamischen Veränderungen der Akteure untereinander besser verstehen und nachvollziehen zu können, hilft ein Blick in die Soziologie. Die Akteur-Netzwerk-Theorie von Michel Callon und Bruno Latour³ bietet eben diese dynamische Perspektive auf Entstehung, Festigung und Auflösung von etablierten Beziehungen zwischen Einrichtungen bzw. unterschiedlichen Akteuren zueinander.⁴

Ein Netzwerk als solches kann definiert werden durch einen Zusammenschluss von verschiedenen Playern, sogenannten Akteuren, die untereinander verknüpft sind. Jeder einzelne Akteur wiederum schafft es, Verknüpfungen zu den anderen Akteuren des Netzwerks herzustellen.⁵

Ich möchte mich an dieser Stelle auf die wesentliche Aussage der Akteur-Netzwerk-Theorie beschränken:

Der Erfolg eines Netzwerkes, auch eines sich verändernden Netzwerkes, ist maßgeblich davon bestimmt, inwieweit es gelingt, dass sich die beteiligten Komponenten – also die Akteure – in einer aufeinander abgestimmte Weise verhalten, um die Verknüpfungen untereinander aufrechtzuerhalten.⁶

Klassische Rollen und Funktionen der Akteure

Die Wertschöpfung von und die Kommunikation zwischen Verlagen, Bibliotheken und ihren Nutzern hat sich über Jahrhunderte herausgebildet und ist bis zur heutigen Zeit ein System, das gefestigten und oft beschrittenen Wegen folgt. Es ist folglich ein Netzwerk, welches aus Sicht der Akteur-Netzwerk-Theorie Erfolg hat.

Das eindeutige Herzstück dieses Netzwerkes ist das *Buch*, da es das hauptsächlich verwendete Trägermedium der transportierten Information ist. Als kulturelles Werk hat es ganz klar die Funktion, geistig-immaterielle Inhalte grafisch zu materialisieren und darüber hinaus einen Wert für die Allgemeinheit zu schaffen.⁷

Wie in der Grafik dargestellt wird, umfassen die Wirkungsrichtungen bzw.

² Vgl. A. Zerdick, A. Picot, K. Schrape, A. Artopé, K. Goldhammer, D. K. Heger, U. T. Lange, E. Vierkant, E. López-Escobar, R. Silverstone: European Communication Council Report. Die Internet-Ökonomie. Strategien für digitale Wi., 3. Auflage, Berlin, Heidelberg 2001, S. 65.

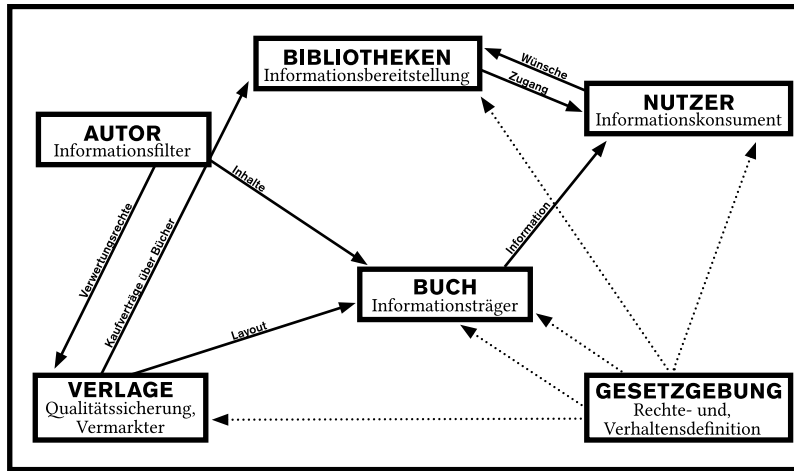
³ Vgl. Michel Callon, Bruno Latour: Die Demontage des großen Leviathans: Wie Akteure die Makrostruktur der Realität bestimmen und Soziologen ihnen dabei helfen. In: Andréa Belliger, David J. Krieger (Hrsg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld: Transcript, S. 75–102.

⁴ Vgl. Andréa Belliger, David J. Krieger: Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. In: Vgl. Anm. 3, S. 13–50.

⁵ Vgl. Ingo Schulz-Schaeffer: Akteur-Netzwerk-Theorie. Zur Koevolution von Gesellschaft, Natur und Technik. In: Johannes Weyer (Hrsg.): Soziale Netzwerke. Konzepte und Methoden der sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung. München 2000, S. 187–209, hier S. 189.

⁶ Vgl. ebd.

die Verbindungen des Trägermediums Buch alle anderen Akteure des dargestellten Netzwerkes. So wird es bspw. von Autoren »befüllt«, von Verlagen ausgewählt, redigiert sowie gebündelt, von Bibliotheken angeboten und schlussendlich von Nutzern konsumiert.



⁷ Vgl. Werner Faulstich: Das Buch. In: Ders. (Hrsg.): Grundwissen Medien. Stuttgart 2004, S. 129–147, hier S. 129.

Abb. 1: Das klassische Netzwerk um das Buch

Dabei hat die *wissenschaftliche Bibliothek* in diesem Netzwerk folgende Funktion. Das griechische Wort ›bibliothekē‹ bezeichnete in der Antike sowohl einen Bücherbehälter (Regal) als auch den Aufbewahrungsort, an dem die selbigen gelagert wurden.⁸ Diese zweite Bedeutung ist auch heute noch gebräuchlich, jedoch reicht die Funktion einer Bibliothek weit über die Aufgabe als Lagerstätte von Büchern hinaus.

Eine Bibliothek ist vielmehr eine »Einrichtung zur systematischen Erfassung, Erhaltung, Betreuung und Zugänglichmachung von Büchern«⁹ und somit Ort des Wissenstransfers, des Lernens und des Austausches. Der Kernbereich des Aufgabengebiets von Bibliotheken ist demnach die Sammlung, Ordnung und Verfügbarmachung von Informationen – die Informationsbereitstellung für die Nutzer einer Bibliothek.

Mit dieser Funktion sind sehr umfangreiche Aufgaben verbunden wie bspw. der Erwerb und die Bereitstellung aktueller wissenschaftlicher Informationen und Medien sowie die Zugänglichmachung von Informationsquellen z.B. über Kataloge. Zudem ist auch der Auf- und Ausbau von Lehrbuchsammlungen, in denen die benötigte Studienliteratur in ausreichender Stückzahl vorhanden sein sollte, die Bereitstellung wichtiger Grundlagenliteratur, die Schaffung und Förderung kultureller Ereignisse (z.B. in Form von Ausstellungen oder Tagungen) oder auch die Sicherung und Restaurierung älterer Bestände Aufgabe der Bibliotheken.¹⁰

Mit all diesen Funktionen nimmt die Bibliothek stets eine vermittelnde Position zwischen den informationsschaffenden, also in der Hauptsache Autoren und Verlagen, und informationskonsumierenden Akteuren, d.h. Studenten, Wissenschaftlern und anderen Nutzern, ein.

⁸ Vgl. Beate Sieweke: *Bibliothecae Quo Vadis?* Herausforderungen an die Bibliothek von morgen. Diplomarbeit an der FH Stuttgart 2004. Online: http://opus.bszbw.de/hdms/volltexte/2005/512/pdf/version_25.10.pdf. (11.07.2010).

⁹ Duden, *Deutsches Universalwörterbuch*, CD-ROM, 5. Auflage, Mannheim 2003.

¹⁰ Vgl. BDB – Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände: *Bibliothek 1993. Strukturen – Aufgaben – Positionen*. Berlin/Göttingen 1994, S. 41ff.

Auf der Seite der informationsschaffenden Akteure ist ein Hauptakteur der *Verlag*. Buch- oder Zeitschriftenverlage sind Organisationen, die kulturelle (bzw. literarische oder wissenschaftliche) Erzeugnisse durch einen Selektionstransfer in das wirtschaftliche System der Gesellschaft bringen, wobei sie den wechselseitigen Transfer organisieren und stabilisieren.¹¹ Innerhalb dieses Prozesses haben Verlage eine Vielzahl von Aufgaben. Der Verleger bestimmt als Unternehmensführer und unter Berücksichtigung von produktpolitischen und wirtschaftlichen Aspekten die grobe programmatische und kaufmännische Linie des Verlages.¹² Das Lektorat übernimmt als Fachabteilung die Verantwortung für Buchinhalte und konkrete Ausgestaltung des Buchprogramms, indem es Manuskripte bewertet, Autoren akquiriert und Texte redigiert (Lektoratskompetenz). Hier findet eine Qualitätssicherung der Inhalte statt.¹³ Ein Verlag fungiert jedoch nicht nur als Qualitätsfilter des Inputs, sondern ist darüber hinaus entscheidend an der Herstellung und Distribution der Produkte beteiligt¹⁴ wie zum Beispiel über die Verträge mit Bibliotheken.

¹¹ Vgl. Georg Jäger: Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie. Grundlegung einer Theorie des Buchverlags. 1994, unter http://epub.ub.unimuenchen.de/6427/1/jaeger_georg_6427.pdf. S. 11. Letzter Zugriff am 08.07.2010.

¹² Vgl. Thomas Breyer-Mayländer, Andreas Werner: Handbuch der Medienbetriebslehre. München 2003, S. 62.

¹³ Vgl. ebd., S. 63.

¹⁴ Vgl. ebd., S. 65.

Wichtige Grundvoraussetzung der Verlagsarbeit sind jedoch die von den *Autoren* übertragenen Nutzungs- und Verwertungsrechte, ohne welche wir die Funktionsweisen des Verlages nicht begreifen könnten.

Als Organisation ist der Buch- oder Zeitschriftenverlag also als bündelnde Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage, zwischen Autoren und Universitätsbibliotheken samt *Nutzern*, zu verstehen. Die von den Bibliotheken bereitgestellten Arbeitsplätze nehmen laut BID,¹⁵ der Dachorganisation der Bibliotheks- und Informationsverbände in Deutschland, täglich rund zwei Millionen Studierende an deutschen Hochschulen in Anspruch, um effizient lernen und arbeiten zu können.¹⁶ Die tatsächliche Raumnutzung ist jedoch nur Nebenprodukt des eigentlichen Anliegens von Bibliotheksbesuchern: nämlich dem Finden von Informationen. Nutzer insbesondere wissenschaftlicher Bibliotheken treten meist mit einem konkreten Rechercheauftrag auf, bei dem sie sich wünschen, möglichst einfach, effektiv und effizient das definierte Ziel zu erreichen: die Beschaffung der für sie relevanten Informationen.

¹⁵ BID = Bibliothek & Information Deutschland, Dachorganisation der Bibliotheks- und Informationsverbände in Deutschland.

¹⁶ Vgl. BID – Bibliothek und Information Deutschland: 21 gute Gründe für gute Bibliotheken, 2009. Online: http://www.bideutschland.de/download/file/21%20GUTE%20GRUENDE_endg_16-1-09.pdf (11.07.2010), S. 5.

D.h. auch, dass der Nutzer über seine Nachfrage nach individuell differierenden Informationen die Funktion, das Service- und Bestandsangebot wissenschaftlicher Bibliotheken mit definiert und somit die Verfügbarkeit von Medien, den Zugang zu bestimmten Angeboten oder auch die Öffnungszeiten beeinflusst. Denn was nicht nachgefragt wird – wird auch nicht angeboten. Alle bis jetzt beschriebenen Akteure werden von dem umfassenden Akteur der *Gesetzgebung* beeinflusst, welche in Verbindung mit jeglicher Aktivität und jedem einzelnen Akteur innerhalb des Netzwerkes steht.

So ist bspw. die Verbindung zwischen Autoren – denen naturgemäß das Urheberrecht an ihrem Werk zukommt¹⁷ – und Verlagen davon gekennzeichnet, dass die Autoren ihre Verwertungsrechte, welche u. a. Vervielfältigungs-, Verbreitungs- und Ausstellungsrechte für ihre Werke umfassen, ganz oder

teilweise auf den Verlag übertragen können.¹⁸ Verlage nutzen dann diese Rechte, um die Autorenwerke an Buchhandlungen und Bibliotheken zu veräußern, welche wiederum mit ihren Nutzern Kauf- bzw. Leihverträge abschließen.

¹⁷ Vgl. Jeanine Tuschling: Autorschaft in der digitalen Literatur. Bremen: Institut für kulturwissenschaftliche Deutschlandstudien an der Universität Bremen 2006, S. 33.

¹⁸ Vgl. ebd., S. 34f.

Damit sind alle Akteure, ihre Funktionen und ihre Rollen sowie ihre Beziehungen untereinander beschrieben. Und wie ein Blick in die Vergangenheit zeigt, funktioniert dieses klassische Netzwerk um das physische Buch. Die Akteure haben sich in ihren Verhaltensweisen eben aufeinander abgestimmt und somit ist das Netzwerk aus Sicht der Akteur-Netzwerk-Theorie erfolgreich.

Neue Rollen und Funktionen der Akteure durch das E-Book

Was passiert jetzt aber, wenn ein neuer Akteur in das Netzwerk eintritt? Wie müssen sich die genannten, bereits vorhandenen Akteure in ihren Verhaltensweisen neu aufeinander abstimmen, damit auch dieses quasi neu entstehende Netzwerk Erfolg haben kann? Unser neuer Akteur ist hier eindeutig das E-Book, welches buchstäblich auch als handelnder Akteur verstanden werden kann, da es in der Lage ist, Verknüpfungen zwischen sich und weiteren Akteuren – wie beispielsweise dem Leser – herzustellen.

Simpel ausgedrückt handelt es sich bei E-Books um »Bücher in digitaler Form«, welche elektronisch genutzt werden können.¹⁹ Dabei wird die Buchstruktur beibehalten und das E-Book wird im Prinzip in ähnlicher Form genutzt wie gedruckte Werke. Denn auch beim E-Book wird in der Regel von vorn nach hinten geblättert und von links nach rechts gelesen. Allerdings liegt ein wesentlicher Unterschied in den vielfältigen Möglichkeiten, wie zum Beispiel in Volltexten zu recherchieren oder elektronische Notizen und Lesezeichen in Form elektronischer oder virtueller Eselsohren anzulegen.²⁰

¹⁹ Michael Hammerl: Elektronische Bücherregale. Vom Umgang mit E-Books in Bibliotheken. München 2009, S. 2.

Oft sind mit E-Books umgangssprachlich aber auch E-Reader, also elektronische Lesegeräte, gemeint, welche definitorisch jedoch klar von E-Books abzugrenzen sind.²¹ Bei E-Readern handelt es sich lediglich um die Hardware – also die Geräte, welche die elektronischen Inhalte lesbar machen. E-Books als solche können jedoch auch am PC oder über andere Ausgabegeräte gelesen werden und sind somit nicht an die E-Reader gebunden.²² Was auch wieder eine Besonderheit des digitalen Buches darstellt. Damit ist das digitale Buch nicht mehr an das Medium als solches gekoppelt.

²⁰ Michael Roesler-Graichen, Ronald Schild (Hrsg.): Gutenberg 2.0. Die Zukunft des Buches. Ein aktueller Reader zum E-Book. Börsenblatt 2008, S. 9.

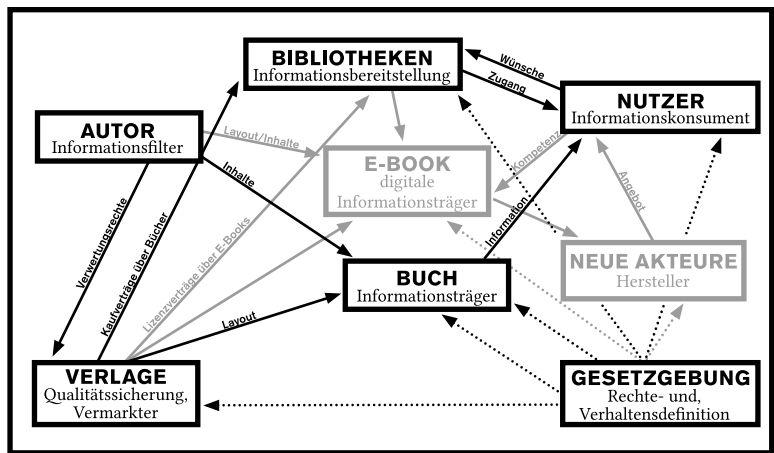
²¹ Vgl. Börsenblatt: Preisgebundene E-Books. Börsenverein verfasst Stellungnahme, 2010. Online: <http://www.boersenblatt.net/260478/>. (13.07.2010).

Eine erneute Betrachtung des Netzwerkes vor dem Hintergrund der vollzogenen technischen Entwicklungen und damit verbunden der Entstehung des E-Books ergibt ein neues, verändertes Bild. Positioniert sich ein neuer Akteur auf dem Markt, sind die anderen beteiligten Akteure gezwungen, sich an die neuen Umstände anzupassen.

²² Vgl. Katherina Rapp: E-Books 2008: Von den Anfängen bis zum Durchbruch; eine verlagswirtschaftliche Studie. Heidelberg 2009, S. 5.

Natürlich ergeben sich dadurch auch neue Möglichkeiten. So wird zum Beispiel die Kernaufgabe für *Verlage* – also das Verlegen als solches – durch die digitale Verfügbarkeit und Verbreitung der Titel erheblich vereinfacht, da einerseits die klassischen Druckkosten wegfallen und andererseits die Beschaffungs- und Distributionswege erheblich verkürzt werden.

Abb. 2: Das neue Netzwerk um das E-Book



Damit verschiebt sich die Funktion eines Verlages allerdings auch immer mehr hin zur bereits genannten Qualitätssicherung. Außerdem wird die Aufgabe, den Schutz des geistigen Eigentums zu bewahren und geeignete Schutzmodelle für digitale Inhalte zu formulieren, immer wichtiger.

Der *Autor* bleibt auch in Zeiten digitaler Bücher Quelle und Filter von Informationen und Inhalten. Seine bisherigen Darstellungsmöglichkeiten gehen dabei jedoch durch die Möglichkeit der digitalen und damit auch multimedialen Integration der Inhalte über die bisherigen hinaus. Eine weitgreifende Veränderung erfährt der Autor durch die Möglichkeit, seine verfassten Werke in kurzer Zeit und zu geringen Kosten selbst zu reproduzieren und zu verkaufen. Wissenschaftler, die zuvor stark von ihren Verlegern abhängig waren, sehen sich nun in der Lage, ihre Texte selbst zu verlegen und in Zusammenarbeit mit ihrer Bibliothek zu vermarkten.

Die Liste der Vorteile, die sich aus dem E-Book für *Bibliotheken* ergeben, ist lang. Es entfällt die klassische Archivierung in langen Regalreihen und die Signierung der einzelnen eingebundenen Bücher, wodurch – zusammen mit verkürzten »Lieferzeiten« – neue Bücher schneller und insgesamt mehr Bücher zur Verfügung gestellt werden können. Wenn entsprechende Lizenzvereinbarungen mit den Verlagen zustande kommen, ist es sogar überflüssig, mehrere Exemplare von einem Titel zu kaufen, obwohl er mehreren Nutzern zur Verfügung gestellt werden soll. Elektronische Bücher erleichtern es den Bibliotheken – rein theoretisch – ihren Bestand kostengünstig, einfach und ohne größere Zeitverluste aktuell zu halten. Ihren Kernaufgaben können Bibliotheken durch E-Books theoretisch noch effizienter und effektiver nachkommen.

Auch der spezialisierte Informationsbedarf der Wissenschaftler kann durch das breitere Informationsangebot besser bedient werden. An dieser Stelle soll allerdings auch auf eine wirklich signifikante Herausforderung für Bibliotheken eingegangen werden. Mit einem so breiten Titelangbot, welches durch die Integration von E-Books in den Bibliotheksbestand entstehen kann, wird sich das Selbstverständnis der Bibliotheken zukünftig noch stär-

ker von der reinen Bereitstellung von Informationen hin zur Vermittlung umfassender Informationskompetenz wandeln.

Mit die größte Herausforderung liegt auch darin, den Zugang und die Nutzung der Bücher umzusetzen. Schlussendlich muss das breite Angebot durch die Erschließungsabteilung katalogisiert werden. Alles in allem ein langwieriger Umsetzungsprozess.

In technologischer Hinsicht liegt es nahe, die These aufzustellen, dass das E-Book die Akteure dazu zwingt, sich mit neuen Technologien auseinanderzusetzen, da Inhalte in unterschiedlichen Formaten verfügbar sind und zum Lesen ein kompatibles Endgerät nötig ist. Allerdings stellt sich auch hier die Frage, ob es wirklich den E-Reader bedarf, um ein E-Book zu lesen. Die Mehrheit der heutigen wissenschaftlichen E-Books liegt im gängigen PDF-Format vor, was zur Folge hat, dass die Buch-Dateien auch auf herkömmlichen Ausgabegeräten wie dem PC-Bildschirm gelesen werden können.

Aus der digitalen Verfügbarkeit der Informationen ergeben sich für den *Nutzer* einer Bibliothek neue Möglichkeiten, die seine Suche und Arbeit insgesamt schneller und unabhängiger machen. Auf organisatorischer Ebene wirkt sich die digitale Verfügbarkeit für den Nutzer vorteilhaft aus, da er den Service der Bibliothek theoretisch ortsunabhängig über das Internet nutzen kann und somit nicht mehr an die Öffnungszeiten der Bibliotheken gebunden ist. Trotz lizenzrechtlicher Schwierigkeiten sollten Nutzer von Universitätsbibliotheken die Angebote mindestens campusweit – wenn nicht sogar überregional oder international – nutzen können. Auf inhaltlicher Ebene entstehen durch E-Books vor allem die folgenden Vorteile: Steht ein entsprechendes Benutzungsportal zur Verfügung, so kann der gesamte Inhalt einer Bibliothek durch seine Nutzer übersichtlich und schnell erfasst werden. Zudem würde die Volltextsuche beste Voraussetzungen für eine intensive und erfolgreiche Recherche bieten.

Das neu entstehende Netzwerk um das E-Book ist aber auch dadurch gekennzeichnet, dass noch weitere, bisher im klassischen Netzwerk nicht aktive *Akteure* eintreten. Zum Beispiel spielen auf einmal die Hersteller von Endgeräten, den E-Readern, eine nicht geringe Rolle und stellen damit eine neue Verknüpfung im Netzwerk dar. So müssen sich zum Beispiel sowohl Nutzer als auch Bibliotheken mit der Frage auseinandersetzen, ob der Wunsch oder die Notwendigkeit besteht, eigens für E-Books entwickelte Lesegeräte anzuschaffen oder ob die Nutzung der oftmals bereits vorhandenen Infrastruktur – von PC-Arbeitsplätzen – ausreicht.

Eine weitere Aufgabe des Netzwerkes und damit aller Akteure ist es, Sorge dafür zu tragen, die rechtlichen Aspekte und Bedingungen umzusetzen, wobei die *Gesetzgebung* auch hier wieder als ein Akteur auftritt.

Zunächst gilt – wie beim haptischen Buch – auch bei E-Books das Recht des Urhebers. Dies bedeutet dann natürlich auch, dass elektronische ebenso wie physische Bücher bei einem Kauf entsprechend vergütet werden und nicht beliebig oft vervielfältigt oder gar illegal bezogen werden dürfen. Besonders bei digitalen

Werken ist die Wahrscheinlichkeit des Missbrauchs beispielsweise durch die einfache Möglichkeit der Vervielfältigung allerdings besonders hoch. Das bedeutet, dass zunächst ein funktionierendes Mittel gefunden werden muss, um auch bei E-Books das Recht des Urhebers zu schützen. Die ersten Maßnahmen gehen hier in die Richtung des »Digitalen Rechtemanagements« (DRM). Durch – meist sehr teure – DRM-Systeme können die Verbreitung sowie die Nutzung von digitalen Inhalten vor allem durch technische Komponenten kontrolliert werden, beispielsweise durch Verschlüsselungstechniken oder Wasserzeichen.

Schließlich müssen auch die Lizenzverträge, die den Umfang der Zugangs- und Nutzungsrechte des erworbenen E-Books regeln, an die neuen digitalen Bedingungen angepasst werden. So stellt sich zum Beispiel die Frage, ob beim Kauf eines E-Books nur Nutzungsrechte erworben werden oder ob die E-Book-Datei so behandelt werden kann wie ein physisches Werk. Dieses wiederum würde bedeuten, dass das Buch für einen unbegrenzten Zeitraum zur Verfügung gestellt und von beliebig vielen Nutzern gelesen werden kann – wie es bisher beim klassischen Buch der Fall war.

Doch sowohl im Bereich des digitalen Rechtemanagements als auch bei den Lizenzbedingungen existieren noch »Grauzonen«, da Verträge oft nicht ausreichend formuliert und intransparent sind, was die Schlussfolgerung nahelegt, dass diese Aspekte noch nicht ausreichend definiert sind und die Akteure stärker auf das E-Book und die damit verbundenen rechtlichen Herausforderungen reagieren müssen.

Zusammenfassend kann somit gesagt werden, dass das E-Book die verschiedenen Akteure dazu auffordert, die bisherigen, traditionellen Verknüpfungen zu verändern und sich den neuen Gegebenheiten zukünftig durch entsprechende Handlungen anzupassen, damit das neue Netzwerk in Zukunft erfolgreich funktioniert.

Damit sind die grundlegenden Empfehlungen

► an das Netzwerk:

- »Grauzonen« im lizenzrechtlichen Bereich durch transparente Formulierungen beheben,
- Lösungen zur Wahrung der Urheberrechte finden und an die Nutzer kommunizieren,
- Verhaltensweisen aufeinander abstimmen;

► an die Bibliotheken:

- Personal im Umgang mit E-Books bspw. durch Weiterbildungsseminare etc. schulen,
- als Ansprechpartner für Nutzer fungieren → Vermittlung von Informationskompetenz,
- E-Book Angebote besser kommunizieren,
- Zugänglichkeit zu E-Books verbessern,
- Bibliotheken zu attraktiven Lernorten umgestalten,
- Anpassung des Budgets an E-Books/E-Book Pakete im Vergleich zu physischen Büchern;

► *an die Verlage:*

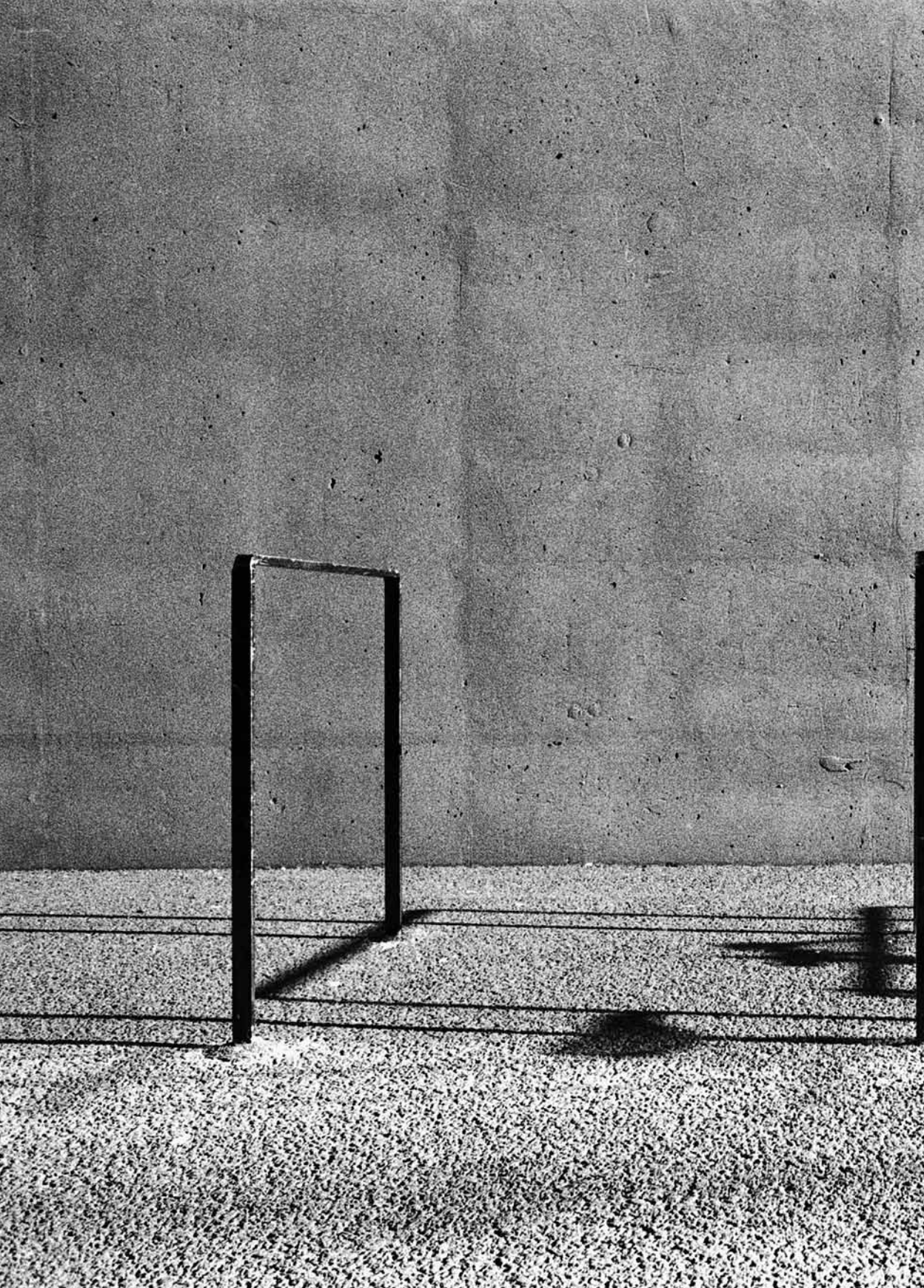
- E-Book-Geschäftsmodelle für Bibliotheken entwickeln,
- Preismodelle an Nutzungsmöglichkeiten anpassen,
- E-Book Angebot insgesamt erweitern.

Auch die *Nutzer* können durch ihren Umgang mit E-Books und den anderen beteiligten Akteuren zum Erfolg des Netzwerkes beitragen. So sollten sie bereit sein, mit Universitätsbibliotheken zusammenzuarbeiten – und durch entsprechende Nachfrage dazu beitragen, dass das Angebot erweitert wird. Des Weiteren müssen Nutzer ihren Informationsbeschaffungsprozess an die neuen digitalen Technologien anpassen und sich die dafür nötige Informationskompetenz aneignen.

Abschließend ist festzuhalten, dass die genaue Analyse des vorherrschenden Interessenkonfliktes rund um das E-Book gezeigt hat, dass es noch einige Abstimmungen zwischen den beteiligten Akteuren, insbesondere zwischen den hier genannten Hauptakteuren Bibliotheken, Verlagen und Nutzern, bedarf. Erst wenn Verbindungen neu geknüpft und sich die Handlungen der Akteure aufeinander und auf den neuen Akteur des E-Books angepasst haben, kann auch das neue Netzwerk um das E-Book tatsächlich erfolgreich sein. Tagungen wie die EDOC-Tage in Weimar sind definitiv ein Schritt in die richtige Richtung, denn im Dialog miteinander können bspw. Handlungen aufeinander abgestimmt und gemeinsame Ziele definiert werden.

Weitere Literatur

Michel Callon: Techno-economic networks and irreversibility. In: Law, John (Hrsg.): *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination*. London 1991, S. 132–165.





E-BOOKS: DIE FRUSTRATIONEN DES URHEBERRECHTS

Arne Upmeier

¹ So zuletzt auf dem 100. Bibliothekartag in Berlin.

² Vgl. z.B. Hruschka, J.: Die Konstitution des Rechtsfalls. Berlin 1965, S. 37f. Kritisch zur These von Hruschka: Upmeier, A.: Fakten im Recht. Baden-Baden 2010, S. 29–34.

³ Ob und wie beim Kauf von E-Books »Erschöpfung« eintritt und ob E-Medien daher ohne Einwilligung des ursprünglichen Rechteinhabers weiterveräußert werden können, ist heftig umstritten (dazu etwa Schrader, P. T.: Geltung des Erschöpfungsgrundsatzes beim Online-Erwerb durch unkörperliche Übertragung urheberrechtlich geschützter Werke. In: Kommunikation / Recht, 2007, H. 5, S. 251–257). Für die Argumentation in diesem Text reicht es aber, dass bestimmte Rechtspositionen vertreten werden können, da schon dies allein für den jeweils Betroffenen frustrierend ist. Ob das eine oder andere als verboten unterstellte Verhalten im Lichte einer besonderen juristischen Auslegung vielleicht doch erlaubt ist, spielt dann keine Rolle.

⁴ <http://de.guttenplag.wikia.com>

Seit einiger Zeit scheinen keine Tagung und kein Sammelband zu elektronischen Publikationen ohne einen Beitrag zu den damit verbundenen rechtlichen Problemen auszukommen. Veranstaltungen der Rechtskommission des Deutschen Bibliotheksverbands auf den jährlichen Bibliothekartagen füllen regelmäßig große Hörsäle¹, und auch auf den Buchmessen sind Veranstaltungen zum Urheberrecht äußerst nachgefragt. Warum eigentlich? Es steht nicht wirklich zu vermuten, dass es die intellektuelle Freude an der Auseinandersetzung mit diffizilen Fragen des Urheberrechts ist, die Bibliothekare, Verleger und Buchhändler seit einigen Jahren verstärkt bewegt. Vielmehr ist dieses gesteigerte Interesse ein schlechtes Zeichen für den Zustand unseres Urheberrechts, liegt es doch im Wesen des Rechts, immer dann besonders sichtbar zu sein, wenn bereits Konflikte auftreten.² Gewinner dieser Urheberrechtskonflikte sind jedoch nicht in Sicht. Vielmehr wird immer deutlicher, dass urheberrechtliche Fragen tatsächlich eine für *alle Beteiligten* frustrierende Präsenz haben, wo immer es um elektronische Medien geht.

Frustrierend wirkt das Urheberrecht z.B. für eine Leserin, die ihr E-Book gerne weiterverkaufen würde;³ frustrierend für den Wissenschaftler, der eine Volltexterkennung über sein digitales Dokument laufen lassen möchte (Stichwort GuttenPlag)⁴; frustrierend für eine Bibliothekarin, die einem Wissenschaftler erklären muss, dass er dieses Buch nicht einmal über die Fernleihe bekommen kann, weil es ausschließlich elektronisch vorliegt. Frustrierend auch für Autoren und Verleger, die erleben müssen, dass ihre legitimen Urheberrechte tausendfach umgangen werden. Oft ist dabei von einer »Freiberiermentalität« die Rede, die eben auch zu einem »laxen« Umgang mit Urheberrechten einlade.⁵

Mit anderen Worten: So richtig zufrieden ist niemand mit der derzeitigen Situation. Das hat verschiedene Gründe. Relativ banal ist da noch der Hinweis auf die rasante technische Entwicklung. Es ist nicht ungewöhnlich, dass neue technische Entwicklungen zunächst an der einen oder anderen Stelle zu Rechtskonflikten führen. Irgendwann reagiert dann der Gesetzgeber und passt das Recht an die neuen Gegebenheiten an. Oft braucht es allerdings eine gewisse Zeit, bis ein neuer technischer Zustand geregelt werden kann. Und wenn die neue Regelung dann endlich da ist, ist die technische Entwicklung oft schon weitergegangen. Beispielsweise wurde nach heftigen Geburtswehen erst 2008 ein neuer Paragraph ins Urheberrechtsgesetz aufgenommen (§ 53a), durch den die Fernleihe »im Wege des ... Faxversands« ausdrücklich erlaubt wurde. 2008 war das Telefax aber schon längst weitgehend durch den elektronischen Versand verdrängt (wobei das Sonderproblem von Computerfaxen außen vor bleiben soll).⁶

Im Bereich des Urheberrechts liegen die Probleme aber noch auf einer anderen, tieferen, fundamentalen Ebene. Es gibt durchaus ernst zu nehmende Stimmen, die das klassische Urheberrecht für so gescheitert vor den Herausforderungen der digitalen Welt halten, dass sie gleich dessen komplette Abschaffung fordern.⁷

Aber auch ohne sich gleich die extreme Forderung nach einer Abschaffung des Urheberrechts zu eigen machen zu wollen, haben wir es jedenfalls mit einer Reihe von grundsätzlich neuen Phänomenen zu tun. Am auffälligsten ist wohl, dass das Urheberrecht in der digitalen Welt eine viel weitreichendere Rolle spielt als in der analogen. Ein wesentlicher Grund dafür liegt im sogenannten »Erschöpfungsgrundsatz«, der in § 17 Abs. 2 Urheberrechtsgesetz normiert ist:

»Sind das Original oder Vervielfältigungsstücke des Werkes mit Zustimmung des zur Verbreitung Berechtigten im Gebiet der Europäischen Union oder eines anderen Vertragsstaates des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum im Wege der Veräußerung in Verkehr gebracht worden, so ist ihre Weiterverbreitung mit Ausnahme der Vermietung zulässig.«

Übersetzt man diese Rechtssprache –im Englischen ist von »Legalese« die Rede – in deutsche Umgangssprache, dann besagt die Norm ungefähr Folgendes:

Wenn Max ein geschütztes Werk, also beispielsweise ein Buch, einmal irgendwo in Europa gekauft hat, darf Max damit so ziemlich alles machen, was Max will. Max kann es weiterverkaufen, verleihen oder es z. B. auch zerstören. Wenn Max das Buch liest, ist das urheberrechtlich völlig unerheblich.

Es gibt jedoch einen großen Haken. § 17 Abs. 2 Urheberrechtsgesetz gilt nur für Dinge, die physisch in Umlauf gebracht werden. Also für gedruckte Bücher oder auch CD-ROMs oder DVDs. Aber nicht z. B. für PDF-, mp3- oder EPUB-Dateien ohne physischen Träger.

Das hat dramatische Konsequenzen: Nahezu alles, was man mit einem PDF machen kann, ist urheberrechtlich relevant. Schon das bloße Aufrufen des Dokuments auf einem E-Book-Reader setzt einen Kopiervorgang technisch voraus.⁸ Juristisch geht es nicht mehr um Kaufrecht, sondern um Lizenzrecht. Und das ist etwas sehr anderes. Vieles, was aus dem Kaufrecht vertraut ist, gilt plötzlich nicht mehr.

Ein Aufwecker in dieser Hinsicht war folgender Fall:

Im Juli 2009 löschte Amazon unangekündigt »1984«, »Animal Farm« und ein paar weitere Titel von George Orwell von den Kindle-Readern der eigenen Kunden. Der Kaufpreis wurde automatisch zurückerstattet. Als Begründung teilte der Konzern lapidar mit, man habe inzwischen herausgefunden, dass wegen bestimmter Urheberrechtsverletzungen diese Titel nicht hätten verkauft werden dürfen.⁹

Im aus der »Papierwelt« vertrauten Kaufrecht entspräche das ungefähr folgendem Szenario: Ein Leser geht in einen Buchladen, kauft dort ein Buch und ein paar Tage später klingelt der Buchhändler an seine Tür, legt die Kaufsumme auf den Tisch und nimmt sich das Buch ungefragt aus dem heimischen Bücherregal. – Dieser Leser käme sich wahrscheinlich in irgendeiner Weise betrogen vor. Macht er diese schmerzliche Erfahrung aber mit seinem E-Book-Reader und erfährt er dann noch, dass das Urheberrecht dem Buchhändler in seinem Tun Recht gibt, wäre er zumindest in seinen Erwartungen frustriert.¹⁰

⁵ So z. B. der Abgeordnete Jürgen Krings (CDU) in der Plenardebatte zur Verabschiedung des »Zweiten Korbs« der Urheberrechtsreform: BT P1Pr. 16/108, S. 1149 (A). Eric Steinhauer macht allerdings darauf aufmerksam, dass sich das »Freiber-Argument« auch gegen die Wissenschaftsverlage richten lässt: »Wenn es im Wissenschaftsurheberrecht aber eine Freibermentalität gibt, dann einzig und allein dort, wo Wissenschaftler die Rechte an ihren Publikationen umfassend einem Verlag einräumen, ohne dass sie oder die öffentliche Hand dafür angemessen entschädigt werden.« (Steinhauer, E. W.: Das Recht auf Sichtbarkeit – Überlegungen zu Open Access und Wissenschaftsfreiheit. Münster 2010, S. 23).

⁶ Dazu z. B. Talke, Armin: § 53a UrhG: Auslegungsschwierigkeiten beim Kopiersend. In: Bibliotheksdienst 42 (2008), S. 288–297.

⁷ Nur beispielhaft genannt sei Joost Smiers, Leiter der Forschungsstelle für Kunst und Ökonomie der Kunsthochschule Utrecht: Eine Welt ohne Urheberrecht: Krieg den Palästen, Friede den Künstlern. In: Süddeutsche Zeitung, 29.05.2007, S. 12. Für das amerikanische Recht jüngst zwei prominente Wirtschaftsprofessoren: Boldrin, Michele / Levine, David K.: Against Intellectual Monopoly. Cambridge: Cambridge Univ. Press 2010.

⁸ Der Kopiervorgang wird in der Regel nach § 44a UrhG zustimmungsfrei erlaubt sein. Für die Argumentation hier ist das jedoch nicht relevant (vgl. Fn. 3 supra).

⁹ Amazon Erases Orwell Books From Kindle. In: New York Times (New York Edition), 18.07.2009, S. B1.

¹⁰ Ob das Verhalten von Amazon tatsächlich nach US-Recht oder deutschem Recht einwandfrei war, mag hier dahingestellt bleiben.

¹¹ Beispielsweise heißt es in § 4 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen von libreaka! (Stand: 02.08.2011): »Jegliche Weitergabe, Bearbeitung, Vervielfältigung oder Reproduktion, Distribution, Veröffentlichung und öffentliche Zugänglichmachung, und zwar entweder vollständig oder in Teilen davon, gleichgültig ob in digitaler Form, per Datenfernübertragung oder in analoger Form, ist nicht gestattet.«

¹² Die »Extras im Web« sind beispielsweise im Angebot des Springer-Verlags so verbreitet, dass sie dem Verlag ein eigenes Logo mit charakteristischem Schriftzug wert sind. Typische solche »Extras« sind Kontrollaufgaben oder Lösungshinweise zu Übungen im Buch.

In der Welt der E-Books sind die Rechte der Leser im Vergleich zum gedruckten Buch in vieler Hinsicht enger begrenzt. Wie einschneidend das sein kann, wenn man in Analogien zum Sachkauf denkt, lässt sich schon an ganz einfachen Beispielen zeigen: Ein besonders technikaffiner Leser will seinen E-Book-Reader verkaufen, weil er auf ein neueres Gerät umgestiegen ist. Die erste Frustration dürfte dieser Leser erfahren, wenn er merkt, dass die Lizenzbedingungen der alten E-Books im Zweifel nicht erlauben werden, die Bücher ohne gesonderte Genehmigung des Verlags auf andere Geräte zu überspielen. Er kann sie also nicht einfach auf seinen neuen Reader übernehmen. - Zum Vergleich die analoge Situation in der »Papierwelt«: Man stelle sich vor, man kaufe ein neues Regal. Geradezu absurd erscheint die Idee, man müsse jetzt die Verleger der Bücher fragen, ob die längst gekauften Bücher auch in das neue Regal umgestellt werden dürfen.

Das Beispiel lässt sich aber noch fortführen. Derselbe technikaffine Leser mag nun nämlich auf die Idee kommen, stattdessen seinen alten E-Book-Reader mit den von ihm gekauften E-Books auf Ebay weiterzuverkaufen. Auch hier wird er frustriert werden. Die Geschäftsbedingungen nahezu aller Verleger oder Händler von E-Books verbieten die Weitergabe ausdrücklich.¹¹ Auch in diesem Fall konnten Verlag oder Händler Rechte zurückbehalten, die beim klassischen Verkauf selbstverständlich mitgekauft worden wären.

Wirklich dramatisch ist die veränderte Situation bei der wissenschaftlichen Informationsversorgung. Zum ersten Mal seit etwa 200 Jahren müssen Bibliothekare Wissenschaftlern sagen: »Es tut mir leid, dieses oder jenes Buch gibt es nur elektronisch. Ich kann es daher nicht besorgen, auch nicht auf dem Wege der Fernleihe.« – Die elektronische Verfügbarkeit führt im Ergebnis dazu, dass die wissenschaftliche Informationsversorgung erheblich eingeschränkt wird! (Das Bewusstsein für diese Problematik ist noch nicht so hoch, wie man in Anbetracht der Rechtslage annehmen müsste. Der Grund dafür ist, dass solche Fälle in der Praxis bisher meist noch vermieden werden können, weil es derzeit noch von fast jedem elektronischen Buch irgendwo eine parallele Druckausgabe gibt, die Bibliothekare dann in die Fernleihe nehmen können. In dem Moment aber, wo sich »e-only« stärker durchsetzt, dürfte das Problem virulent werden.) Häufig greifen Wissenschaftler schon jetzt auf die bewährten Methoden des 19. Jahrhunderts zurück: Man rufe Kollegen X an der Universität Y an, ob das E-Book dort lizenziert ist, und bitte ihn, das gesuchte PDF zu schicken.

Die vielleicht größten Frustrationen erwachsen aber nicht einmal aus dem, was in der »Online-Welt« ohne zusätzliche Zustimmung des jeweiligen Rechteinhabers alles verboten ist, sondern in den zahllosen Unsicherheiten, die dabei bestehen. Auch dies lässt sich anhand einiger Beispiele aus der Praxis der wissenschaftlichen Informationsversorgung illustrieren:

Viele Verlage reagieren auf die Herausforderungen des geänderten Marktes mit innovativen Hybridangeboten: Bücher, bei denen das E-Book als CD beiliegt, Bücher mit »Extras im Web«, ¹² Zugangscode im Buch oder Ähnlichem.

In den wenigsten Fällen wird im Buch aber stehen, ob und wie die Lizenz dazu ausgestaltet sein soll. Darf eine Bibliothek die »Extras im Web« allen Entleihern zur Verfügung stellen? Oder jeweils nur einem Leser pro gekauftem Buch? Dürfen Studierende das Buch samt Zugangscode untereinander austauschen? Diese Unsicherheit führt vielfach dazu, dass zwar ein »Hybridangebot« bezahlt wurde, die Leser aber oft nur die gedruckten Teile von hybriden Gesamtwerken nutzen dürfen. Für die anderen Teile gibt es schlicht keine passenden Lizenzverträge, und die Verlage haben auch keine entsprechenden Angebote für diese Bücher.

Ähnlich ist die Problematik bei elektronischen Zeitschriften und E-Book-Paketen. Wenn eine Bibliothek eine Zeitschrift klassisch gedruckt abonniert, ist der juristische Aufwand minimal. Es reicht meist ein kurzer Bestellschein, dem z. B. Preis und Lieferbeginn zu entnehmen sind.

Bei Lizenzen von elektronischen Dokumenten wird der im Wesentlichen gleiche Vorgang plötzlich unglaublich kompliziert. Keine Bestellung von elektronischen Medien kommt ohne seitenlange Vertragsbedingungen aus. Und – viel schlimmer noch – bei jedem E-Medien-Vertrag sind die Details unterschiedlich geregelt. Ist der Ausdruck gestattet? Wenn ja, in welchem Umfang? Wie ist der Zugang limitiert, nur über die IP? Auch über VPN? Oder innerhalb des Campusnetzes einer Universität über IP, von außerhalb aber nur für wissenschaftliche Mitarbeiter über Passwort?¹³ Schon allein das nötige Rechtemanagement verlangt eigentlich zusätzliche hauptamtliche Mitarbeiter, die gerade kleinere öffentliche Bibliotheken oder kleinere Verlage nicht haben. Bei vielen Bibliothekaren entsteht das frustrierende Gefühl, Vertragsbedingungen ausgesetzt zu sein, die man ohne juristische Ausbildung gar nicht mehr überschauen kann. Offenbar verlagern sich in den Verlagen die Transaktionskosten aus Produktion und klassischem Vertrieb bei Online-Publikationen mindestens teilweise in das Rechtemanagement. Auf Seite der Bibliotheken fallen diese Kosten dagegen neu an.

An diesem Punkt hat nicht zuletzt auch die Europäische Kommission schon seit einiger Zeit Handlungsbedarf erkannt.

In der Auswertung des EU-Grünbuchs »Urheberrechte in der wissensbestimmten Wirtschaft« (Oktober 2009) schrieb die Kommission: »Bibliotheken und Universitäten unterstreichen die Komplexität und Fragmentierung des gegenwärtigen Systems der Lizenzverträge mit Verlegern. Eine europäische Universität müsse üblicherweise Hunderte von Lizenzverträgen über die Nutzung digital vorliegenden Forschungsmaterials mit mehreren Verlegern schließen. Das Nachforschen, welche Rechte mit jeder dieser Einzellizenzen in Bezug auf Zugang, Drucken, Speichern und Kopieren gewährt werden, sei ein umständliches Verfahren.«¹⁴ Die Kommission schließt daraus: »Der Lizenzierungsaufwand einer normalen europäischen Universität sollte verringert werden. Die Kommission wird die Betroffenen zur vorbildlichen Praxis für die Überwindung des fragmentierten Erwerbs von Nutzungsrechten an wissenschaftlichen Zeitschriften durch Universitäten konsultieren.«¹⁵

¹³ So etwa beim Zugang zur Beck-Online-Datenbank der TU Ilmenau.

¹⁴ Mitteilung der Kommission vom 19.10.2009: Urheberrechte in der wissensbestimmten Wirtschaft (KOM(2009) 532 endg.). Im Internet unter http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/copyright-info/20091019_532_de.pdf [letzter Zugriff 02.08.2011], S. 8.

¹⁵ Ebd., S. 9.

Berücksichtigt man die gewöhnlich sehr diplomatisch zurückhaltende Sprache der Kommission, ist unverkennbar, dass das doch eine ungewöhnlich klare Ansage ist.

Auch in einer öffentlichen Anhörung der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages »Internet und digitale Gesellschaft« waren die total fragmentierten Rechte einer der Hauptkritikpunkte am gegenwärtigen System. Bemerkenswerterweise kam die Kritik nicht so sehr aus Wissenschaft oder Bibliothekswesen, sondern vor allen Dingen aus der Industrie.¹⁶

¹⁶ Insbesondere der Sachverständige Wolfgang Kopf, Leiter Politik und Regulierung der Deutschen Telekom AG, forderte in seiner Stellungnahme ein »One-Stop-Clearing«-Verfahren der Verwertungsrechte (Enquete-Kommission Internet und Digitale Gesellschaft, ADRs 17(24)010 zur OA am 29.11.2010, S. 5 und 7).

Wie aber steht es mit den Frustrationen der Rechteinhaber, also der Verlage und Händler? Eingangs wurde gesagt, dass niemand mit dem gegenwärtigen System so ganz zufrieden sein kann. Zumindest im Prinzip hat es doch eine sehr deutliche Machtverschiebung zugunsten der Verwerter gegeben. Ohne dass das Urheberrecht dafür geändert worden wäre, können Verlage jetzt jede Form der Nutzung ihres Werkes einzeln verwerten. Während früher mit einem einzigen Kauf so ziemlich alles erledigt war, kann ein Verlag jetzt für jede Kopie, für jedes Anzeigen im Hörsaal oder auch für jedes Kapitel einzeln Geld verlangen und – zumindest im Prinzip – die Verwendung meines Werkes viel feingliedriger steuern.

Gleichzeitig aber ist zu beobachten, dass die faktische Durchsetzung dieser Rechte immer schwieriger wird. Noch nie war es so einfach, das Urheberrecht zu umgehen. Die massenhafte Verbreitung von illegalen Kopien kostet so gut wie nichts und ist technisch nicht schwer zu bewerkstelligen. Hinzu kommt noch, dass das ganze System durch die vielen Einzelrechte so unübersichtlich geworden ist, dass kaum noch jemand weiß, was wirklich erlaubt ist und was nicht. Wer weiß schon, dass die Volltexterkennung bei einem Digitalisat deshalb zustimmungsbedürftig ist, weil die OCR-Software immer im Hintergrund eine Kopie des Dokumentes anfertigt, die dann ausgelesen wird?

Unter diesen Unsicherheiten leidet auch das Unrechtsbewusstsein. Nach dem Motto: Weil man es eh nicht so genau weiß, ob man sich vielleicht schon im illegitimen Bereich befindet, kommt es auf diese eine Kopie für ein paar Freunde auch nicht mehr an. Dabei dürfte auch eine erhebliche Rolle spielen, dass die »neuen« Einschränkungen, wie etwa die geschilderten Verbote des Weiterverkaufs oder Einschränkungen der vertrauten Kopierrechte, von vielen nicht nur als frustrierend, sondern auch als ungerecht empfunden werden. Das subjektive Gefühl, ungerecht behandelt zu werden, lädt aber nicht unbedingt zu rechtstreuem Verhalten ein.

Verfolgt man die Diskussion z.B. in der Internet-Enquete, werden aus dieser Gemengelage interessanterweise genau gegenläufige Schlüsse gezogen. Es gibt einige Studien, die tatsächlich belegen, dass es in erheblichem Maße zu Urheberrechtsverstößen kommt (wenn auch in keinem anderen europäischen Land so wenig wie in Deutschland).¹⁷ Besonders von einigen, wohl gemerkt nur einigen, Vertretern der CDU/CSU wird daraus geschlossen, dass das System dringend gestärkt werden muss. Es könne doch nicht sein,

¹⁷ Angabe des Bundesverbands Musikindustrie unter Hinweis auf eine entsprechende Studie von Jupiter Research: http://www.musikindustrie.de/jwb_musikkopien09/ [letzter Zugriff: 02.08.2011].

dass der Staat rechtstreue Verleger mit ihren legitimen Rechten im Regen stehen lässt. Überspitzt gesagt: Ein Staat, dessen Aufgabe nicht zuletzt die Durchsetzung des geltenden Rechts ist, darf vor Piraten nicht kapitulieren. Die Hürden im Urheberrecht müssten also gestärkt werden und nicht gesenkt.

Die Gegenseite zieht genau die umgekehrten Schlüsse aus den gleichen Fakten: Die Lebenspraxis in der digitalen Gesellschaft habe sich so weit vom formalen Recht entfernt, dass das Recht der gelebten Wirklichkeit viel stärker angepasst werden sollte. Ideen und intellektuelle Leistung werden im Internet tatsächlich zunehmend als Allgemeingut (»Freibier«) aufgefasst. Um den freien Austausch der Ideen zu fördern, sollten sie so weit wie möglich auch juristisch freigestellt werden. Die Chance der Verlage liegt dann nicht mehr darin, intellektuelle Leistungen exklusiv zu vermarkten, sondern zum Beispiel in der Entwicklung intelligenter Apps und anderer geldwerter Publikationsleistungen.

Vor diesem Hintergrund erscheint die gegenwärtige Strategie des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels zumindest gefährlich. Der Börsenverein verteidigt sehr stark und entschlossen das gegenwärtige Rechtssystem, das ja tatsächlich den Rechteinhabern eine sehr starke Stellung einräumt. Bis auf kleine, wirtschaftlich wenig relevante Details wie den »Verwaisten Werken« blockt der Börsenverein jeden Änderungsvorschlag ab. Auch bei wohlmeinenden Beobachtern entsteht aber der Eindruck, dass gerade diese Taktik auf längere Sicht eher schadet als nützt. Eine »Wagenburgtaktik« zur Verteidigung des bestehenden Systems führt nämlich letztlich in einen Teufelskreislauf. Je hinderlicher die Regelungen des Urheberrechts für die digitale Lebenspraxis empfunden werden, desto stärker werden sie umgangen – einfach weil dies so leicht technisch möglich ist und weil die Akzeptanz sinkt, je weiter die formalen Normen von der Praxis abweichen. Dies führt dann aber verständlicherweise zu einer immer höheren Frustration bei den Rechteinhabern, die sich um ihre Rechte betrogen sehen. Als Konsequenz wird der Ruf nach durchsetzungsstärkeren Regeln und höheren Hürden immer lauter und die Diskussion heizt sich immer weiter auf. Die Schärfe, mit der der Streit um die gegenwärtige Reform des Urheberrechts (»Dritter Korb«) geführt wird, wird erst vor diesem Hintergrund verständlich.

Was ist daraus zu schließen? Die Erfahrungen aus rund 100 Jahren Rechtstatacthenforschung zeigen immer wieder, dass langfristig auch ein strafbewehrtes Rechtssystem nicht dauerhaft an der Praxis vorbei bestehen kann.¹⁸ Und die Praxis in der digitalen Gesellschaft ist nun einmal erheblich anders als in der analogen. Langfristig dürfte es daher fast notwendig zu einer ganz fundamentalen Neuordnung des Schutzsystems kommen und Bibliotheken und auch Verlage sind gut beraten, sich frühzeitig darauf einzustellen.

¹⁸Boehme-Nefler, V.: Unscharfes Recht. Überlegungen zur Relativierung des Rechts in der digitalisierten Welt. Berlin 2008.





E-BOOKS AN EINER KLEINEN UNIVER- SITÄTSBIBLIOTHEK: PROBLEME UND PERSPEKTIVEN

Frank Simon-Ritz

¹ Die Kennzahlen der letzten Jahre finden sich im Internet unter: <http://www.uni-weimar.de/cms/universitaet/zentrale-einrichtungen/universitaetsbibliothek/wir-ueber-uns/bibliotheksprofil/kennzahlen.html> (letzter Aufruf: 14.11.2011)

² Die Ergebnisse der Beteiligung der UB Weimar finden sich in: BIX 2011: Der Bibliotheksindex (Sonderheft von B.I.T. online), Wiesbaden 2011 (im Internet unter: <http://www.bix-bibliotheksindex.de/>)

³ Zu dem studentischen Projekt vgl. Ulrike Otto, Studentisches Projekt „e-Doc“ an der UB Weimar wirbt für die Bibliothek 2.0, in: BuB, Jg. (2011), H. 5, S. 332–334.

Die Bauhaus-Universität Weimar ist mit ihren vier Fakultäten und ihren ca. 4.000 Studierenden ein Unikum in der deutschen Hochschul-Landschaft. Neben die Disziplinen Architektur und Bauingenieurwesen, die das Erscheinungsbild der »Hochschule für Architektur und Bauwesen« zu DDR-Zeiten prägten, sind nach der Wende die Fakultäten Gestaltung und Medien getreten. Mit ihrer Fakultät Gestaltung ist die Bauhaus-Universität Weimar zugleich die Kunsthochschule des Freistaats Thüringen.

Das eigenwillige Fächerspektrum der Universität spiegelt sich auch im Medienbestand und der aktuellen Erwerbungs politik der Universitätsbibliothek wider.¹ Die Universitätsbibliothek Weimar verfügt über einen Medienbestand von knapp 500.000 Medieneinheiten. Die Bedeutung der elektronischen Medien hat auch in Weimar in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen. Im Bereich der Zeitschriften ist es bereits heute so, dass das Angebot in digitaler Form weitaus umfangreicher ist als das Angebot »klassischer« Printzeitschriften. Im Erwerbungsset der Bibliothek spiegelt sich der Trend zum Digitalen insofern wider, als dass mittlerweile 34,3 % der Erwerbungs mittel für elektronische Medien verwendet werden.

Bei den elektronischen Büchern (E-Books) ist es so, dass sich aus Sicht der Universitätsbibliothek – anders als bei den E-Journals – noch kein »Geschäftsmodell« durchgesetzt hat, das die Grundlage dafür wäre, E-Books genauso selbstverständlich wie E-Journals in das Informationsangebot der Universitätsbibliothek einzubinden.

Sowohl im Hinblick auf E-Journals als auch im Hinblick auf E-Books stellt sich für die Universitätsbibliothek und ihre Nutzerinnen und Nutzer die Frage, wie adäquat und effektiv auf diese Angebote hingewiesen werden kann.

Diese Frage entsteht nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass in den letzten Jahren die sogenannten »virtuellen Besuche« der Bibliothek mit der Zahl der realen Besuche gleichgezogen haben. Im deutschlandweiten Bibliotheks-Ranking BIX werden in der Zieldimension »Nutzung« beide Kategorien erfasst. Die Universitätsbibliothek Weimar konnte im Jahr 2010 193.005 physische Bibliotheksbesuche zählen. Dem standen 192.753 Zugriffe auf die Homepage und die Startseite des Online-Katalogs gegenüber.² Der Trend geht unzweifelhaft dahin, dass die Zahl der virtuellen Besuche die Zahl der realen Besuche übersteigt.

Vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung der Zurverfügungstellung elektronischer Ressourcen an der Universitätsbibliothek ist im Wintersemester 2010/2011 eine Gruppe Studierender an die Universitätsbibliothek herantreten, um gemeinsam ein Projekt zu entwickeln, mit dem die Sichtbarkeit der elektronischen Angebote an der Bibliothek noch erhöht werden sollte. Der Leitspruch, unter dem verschiedene (Werbe-)Aktionen standen, lautete »Meine Bibliothek. Überall.«³

PROJEKT e-DOC

Meine Bibliothek. Überall.

In einem ersten Schritt wurde ein Teilkatalog aufgesetzt, der nur die elektronischen Dokumente, die an der Universitätsbibliothek Weimar zugänglich sind, umfasst.



Für die Studierenden war im Rahmen des Projekts besonders wichtig, sich darüber klar zu werden, worin eigentlich die Vorzüge elektronischer Dokumente bestehen und wie sich diese Vorzüge visualisieren lassen. Nach längeren Diskussionen haben sich die Studierenden auf die drei Begriffe »genial«, »leicht« und »beliebt« verständigt.



Mit drei Bildmotiven, die insbesondere als Plakate in der Bauhaus-Universität wirken sollten, haben die Studierenden versucht, diese drei Aspekte digitaler Dokumente zu visualisieren.

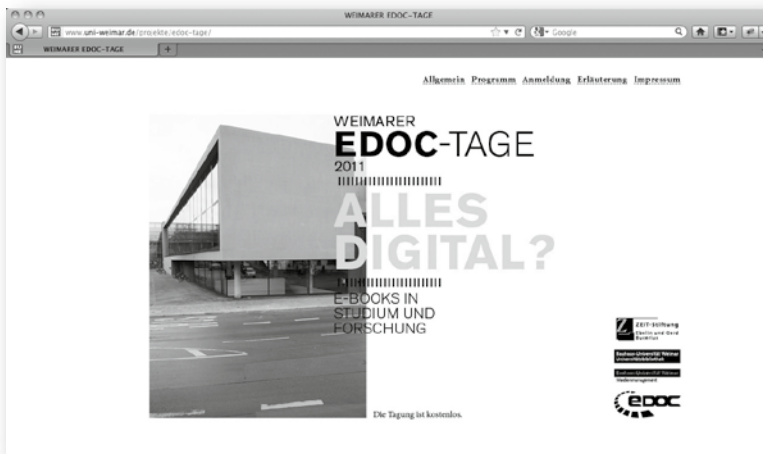


Alle Plakate richten sich eindeutig an Studierende, die mit den Arbeitsbedingungen an der Universitätsbibliothek der Bauhaus-Universität vertraut sind. Bei dem Motiv »genial« ist dies nur angedeutet, indem es sich eindeutig um einen Arbeitsplatz in der Bibliothek handelt. Dieses Motiv würde allerdings auch an jedem anderen Ort unmittelbar zu verstehen sein. Das zweite Motiv (»leicht«) verweist insofern zweifellos auf die Weimarer Universitätsbibliothek, als dass die mit Eichenholz ausgeschlagenen Carrels sozusagen mitgedacht werden. Und auch das dritte Motiv (»beliebt«) hat einen direkten Bezug zur Bauhaus-Universität und ihrer Bibliothek, indem nämlich die Studierenden nächtens auf derjenigen Straße sitzen, die dann nach einer Linkskurve an der Universitätsbibliothek vorbeiführt.

Alle drei Plakate sollen durch die überraschende Motivwahl zunächst einmal Aufmerksamkeit hervorrufen. Diese Aufmerksamkeit soll sich dann auf die Frage richten, warum elektronische Dokumente als »genial«, »leicht« und »beliebt« beschrieben werden.

Als »Zieladresse« wird auf den drei Plakaten eine eigens eingerichtete Webadresse genannt, auf der die aus Sicht der Studierenden wichtigsten Elemente der elektronischen Bibliothek beschrieben werden.

Parallel zu den Initiativen der Studierenden fand in der Universitätsbibliothek in Weimar vom 11. April bis zum 30. Juni 2011 ein Test statt, in dem die Nutzer sich damit beschäftigen konnten, welche Möglichkeiten die Benutzung einer »Portalsoftware« bedeutet. Anhand des EBSCO-Discovery-Service sowie der Portalsoftware Touch-Point von OCLC/PICA waren zwei Testin-



stallationen aufgesetzt worden, die die zeitgleiche Recherche in den Katalogdaten der Bibliothek sowie in lizenzierten Fachdatenbanken ermöglichte. Auch dieser Test war von verschiedenen Werbemaßnahmen, u. a. von einem eigens zu diesem Zweck eingerichteten Blog begleitet. Am Ende der Testphase stellte sich heraus, dass das Prinzip der Portalsoftware bzw. die im Augenblick realisierte Umsetzung zumindest teilweise eher für Verwirrung als für Erkenntnisgewinne sorgt. Vor diesem Hintergrund – und angesichts der angespannten Haushaltssituation der Bibliothek im Jahr 2011 – hat sich die Bibliothek nicht dafür entscheiden können, eines der getesteten Produkte anzuschaffen.⁴

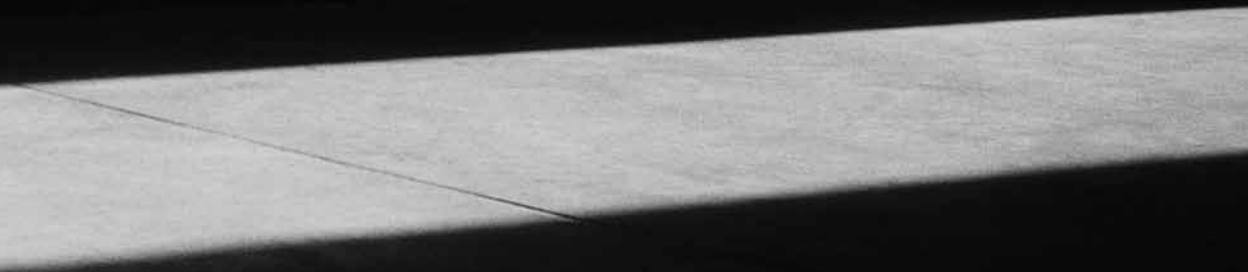
Es ging aber auch in diesem Test darum, die Aufmerksamkeit für die elektronischen Angebote der Bibliothek noch zu verstärken.

Auch wenn im Einzelnen noch nicht ganz klar ist, wohin die Reise geht, so herrscht an der Universitätsbibliothek Weimar doch die Überzeugung vor, dass die Bedeutung der digitalen Angebote weiter zunehmen wird.⁵ Die Bibliothek bleibt gefordert, adäquate Plattformen und Sucheinstiege zu entwickeln bzw. zu ermöglichen, die es den Nutzerinnen und Nutzern erlauben, schnell, übersichtlich und umfassend zu den Informationen zu gelangen, die sie für ihre Arbeit benötigen. Diese Entwicklung wird die Bibliothek nur gemeinsam mit ihren Nutzerinnen und Nutzern gestalten können.

⁴ Vgl. dazu die Nachricht »Entscheidung zur Portalsoftware« im Newsletter der Universitätsbibliothek: <http://www.uni-weimar.de/cms/universitaet/zentrale-einrichtungen/universitaetsbibliothek/aktuell/newsletter/newsletter-2011/news-2011-06.html> (letzter Aufruf: 14.11.2011).

⁵ Diese Überzeugung spiegelt sich auch im »Strategieplan 2011–2014« der Universitätsbibliothek wider, im Internet unter: <http://www.uni-weimar.de/cms/fileadmin/ub/files/pdf/Strategieplan.pdf> (letzter Aufruf: 14.11.2011).





DIE SCHWERELOSE ÖKONOMIE AUF DER SUCHE NACH IHREM GEWICHT: WISSEN- SCHAFTLICHE E-BOOKS IN DEN USA

Anke Trommershausen

1. Das E-Book und die Ökonomie des Zugangs

Die Digitalisierung verändert Studium und Forschung grundlegend. Bücher sind vor allem in der Lehre und als wichtige Ressource für die Forschung Basis der alltäglichen Arbeit von Professoren und Studierenden. So erfährt der Zugang zu dieser Wissensressource durch die Digitalisierung einen grundlegenden Wandel. Denn es sind zunehmend digitale Inhalte, die den wissenschaftlichen Alltag mitbestimmen und das Wissensangebot und den Zugang zu ihm verändern. Das E-Book ist Symbol und Sinnbild für den Wandel des Zugangs zu Wissen, der nicht mehr an einen Ort oder eine bestimmte Zeit (nämlich an die Bibliothek und ihre Öffnungszeiten) gebunden ist. Ein sich in digitale Bits und Bytes auflösendes Wissen wird damit fast *schwerelos* und ist dennoch auf der Suche nach seinem *ökonomischen Gewicht*, aber auch nach seiner Relevanz in Studium und Forschung. Der beschriebene und noch lange nicht abgeschlossene Wandel vollzieht sich eingebettet in spezifische Institutionen und Kontexte des Handelns sowie differenter und neuer Praktiken und ist charakterisiert durch neue Akteure.

Mit dem Begriff der *schwerelosen Ökonomie* beschreibt der Soziologe und Ökonom Jeremy Rifkin in seinem Buch »Access, das Verschwinden des Eigentums« ein immer schwereres, globales Wirtschaftssystem, in dem Eigentum an Bedeutung verliert. Vielmehr ist der Zugang entscheidend. Der Zugang, den es zu haben gilt, dreht sich um immaterielle Güter, die das zentrale Wesen einer – wie er sie benennt – *schwerelosen Ökonomie* ausmachen. Seine These lautet, dass der Markt als Grundlage neuzeitlichen Lebens sich in Auflösung befände, denn »Im kommenden Zeitalter treten Netzwerke an die Stelle der Märkte, und aus dem Streben nach Eigentum wird Streben nach Zugang, nach Zugriff auf das, was diese Netzwerke zu bieten haben.«¹ Damit sind auch Datenbanken und digitale Ressourcen für Studium und Forschung gemeint. Dieser Wandel stellt eine zentrale, wenn nicht die wichtigste wirtschaftliche Herausforderung für Verlage wie auch für wissenschaftliche Bibliotheken dar. »In der vernetzten Wirtschaft ist materielles wie geistiges Eigentum für Unternehmen etwas, auf das man zugreift [...].«² Das geistige Kapital wird dabei zur treibenden Kraft, der Zugang zu ihm werde zukünftig über reich und arm entscheiden, so wie einst Besitztümer. »Das neue Jahrhundert wird also von Geschäftsgrundlagen bestimmt, die völlig anders funktionieren als die der klassischen Marktwirtschaft. Netzwerke treten an die Stelle der Märkte, Verkäufer und Käufer werden zu Anbietern und Nutzern, und was bislang käuflich war, wird »zugänglich«. Zugang, Zugriff, »Access« sind die Schlüsselbegriffe des anbrechenden Zeitalters.«³

Diese Logik liegt auch dem Vertrieb von E-Books zugrunde. Oftmals werden keine physischen Bücher mehr auf dem Markt ausgetauscht, sondern Zugriffsrechte durch die Verlage vergeben. Funktionierende und ökonomisch effektive Geschäftsmodelle lassen allerdings noch auf sich warten, denn die *schwerelose Ökonomie* ist im Bereich der wissenschaftlichen E-Books – auch in den USA – noch auf der Suche nach ihrem Gewicht.

¹ Rifkin, Jeremy: Access, das Verschwinden des Eigentums. Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden. 3., erweiterte Aufl., übersetzt von Jürgen Neubauer, Frankfurt/Main 2007, S. 10.

² Ebd., S. 11.

³ Ebd., S. 11.

Der folgende Beitrag wird den Wandel des Vertriebs wissenschaftlicher E-Books aus den unterschiedlichen Akteurs-Perspektiven betrachten: der Anbieter/Aggregatoren, der Verlage und der wissenschaftlichen Bibliotheken. Jener Wandel wird ausschnitthaft für die USA beleuchtet und mit aktuellen Daten die heterogene und noch weitgehende vorherrschende *Schwereelosigkeit* dargestellt. Es lohnt sich der Blick auf den Nachbarn in Übersee, da er im Bereich der E-Belletristik und auch im Segment der E-Book-Reader eine Vorreiterrolle einnimmt sowie bei wissenschaftlichen E-Books innovative Modelle vorzuweisen hat, von denen die deutschen Akteure im Kontext wissenschaftlicher E-Books noch lernen können.

2. Der E-Book Markt in den USA

Der gesamte E-Book-Markt inklusive Belletristik beläuft sich in den USA für das Jahr 2010 auf 440 Mio. Dollar, das sind umgerechnet ca. 307 Mio. Euro. Insgesamt macht der E-Book-Absatz 8% des gesamten Buchmarktes der USA aus. Interessant ist, dass 2010 erstmals mehr E-Books als Taschenbücher verkauft wurden. Dies liegt auch an einem etwas heterogeneren Angebot von E-Books und E-Book-Readern im Vergleich zu Deutschland. Der Kindle, der Sony E-Book-Reader sowie das iPad bekommen in den USA durch den E-Book-Reader von Barnes & Nobles Konkurrenz. Das sogenannte Nook (Barnes & Nobel Book), das es seit Neuestem auch in Farbe gibt, macht einen nicht unerheblichen Marktanteil aus. Laut Goldman Sachs⁴ liegt der Marktanteil des Kindle bei 67%, gefolgt vom Nook mit 22%. Amazon.com generiert 58% aller E-Book-Verkäufe, gefolgt von Barnes & Noble mit 27%, Apple 9% (iBooks) und Borders mit 7%.

Der gesamte E-Book-Markt wird in den USA als sehr zukunftssträchtig und wachstumsstark eingeschätzt, auch deshalb, weil große Tageszeitungen wie »USA Today« und die »New York Times« seit dem ersten Quartal 2011 E-Book-Verkäufe in ihre Bestsellerlisten aufnehmen. Das Geschäftsmodell von Amazon hat sich bis dato als das erfolgreichste herausgestellt, was auch daran liegen mag, dass die E-Books weit unter dem Preis für die Hardcopy-Bücher verkauft werden.⁵ Dabei beschäftigt auch in Amerika die E-Book-Verlage das Problem der Ausbreitung von Datenmissbrauch und unerlaubter Vervielfältigung⁶ sowie die Angst des Direktvertriebs zwischen Autor und E-Book Anbieter (z. B. Amazon).

In Deutschland liegt der Anteil der E-Books am Gesamtumsatz des Buchmarktes bei 0,5%,⁷ andere Quellen beziffern diesen sogar noch geringer. Vorausgesagt werden bei der derzeitigen Entwicklungstendenz ein Anteil am Gesamtumsatz bis 2015 zwischen 5% und 15%. Die Angaben zum E-Book-Markt beziehen sich dabei auf die Belletristik, deren Absatzvolumen noch klar vor wissenschaftlichen Büchern und auch Lehrbüchern liegt.

Während der gesamte E-Book-Markt hier wie auch in Übersee an Fahrt aufzunehmen scheint, stellt sich die Frage, wie es im Bereich wissenschaftlicher E-Books aussieht und hier speziell im Vertrieb dieser Bücher aus Verlagsperspektive sowie des »Zugriff-Ermöglichens« aus Bibliotheksperspektive.

⁴ Vgl. Weise, Tamara: Das große Rad drehen. In: Börsenblatt. 17/2011, S. 14–16, S. 15.

⁵ Vgl. AFP: Kunden verklagen Apple. Angebliche Preistreiberei bei E-Books. In: <http://www.n-tv.de/wirtschaft/Kunden-verklagen-Apple-article4044841.html>, 2011. Zugriff am: 18.08.2011.

⁶ Vgl. Jones, Philip: Digital Focus. The Global E-Book-Market. In: <http://www.thebookseller.com/feature/digital-focus-global-e-book-market.html>, 2011. Zugriff am: 20.08.2011.

⁷ Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V., GfK Panel Services Deutschland: Umbruch auf dem Buchmarkt? Das E-Book in Deutschland. In: http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/14-03-E-Book-Studie_digital.568026.pdf, 2011. Zugriff am: 20.08.2011.

3. Akteure im Netzwerk der schwerelosen Ökonomie

»They [E-Books] won't go away this time; this time they're to stay. Between publishers, agents and librarians, we all have a lot to learn and a lot of changes to make.«⁸

⁸ Librarian at University of Illinois Urbana-Champaign. In: Renner, Rita A.: eBooks – Costs and Benefits to Academic and Research Libraries. In: Springer.com, <http://www.springer.com/cda/content/document/.../eBook+White+Paper.pdf>, 2011. Zugriff am: 22.08.2011, S. 3.

Dieses Zitat eines amerikanischen Bibliothekars der University of Illinois veranschaulicht sehr deutlich, dass alle beteiligten Akteure (Verlage, Aggregatoren und Zwischenhändler sowie Bibliothekare) in Bezug auf die neue Form des Zugangs zu Wissen über das E-Book noch lernen und ihr Handeln zukünftig anpassen müssen. Dies rekurriert auf den bereits angesprochenen Wandel, der stets im Kontext von Institutionen, Akteuren und unterschiedlichen Praktiken zu verorten und zu analysieren ist. Die wissenschaftlichen Bibliotheken (*academic libraries*) in den USA stehen dabei vor ähnlichen Herausforderungen wie in Deutschland. Zentral – wie das Zitat sehr gut dokumentiert – ist, dass noch längst nicht alle Probleme gelöst und noch längst nicht alle Beziehungen in diesem neuen Netzwerk – mit neuen Rollenzuweisungen und Selbstverständnissen – gelöst sind. In diesem Beitrag stehen vor allem die folgenden Akteure im Fokus: die Verlage, die Aggregatoren und die Bibliotheken. Die Nutzer werden zunächst nicht explizit betrachtet. Sie werden als Akteure nur dann relevant, wenn der Aspekt der Nutzung vor allem aus der Perspektive der Lehrenden Erwähnung findet.

3.1 Die Verlage

Beispielhaft können als große wissenschaftliche amerikanische Verlage, die zunehmend auch E-Books vertreiben, Springer, Elsevier, Wiley-Blackwell, Palgrave, Cambridge oder auch Duke University Press genannt werden. Der Anteil wissenschaftlicher E-Books am Gesamtumsatz von E-Books in den USA betrug 2008 0,5%, im Jahr 2009 mit 1,3% bereits mehr als doppelt so viel.⁹ Die wissenschaftlichen Verlage sind sich durchaus bewusst, dass die Zielgruppe der Akademiker und hier speziell der Wissenschaftler, Lehrenden und Studierenden eine attraktive Zielgruppe darstellt. Die wissenschaftliche Klientel wird als sehr technikaffin eingeschätzt. Sie wisse, wie sie neue Formate und Lesegeräte bediene und stelle damit auch jenseits des Vertriebs über die Bibliotheken aufgrund ihres überdurchschnittlichen Einkommens eine zahlungskräftige Zielgruppe dar. »Für den Wissenschaftler muss Information immer und überall zugänglich sein: Über 50% der Wissenschaftler verwenden und haben Zugang zu Online-Büchern, weil sie auf Grundlagenwissen sowie Methoden aufbauen, als auch interdisziplinär ihren Blickwinkel erweitern und mit anderen Kollegen zusammen arbeiten, und das 24/7 und überall – in der Bibliothek, zuhause, unterwegs, usw.«¹⁰

⁹ Vgl. Library Research Syndicate: Survey of Ebook Penetration and Use in U.S. Academic Libraries. In: Library Journal | School Library Journal. 11/2010. In: http://coo03264.cdn2.cloudfiles.rackspacecloud.com/Academic%20Library%20Ebook%20Report_2.pdf, Zugriff am: 18.08.2011, S. 8.

¹⁰ Angelika Lex (Elsevier). In: Bauer, Bruno: Zukunft der E-Books: Innovationen und Geschäftsmodelle von Verlagen für Medizinbibliotheken an Hochschulen: Je drei Fragen von Bruno Bauer an Klaus Bahmann (Springer), Peter Gemmel (Thieme) und Angelika Lex (Elsevier). In: <http://www.egms.de/static/de/journals/mbi/2010-10/mbi000192.shtml>, 2010. Zugriff am: 20.08.2011.

Zugang zu Online-Büchern und das Arbeiten zu jeder Zeit und an jedem Ort werden zu zentralen Kriterien beim *Zugang* und auch bei der Verteilung von Wissen. Doch die Verlage wissen auch, so Bahmann (Springer), dass

dieser noch nicht geborgene Schatz mit hohen Investitionen verbunden ist.¹¹ Die Entwicklungskosten sowie die Kosten für die Formatttransformation für unterschiedliche Ausgabemedien sind sehr hoch und Verlage prüfen immer noch, welches Modell sich für sie rechnen wird. Insgesamt kann jedoch festgehalten werden, dass auch in den USA die wissenschaftlichen Verlage die Rahmenbedingungen für die Nutzungslizenzen der wissenschaftlichen Bibliotheken vorgeben. Dabei lassen sich drei zentrale Modelle identifizieren, die den Vertrieb von wissenschaftlichen Büchern über *academic libraries* charakterisieren.¹²

¹¹ Vgl. Bauer, wie Anm. 10.

¹² Vgl. zu den folgenden Ausführungen Polanka, Sue: No Shelf Required: E-Books in Libraries. Chicago 2011.

- ▶ Subscription: Abonnements
- ▶ Ownership: Unbefristeter Erwerb (von Einzeltiteln)
- ▶ Pay-Per-View-Modell

Subscription: Abonnements

Diese E-Book-Pakete (oftmals themenzentriert) werden durch die Bibliotheken abonniert und beinhalten den gekauften Zugang zu einer großen Anzahl an E-Books für einen festgelegten Zeitraum. Oftmals setzen sich diese Abonnements aus Backlist-Titeln zusammen, also Titeln, von denen die Verlage wissen, dass sie sich auch im Print schon gut abverkauft haben. Die Verlage beklagen hier die eher geringen Gewinnmargen und sehen dieses Modell als eine mögliche Ergänzung zu ihrem eigentlichen Umsatz, jedoch noch nicht als eigenständiges Geschäftsmodell. Für Bibliotheken bietet dieses Modell relativ viele Buchtitel zu einem relativ günstigen Preis, die sie dann zu ihrem Bestand zählen können. Die Auswahl und die Vielfalt an Büchern steigt, während die Kosten pro Titel relativ gering sind (z. B. gegenüber dem Einzelerwerb von Titeln).¹³

Oftmals wählen die Verlage die Titel solcher Paket-Abonnements aus, Bibliotheken haben selten die Möglichkeit, Einfluss auf diese Zusammenstellungen zu nehmen. Dennoch ist es bei einigen amerikanischen Verlagen auch üblich, die Inhalte dieser Pakete während des Abonnement-Zeitraums neu zu verhandeln. Gerade hier ist es wichtig, dass wissenschaftliche Bibliotheken die Konditionen kennen. Unbeachtet dessen sind natürlich die jährlich wiederkehrenden Kosten dieser Abonnements in der Haushaltsplanung der Bibliotheken zu berücksichtigen. Neben den Backlist-Abonnements gibt es auch Pakete mit neuerem Content; besonders bekannt ist das Safari-Produkt von O'Reilly Media, die Handbücher im Bereich Computer vertreiben. Hier ist zwar der Preis pro Titel wesentlich höher, allerdings sind die Titel auch viel aktueller.

¹³ Noch relevanter erscheint jedoch die Frage nach den Kosten pro Nutzung. Denn nur, weil die Titel für einen relativ günstigen Preis abonniert werden, besteht keine Garantie, dass diese auch ausgeliehen werden. Oftmals entstehen durch diese umfangreichen Abonnements auch ‚Ausleih-Leihen‘ im Bestand.

Perpetual Ownership: Unbefristeter Erwerb (von Einzeltiteln)

Dieses Modell beinhaltet den dauerhaften Erwerb des Zugangs zu E-Books. Es ähnelt dadurch dem traditionellen Erwerbsmodell der Bibliotheken, die im Voraus oder über einen Zeitraum von zwei Jahren für einen fortwährenden Zugang zu spezifischem Content (pro Titel) bezahlen.

Die Kosten sind hier charakteristischerweise höher als für Print-Bücher; für den Erwerb von Einzeltiteln können die Kosten zwischen 20% und 100% höher als in der eigentlichen Liste aufgeführt ausfallen. Dies ist für Bibliotheken nicht immer attraktiv.

Pay-Per-View

Ein innovatives Modell, das sowohl in den USA als auch in Deutschland noch sehr am Anfang steht, ist das Pay-Per-View-Modell. Es wird von Verlagen, aber auch Aggregatoren (siehe Abschnitt 3.3) angeboten und ermöglicht kurzfristige Nutzungsmöglichkeiten.

Dieses Modell kann aus Perspektive der Verlage ein kosteneffizientes Vorgehen darstellen, allerdings müssen die Bibliotheken von den ständig anfallenden Gebühren überzeugt werden. Neben den festen Gebühren zahlt die Bibliothek dann nur das, was sie wiederum tatsächlich an ihre Nutzer ausleiht, d.h. für Titel, auf die tatsächlich zugegriffen wird. Dadurch ist eine indirekte Marktforschung mit abgedeckt, da die Nutzerpräferenzen einfach festgestellt werden können. So bietet dieses Modell z.B. der Aggregator EBL (Ebook Library Corporation) an und ermöglicht wissenschaftlichen Bibliotheken, Titel dauerhaft zu erwerben, sobald eine bestimmte Anzahl abgefragt wurden.¹⁴ Insgesamt ist dieses Modell noch in der Erprobung und steckt auch in den USA noch in den Kinderschuhen.

Für wissenschaftliche Verlage gilt es, in dem neuen digitalen Umfeld und dem neuen Netzwerk der Akteure Preismodelle zu entwickeln, die attraktiv für Bibliotheken sind, Inhalte vor Datenmissbrauch schützen und dabei auch noch Gewinne erzielen. Dies hat zur Folge, dass es für Bibliotheken ein breites Angebot an Preismodellen gibt, worunter auch für die USA noch kein Best Practice Beispiel ausgemacht werden kann.

3.2 Die Aggregatoren

Besonders wichtig im US-amerikanischen wissenschaftlichen Buchmarkt sind Aggregatoren. »Aggregators in the ebook market are companies which bring together the ebook content from different publishers and make it available, via specific hardware and software, to others, such as libraries.«¹⁵ Diese Dienstleister wie z.B. NetLibrary, Ebook Library Corporation (EBL), ebrary, Safari, Humanities E-Book, Gale and MyiLibrary bieten teilweise Titel von Partnerverlagen an, teilweise jedoch auch eigene verlegte Bücher (z.B. Gale). Elsevier bietet als Verlag seine eigenen Titel sowohl durch einen direkten Vertrag mit den Bibliotheken als auch über Aggregatoren an. Auch bei den Aggregatoren sind unterschiedliche – und bereits beschriebene Preismodelle – zu verzeichnen. Da es üblich ist, dass Bibliotheken ihre E-Books von unterschiedlichen Anbietern beziehen, gilt es aus ihrer Perspektive besonders aufmerksam zu sein, welche Lizenz- und Preismodelle sie bei den unterschiedlichen Anbietern wahrnehmen. Einen Überblick über die von den Aggregatoren angebotenen Preismodelle für wissenschaftliche Bibliotheken lassen sich wie folgt zusammenfassen.¹⁶

¹⁴ Ein interessantes Beispiel zur Erprobung des Pay-Per-View-Verfahrens stellt ein Pilotprojekt an der University of Texas dar. Im Jahre 2007/08 nutzte die Universität 300 000 Dollar, um an einem Pilotprojekt von EBL zum Pay-Per-View Verfahren teilzunehmen. Es bestand die Option, einen Titel dreimal aufzurufen, bevor er tatsächlich gekauft wurde. Dabei gingen 2/3 der 300.000 Dollar in Abrufe, die weniger als dreimal stattfanden, ein Drittel des Geldes wurde dann für den Kauf verwendet, also für jene Titel, die ein viertes Mal abgerufen wurden. Aus Perspektive der Verlage war hier interessant, dass die Titel in diesem Pilotprojekt von Verlagen stammen, deren identische Printtitel weniger als 3% im eigentlichen Printgeschäft ausmachen. Vgl. Polanka, wie Anm. 12.

¹⁵ Tedd, Lucy A.: Ebooks in academic libraries – an international overview. Wales (Whitepaper) 2005, S. 15f.

¹⁶ Vgl. in Anlehnung an Polanka, wie Anm. 12.

	Title-By-Title	Subject Packages	Pay-Per-View	Simultaneous Use	Download Files
Net Library	X		X		
ebrary	X	X		X	
EBL	X		X	X	X
Safari		X		X	X
MyiLibrary	X	X		X	
Gale	X			X	X
Humanities E-Book		X		X	

3.3 Die Bibliotheken

»Let's face it; the world is going mobile, and your patrons are going mobile.«¹⁷ Zu fragen ist nun, an welchem Punkt die wissenschaftlichen Bibliotheken in diesem digitalen Wandel stehen. Sind E-Books überhaupt schon ein Thema und wenn ja, über welche Modelle werden diese Bücher erworben und den Nutzern (*patrons*) zugänglich gemacht? Dass dieser Wandel unaufhaltsam ist, erkennen auch die Mobilfunkanbieter in den USA. Angebote wie der Kindle oder auch iBooks für das iPhone und das iPad machen dies mehr als deutlich. Höhere und schnellere Übertragungsraten machen den Buchkauf und das Buchlesen zu jeder Zeit und an jedem Ort möglich, auch das Ausleihen der Bücher und das Laden auf portable Endgeräte ist heute ein Muss für jede Bibliothek.¹⁸ Der Planungstrend in wissenschaftlichen Bibliotheken in den USA stellt sich hinsichtlich des Angebotes von E-Books wie folgt dar: ¹⁹

¹⁷ Lindsay Notwell (Verizon Wireless). In: Hadro, Josh: Innovation Symposium: The Future Is Mobile. In: Library Journal. 07/01/2010, Vol. 135, Issue 12, S. 18.[^]

¹⁸ Vgl. dazu den Beitrag von R. Mumenthaler in diesem Band.

¹⁹ Die Daten basieren auf der Befragung von 364 wissenschaftlichen Bibliotheken in den USA; dabei zählen 44% der Bibliotheken zum graduate/professional Level, 44% zum undergraduate Level und 19% zu Community Colleges (Fachhochschulen oder Weiterbildungsinstitutionen) und 3% andere. Vgl. Library Research Syndicate, wie Anm. 9, S. 9.

We plan to offer E-Books...	
In the next 12 months	16%
1 to 2 years from now	32%
Longer than 2 years from now	5%
No plans to offer E-Books	47%

Die obige Darstellung bezieht sich lediglich auf 6% der befragten Bibliotheken, die noch keine E-Books anbieten. Die weiteren 94% bieten bereits E-Books an. Somit kann eine sehr hohe Penetration von E-Books in wissenschaftlichen Bibliotheken in den USA festgestellt werden.

Besonders interessant aus der Perspektive von Lehrenden sind die genannten Motive der Bibliotheken, E-Books in ihr Angebot mit aufzunehmen. 66% der Befragten gaben an, dass das wissenschaftliche Personal E-Books nachgefragt habe und dies der Grund für ihre Einführung gewesen sei

(siehe Abschnitt 4). Ein weiterer relevanter Grund für die wissenschaftlichen Bibliotheken, E-Books in ihr Programm mit aufzunehmen (62%), ist die Möglichkeit, über E-Books interessante Paketangebote zu einem guten Preis einkaufen zu können.

Um E-Books für ihre Nutzer anbieten zu können, stehen wissenschaftlichen Bibliotheken drei zentrale Erwerbs- bzw. damit korrespondierende Ausleihmöglichkeiten für ihre Nutzer zur Verfügung:

- ▶ Approval Plan
- ▶ Firm-Order
- ▶ Patron-Driven-Selection

Approval Plan

Der Approval Plan beschreibt im weitesten Sinne ein Dienstleistungsangebot für Bibliotheken in den USA, über das sie einfach und mit wenig Verwaltungsaufwand Bücher erwerben können. Die Aufgabe der Auswahl und des Erwerbs wird im Zuge eines Approval Plans in die Verantwortung des Lieferanten übertragen. Ein Approval Plan stellt somit eine Form des Outsourcings dar. Den ersten Approval Plan entwickelte der US-amerikanische Buchhändler Richard Abel im Jahr 1962. Seither haben sich Approval Plans besonders im Bibliothekswesen der USA etabliert.²⁰ »Whereas print titles arriving on approval would normally be put onto viewing shelves and await a final decision by a selector librarian, thereafter moving through a physical receiving process – though cataloging, to preservation/physical processing for marking and stamping, and finally onto a library shelf for patron discovery – e-books ‚arriving‘ on approval need extra and special attention for final acquisition decisions and activation.«²¹

Obwohl Verlage und auch Aggregatoren Bibliotheken über neue E-Books informieren, gibt es keine festen Listen oder Pläne für diese Approval Plans, die von Bibliotheken angenommen oder abgelehnt werden, vielmehr wird zu Beginn ein vereinbartes Profil festgelegt, anhand dessen der Zulieferer Bücher auswählt. D.h., Bücher werden zunächst einmal den Bibliotheken übermittelt, die diese dann bis zu einem bestimmten Prozentsatz auch ablehnen können. Bibliotheken können heute zunehmend den Print- und elektronischen Abnahmeplan für Monografien integrieren; sie können entweder beide Formate bestellen oder aber sich für ein Format eines Titels entscheiden. Um einen Approval Plan für E-Books wirklich vollkommen durchzusetzen, müssten jedoch in den Bibliotheken Arbeitsabläufe neu entwickelt werden, um die Abnahmen und Käufe von E-Books anzupassen. Die Kritikpunkte dieser Art des Outsourcings sind auf Seiten der Bibliotheken zahlreich. Nicht nur, dass hohe Erstinvestitionen für die Datenkompatibilität aufgebracht werden müssten, sondern auch, dass Bibliothekare ihre Hoheit über die Auswahl von Titeln an einen Dienstleister abgeben müssten.²² Insgesamt steckt der Approval Plan für digitale Inhalte noch in den Kinderschuhen.

²⁰ Vgl. Brauns, Angelika: Bestandsaufbau und Erwerbungspolitik in US-Amerikanischen Universitätsbibliotheken. In: Umlauf, Konrad (Hg.): Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft. Heft 216, 2008, S. 11.

²¹ Polanka, wie Anm. 12.

²² Vgl. ebd.

Firm-Order

»For libraries, single-title e-book firm ordering is most efficiently accomplished through an e-book aggregator, though most publishers also offer the library the ability to direct order their e-books on a title-by-title basis. Most publishers also offer e-book packages, based on criteria such as subject or discipline, publication year, etc.«²³

²³ Ebd.

Der Firm-Order ist korrespondierend zum Title-By-Title oder auch dem Perpetual Ownership zu sehen (siehe Abschnitt 3.1). Bibliotheken erhalten somit die Möglichkeit, über Datenbanken einzelne Titel zu bestellen und zu erwerben, wobei dies auch für ausgewählte Pakete an Titeln praktiziert wird. Seit 2006 ist es allgemein üblich, Online-Bestellungen über Datenbanken vorzunehmen. Insgesamt gilt der Prozess der Festbestellung als recht einfach zu handhaben für Bibliotheken, wenn sie erst einmal die Lizenzgebühren mit dem E-Book-Anbieter ausgehandelt haben.

Patron-Driven-Selection

Diese personalisierte Form der Auswahl von Titeln durch die Nutzer selbst (unter Kopplung an das Bezahlmodell eines Pay-Per-View) ist bereits seit Beginn des neuen Millenniums möglich, gelangt jedoch erst jetzt zu immer größerer Beliebtheit. Es ist sicherlich eine der wesentlichen innovativen Unterschiede zwischen dem amerikanischen und deutschen System wissenschaftlicher Bibliotheken. Vor allem zahlreiche Aggregatoren bieten diese Möglichkeit an und Bibliotheken beginnen zu erkennen, dass dieses Modell viele Vorteile birgt. So stellt der Aggregator den Zugang zu allen E-Book-Titeln oder einer Auswahl an Titeln zur Verfügung und die Bibliothek lädt die damit verbundenen MARC-Daten in ihren Katalog. Der Nutzer findet den Zugang zu diesen Büchern über die bibliothekseigene Seite, die aber mit dem Aggregator verbunden ist; nach einer vorher vereinbarten Anzahl von Visits wird der Bibliothek der Titel in Rechnung gestellt und erhält ab dann das volle Zugriffsrecht auf den Titel. Die finanziellen Grenzen dieses Erwerbungsmodells setzt die Bibliothek vorab mit dem Aggregator fest, dies kann z. B. ein bestimmter Betrag für eine bestimmte Zeit sein.²⁴ Zentrale Vorteile dieses Modells sind die garantierte Nutzung jedes erworbenen Titels, ein automatisierter Erwerbungs-Workflow sowie *instant Access*. Als Nachteile können die eher geringe Anzahl von Erwerbungen, ein interner Widerstand der Bibliothekare, die Praktiken der Sammlungsentwicklung an den Nutzer abzugeben, und damit ein subjektiv wahrgenommener Verlust über die Gestaltung des eigenen Bibliotheksangebotes benannt werden.

²⁴ Vgl. Pilotprojekt der University of Texas. In: Ebd.

EBL bietet Pay-Per-View kombiniert mit dem Patron-Driven-Modell an, bei dem die Bibliothek eine begrenzte Gebühr pro Nutzerabruf zahlt, bis die vorher festgelegte Abrufzahl überschritten ist und die Bibliothek das Buch automatisch kauft. Dieses Verfahren klingt in Zeiten von Digitalisierung und dem *empowered customer* mehr als folgerichtig, birgt jedoch auch Nachteile. So variieren die Parameter dieser Gebühren sehr stark und sollten von den

Bibliotheken gut verhandelt werden. Eine nicht unberechtigte Angst der Bibliotheken besteht darin, dass sehr hohe Kosten entstehen, weil Nutzer beim Browsen mal jenes und mal dieses Buch öffnen. Und auch wie lange ein Buch angesehen werden darf (von Nutzern), bevor es durch die Bibliothek erworben wird, ist sehr unterschiedlich und sollte verhandelt werden. Einige Verlage bieten hier einen Gnadenzeitraum von fünf Minuten, um sicherzugehen, dass nicht fälschlicherweise ein Buch angeschafft wird, das dann doch niemand möchte. Und natürlich das Kriterium, wie oft ein E-Book genutzt bzw. ausgeliehen werden kann, nachdem es erworben wurde, ist ebenso Teil der Vertragsparameter.

Wichtig ist auch, ob es eine Zwischenstelle geben muss, die von einem Mitarbeiter besetzt wird, um den Kauf zu überprüfen, wie z.B. die Prüfung der gewünschten Anschaffung von Büchern durch einen Nutzer, die über 100 Dollar liegen.

All diese Parameter und Kosten gilt es, durch Bibliotheken zugänglich zu prüfen und abzuwägen, ob das Patron-Driven-Modell sich auch rechnet.²⁵

Die unterschiedlichen Lizenzmodelle der wissenschaftlichen Bibliotheken in den USA lassen sich wie folgt zusammenfassen:²⁶

²⁵ Vgl. Polanka, wie Anm. 12.

²⁶ Vgl. Anm. 9, S. 11.

E-Book Usage License Model...	
Single E-Books Use at a time	20%
Unlimited Access/Simultaneous Use	20%
Both	59%
Other	1%

72% der Bibliotheken des *graduate* Level gaben an, beide Modelle (also Single Use und Simultaneous Use) anzubieten, auf der Ebene der Fachhochschulen bzw. Community Colleges waren es 32%, die angaben, das Unlimited- und Simultaneous-Modell anzubieten.

Die Ithaka Studie von 2010²⁷ unter den Bibliothekaren ergab, dass die einmaligen Ausleihmodelle für E-Books mit unbefristetem Zugang immer noch die bei Weitem bevorzugten Modelle darstellen. Das Pay-Per-View Modell, d. h. also das Patron-Driven-Modell, ist noch sehr selten.

Dennoch bietet der Blick in die USA Innovationsideen und Wandlungsmöglichkeiten auch für deutsche wissenschaftliche Bibliotheken. Aus Perspektive einer Lehrenden zeigt sich dies vor allem an dem Selbstverständnis der wissenschaftlichen Bibliotheken gegenüber ihren Nutzern, also Dozenten und Studierenden. Dies ist stark dienstleistungsorientiert und verweist auf den neuen Charakter einer *schwerelosen Ökonomie* des Zugangs und des Zugriffs auf Wissen. Somit stehen für zahlreiche Bibliotheken ihre ›Kunden‹ im Vordergrund.

²⁷ Vgl. Long, Matthew P.; Schonfeld, Roger C.: Ithaka S+R Library Survey 2010: Insights from U.S. Academic Library Directors. In: <http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/research/ithaka-s-r-library-survey-2010/insights-from-us-academic-library-directors.pdf>, 2010. Zugriff am: 20.08.2011.

4. Das Selbstverständnis der Academic Libraries in den USA

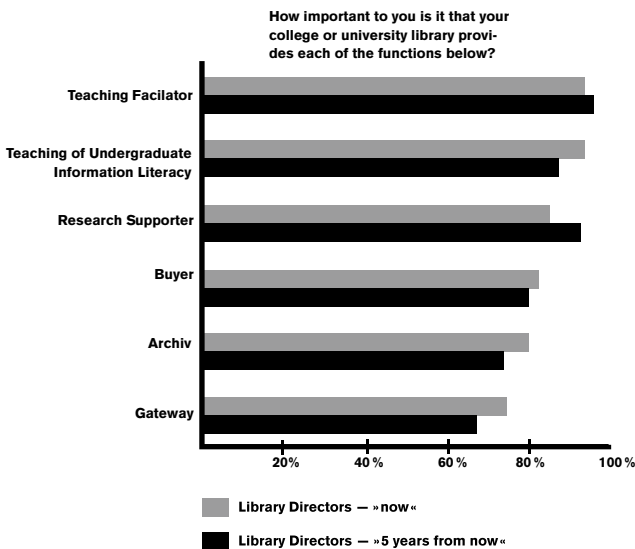
»I think the biggest most important battle in the library industry for this next decade isn't social media, or what we do on our library websites – it's how we access and distribute econtent to our patrons.«²⁸

²⁸ David Lee King, Librarian. In: Hane, Paula J.: Ebooks and Libraries – Time for Library Renewal. In: Information Today. 03/2011, Vol. 28, Issue 3, S. 8.

Obwohl hier kein Bibliothekar einer wissenschaftlichen Bibliothek zitiert wird, ist es deutlich, dass der Nutzer – ähnlich wie bei den Mobilfunkanbietern – im Fokus der Angebotsorientierung der E-Books steht. Dies belegen auch Ergebnisse des Ithaka S+R Library Survey 2010: Insights from U.S. Academic Library Directors. Die Studie wurde im Herbst 2010 in den USA durchgeführt. Insgesamt nahmen 267 leitende Bibliotheksangestellte teil, die an Colleges mit Studiengängen von vier Jahren und Universitäten beschäftigt waren. Diese Studie befragte jedoch keine Community Colleges. Dabei gaben nur 35% der befragten Bibliotheksdirektoren an, dass sie einen gut definierten strategischen Plan besitzen, um den sich wandelnden Nutzerbedürfnissen und Suchverhalten zu begegnen. Besonders eindeutig für das dienstleistungsorientierte Selbstverständnis ist, dass die Bibliotheken ihre wichtigste Rolle darin sehen, als Informationszentrum für untergraduierte Studierende und als Zuarbeiter von Dozenten zu fungieren (90% der Befragten). Diesem Selbstverständnis folgten die unterstützende Rolle für die Forschung, die Funktion des Archivars und die Rolle als Bereitstellers von Informationskanälen und Informationsmöglichkeiten.²⁹

²⁹ Wie Anm. 27, S. 13.

Während sich das Selbstverständnis der wissenschaftlichen Bibliotheken wandelt und das E-Book (wenn auch langsam) Einzug in den wissenschaftlichen Alltag hält, sind die Beziehungen der beteiligten Akteure einer Zugangs-Ökonomie noch lange nicht gelöst. Vielmehr herrscht zwischen Verlagen und Bibliotheken ein recht spannungsreiches Verhältnis, da die Verlage weder gut arbeitende Erlösmodelle präsentieren können, noch Bibliotheken



Erfahrungswerte oder gar den nötigen Mut vorweisen, sich auf neue Möglichkeiten und neue Rollen sowie Handlungsoptionen einzulassen.

5. Beziehungsprobleme der beteiligten Akteure

»This isn't a business model problem, it's a problem of lack of imagination, lack of unity among different publishers, and lack of agreement about technical specifications.«³⁰

³⁰ Barbara Fister, Librarian. In: Hadro, Anm. 17, S. 18.

Diese Gründe, so impliziert das Zitat, werden oft nur vorgeschoben und es mangelt nicht selten an der notwendigen Vorstellungskraft, dass sich das Netzwerk der Akteure und ihre Handlungsoptionen zum Besseren (für alle) wandeln könnten. So erscheint technisch bereits vieles möglich zu sein, jedoch seitens der Bibliotheken zu wenig serviceorientiert angeboten bzw. umgesetzt zu werden. Die Kritik richtet sich oftmals an die Themen- und Pakethoheit der Verlage und Aggregatoren, die die Bibliothekare in ein enges Korsett zwingen. Dies führe weiterhin zu frustrierten Nutzern, die – jenseits des Patron-Driven-Modells – eben nicht jene E-Book-Titel in ihrer Bibliothek fänden, die sie nachfragten. »Libraries have few options, and patrons are frustrated.«³¹ Es besteht also Verhandlungs- und Redebedarf zwischen den Akteuren, um der sich anbahnenden Zugangs- und Wissensökonomie auch Gewicht zu verleihen. Um zwischen den unterschiedlichen Erwartungen und Zielsetzungen zu vermitteln, wurde im Bereich der öffentlichen Büchereien eine Initiative gegründet, die sich genau mit jenen »Beziehungsproblemen« der Akteure befasst und versucht, Lösungen zu finden. Die Library Renewal.org versucht, die unterschiedlichen Akteure an einen Tisch zu bringen, Interessensausgleiche und natürlich gut funktionierende Geschäfts- und Servicemodelle hervorzubringen. Ziel ist es, die Bibliotheken für das digitale Zeitalter fit zu machen, ohne dass sie dabei ihre zentrale gesellschaftliche Rolle in den Gemeinden ebenso wie in der Wissenschaft aufgeben müssen.

³¹ Wie Anm. 28.

6. Fazit

»I think virtual books will be used more, either by virtue of accident or intentionally, than books on a shelf. Lots of times, books are purchased and put on a shelf but no one checks them out.«³²

³² John Ingram, Librarian. In: Renner, wie Anm. 8, S. 3.

Abschließend wird deutlich, dass die beteiligten Akteure, die den Zugang zu wissenschaftlichen E-Content in den USA sicherstellen, vor ähnlichen Problemen in ihrem Akteursnetzwerk stehen wie die beteiligten Player in Deutschland. Dennoch zeigen sich die USA insgesamt serviceorientierter, innovationsfreudiger und sicherlich auch kundenorientierter. Dies mag auch an der oftmals sehr guten finanziellen Ausstattung der Bibliotheken an den privaten Universitäten des Landes liegen.

Größeres Angebot vs. ›Paketleihen‹

Durch E-Books können Verlage kosteneffiziente und große Pakete für Bibliotheken anbieten. So können die Bibliotheken über diese Pakete ihr Angebot ausweiten (Anzahl der Titel). Alle befragten Bibliotheken der Springer-Studie aus dem Jahr 2007³³ gaben an, dass sie durch E-Books das Potenzial sehen, für eine bessere Verfügbarkeit und auch ein breiter gefächertes Angebot sorgen zu können, so wie es mit den elektronischen Zeitschriften der Fall war. Gleichzeitig besteht jedoch auch die Gefahr der ›Karteileihen‹, eben jener Bücher, die nie ausgeliehen werden.

³³ Ebd., S. 3.

Ausbau der Nutzung vs. Digital Divide

Wenn davon ausgegangen wird, dass jedes Buch mehrmals ausgeliehen werden kann zur selben Zeit, so ist für die befragten Bibliothekare³⁴ eine viel höhere Nutzung von Büchern einer der Hauptfaktoren, E-Books anzuschaffen, vor allem an Universitäten, bei denen der Campus weitläufig und die Institute weit verstreut sind. Ein weiterer Vorteil von E-Books, so Ergebnis der Umfrage, sei, dass die Wahrscheinlichkeit, dass ein Buch ausgeliehen werde, steige. Der 24/7 Zugriff sei ein weiterer Nutzungstreiber, vor allem für Bibliotheken mit eingeschränkten Öffnungszeiten.

³⁴ Ebd., S. 3.

Dennoch gäbe es auch immer noch Nutzer, die den Print-Titel bevorzugen. E-Books empfinden sie als ungewohnt und fordern von der Bibliothek unbedingt auch die Print-Ausgabe ein. Wenn E-Books angeschafft werden, sind diese Nutzer uninteressiert und nicht bereit, sich mit der neuen Technik und dem digitalen Format auseinanderzusetzen. Auch innerhalb der Bibliotheken stoßen technische Neuerungen, neue Bestell- und Erwerbungsmöglichkeiten oftmals auf Widerstand bei den Mitarbeitern. Neue Kompetenzen müssen erlernt, alte Aufgaben abgegeben oder adaptiert werden, während das E-Book positiv auf die Nutzung wirken kann. So gibt es viele technische und in Bezug auf die Medienkompetenz zu überbrückende Hürden.

Kosteneinsparungen vs. hohe Erstinvestitionen

Durch die Automatisierung und Digitalisierung von Arbeitsabläufen in den Bibliotheken käme es zu Kosteneinsparungen im Bereich des Personals. Die schwerelosen Bücher verlangten nach weniger Arbeitsprozessen und Pflege (Reparaturen, Verlust, Diebstahl) als ihre physischen Entsprechungen. Dabei bleiben jedoch die Fortbildungsmaßnahmen und Schulungen der Mitarbeiter für die neuen digitalen Datenbanksysteme außer Acht. Auch die hohen Erstinvestitionen und Umstellungen auf neue Bestell- und Erwerbsmodelle (z.B. Approval Plan) werden hier nicht berücksichtigt. Einerseits – ist das E-Book richtig in der Bibliothek angekommen – birgt es zahlreiche Einsparungsmöglichkeiten, andererseits stehen wir »noch ganz am Anfang«³⁵, d.h., die hohen Erstinvestitionen lassen viele Verlage und Bibliotheken vor der umfassenden Einführung des E-Books noch zurückschrecken.

³⁵ Vgl. dazu den Beitrag von Wulf D. v. Lucius in diesem Band.

Rolle der Bibliothekare vs. Patron-Driven-Selection

Gerade das Modell des Pay-Per-View und der Patron-Driven-Selection bietet neue Möglichkeiten, Nutzer- und Präferenzstatistiken zu erstellen. Der *empowered customer* entscheidet selbst und ruft spezifische Titel auf, die er gerne lesen möchte bzw. die er für seine Forschungs- und wissenschaftliche Arbeit benötigt. Somit wandert die Macht der Auswahl von Seiten der Bibliothekare auf die Seite der Nutzer. Dies ist aus betriebswirtschaftlicher Perspektive sicherlich wünschenswert und in Zeiten des Web 2.0 und des Consumers mehr als folgerichtig. Die traditionelle Rolle der Bibliothekare wird dadurch jedoch stark beschnitten, ihre Kompetenz und Erfahrung infrage gestellt oder nicht mehr gewünscht. Dieser Punkt muss sicherlich weiterhin kritisch diskutiert werden und erhält in der Institution der wissenschaftlichen Bibliothek eine hohe kulturelle Relevanz. Es zeigt sich, dass die wissenschaftlichen Bibliotheken in den USA mit dem Patron-Driven-Model oder auch dem Approval Plan innovative Instrumente des Erwerbs von Büchern einsetzen, die durch die zunehmende Digitalisierung von wissenschaftlichem Content sicherlich auch in deutschen Universitätsbibliotheken nach und nach Einzug halten werden. Insgesamt ist jedoch deutlich geworden, dass die beteiligten Institutionen, Akteure und Praktiken gerade erst beginnen, sich zu wandeln. Sie alle scheinen noch auf der Suche nach dem *Gewicht* und damit nach der je spezifischen Relevanz sowie ihrer je spezifischen Rolle im Kontext der E-Books in Studium und Forschung zu sein.





ENHANCED E-BOOKS: VERÄNDERUNGEN UND CHANCEN FÜR AKTEURE DER BUCH- BRANCHE DURCH DIE EINFÜHRUNG ELEK- TRONISCHER LESE- GERÄTE

Moritz Wasserek

¹ Damke, C.: Strategische Analyse neuer Technologien für die Vermarktung von Büchern. In: E. B. Michael Clement: Ökonomie der Buchindustrie. Wiesbaden 2009, S. 208.

² Ebd.: S. 209

³ Gelernter, D.: Für ein neues Lesen im Internet-Zeitalter. FAZ.net: <http://goo.gl/09nai>, 2011.

⁴ Ebd.

⁵ Kaser, D.: Publishers Get Bullish on Ebooks in Context. Information Today, 27 (11), 2010, S. 47.

⁶ Engl. Switching Costs: Vgl. Shapiro, C., & Varian, H. R.: Information Rules – A Strategic Guide to the Network Economy. Boston, Massachusetts, 1999, S. 11.

⁷ Spiegel Online: Samsung unterliegt Apple im Tablet-Streit. Abgerufen am 9. September 2011 von Spiegel Online: <http://goo.gl/QWcOr>, 2011a.

⁸ Vizepräsident für Global Business Development bei der Oxford University Press.

⁹ Wie Anm. 5.

¹⁰ Wie Anm. 3.

Die Buchbranche steht im Umbruch. Digitale Lesegeräte für Bücher drängen nicht nur auf den amerikanischen, sondern seit dem Jahr 2010 zudem verstärkt auf den deutschen Buchmarkt. Es stellt sich die Frage, ob die neuartige Verwendung der Geräte einen Einfluss auf die gesellschaftlichen Lesegewohnheiten ausübt, denn »[n]eue Technologien verändern das Mediennutzungsverhalten.«¹ Neben der elektronischen Darstellung der Textinhalte zeichnen sich digitale Lesegeräte vor allem durch Multimediainhalte und deren Interaktivität aus. Die Lesegeräte bieten damit neue Möglichkeiten in der Gewinnung Jugendlicher, da gerade jüngere Leser-Zielgruppen »[...] immer mehr Zeit online und nicht mehr mit dem Lesen von Büchern«² verbringen. Das passive Konsumieren von Medieninhalten rückt hierbei zunehmend in den Hintergrund, während »[...] selbst formulierte Inhalte eingebracht und diskutiert werden.«³ Im Folgenden geht es um die Veränderungen von Büchern und dem Buchmarkt. Es werden die Eigenschaften von »Enhanced E-Books« und E-Book Readern vorgestellt und deren Mehrwert diskutiert. Den Abschluss bilden sechs zentrale Thesen, die die Auswirkung von »Enhanced E-Books« thematisieren.

1. Vom Buch zum E-Book

Das Standardbuch, wie man es heute kennt, ist bereits seit mehreren Jahrhunderten im Einsatz und entsprechend perfektioniert worden. Inzwischen ist es rund zweitausend Jahre alt und nach Meinung David Gelernters, »[...] immer noch die größte gestalterische Errungenschaft der Menschheit.«⁴ Ein derart etabliertes Medium wie das Buch wird deshalb nicht einfach gegen eine neue technologische Innovation eingetauscht. Es muss abgelöst werden – durch die Geburtsstunde eines völlig neuartigen Mediums. Bisherige Konzepte von E-Books und Applikationen sind jedoch eher »[...] a reflection of the printed physical book.«⁵ Zudem wird die Marktdurchdringung der neuen Technik durch hohe Wechselkosten⁶ erschwert. Marktbeobachtungen zeigen zudem, dass konkurrierende Substitute stark an den Marktführern ausgerichtet sind und notwendige Verbesserungen auf der Strecke bleiben.⁷ Die in ihrer einfachen Beschaffenheit ausgereiften Bücher sollten von den Technologieunternehmen jedoch verbessert und nicht ersetzt werden, wie es heute eher noch scheint. David Bowers⁸ gibt eine Handlungsempfehlung für die Verlagsbranche: »The new frontier to cross is taking what's inside the book and reshaping it and reformatting it so that we're creating a new product, enhanced through technology to create something that the book can never accomplish, with images, with audio, with text.«⁹ Technischer Fortschritt wird erst dann zur menschlichen Errungenschaft, »[...] wenn die Technologen anfangen, die Eigenschaften der Dinge zu verstehen, die sie ersetzen wollen.«¹⁰ So verfügt das neue Medium im Vergleich zum klassischen Buch über zahlreiche Mehrwerte, die es vermögen, aus passiven Konsumenten aktive Teilnehmer werden zu lassen. »Interaktive Formate erlauben eine stärkere Einbindung der Rezipienten und die

stärkere Personalisierung der Medienprodukte.«¹¹ Es bietet das Potenzial, unsere Sinne in Fülle anzusprechen und den reinen textlichen Inhalt um ein Vielfaches aufzuwerten.

Dieses Potenzial muss jedoch mit konzeptionellem Bedacht eingesetzt werden. Keinesfalls darf es den eigentlichen Wert des Buches oder dessen Inhalt beeinträchtigen: Deshalb sollten Publisher, auf dem klassischen Buch aufbauend, »[...] die Rahmenhandlungen beobachten und den traditionellen, sozialen Aspekt des Lesens erweitern, beispielsweise über neue Modelle der Verbreitung und des Referenzierens von Inhalten«.¹²

Ebenso ist der Aspekt des sozialen Lesens – der sozialen Interaktion – ein wesentlicher, der durch digitale Lesegeräte nun über das Medium selbst stattfinden kann. Dies betrifft beispielsweise den gemeinsamen Gedankenaustausch über Buchinhalte mit Gleichgesinnten. Die Funktionalität macht jedoch eine aufwendige technische Infrastruktur über die Geräte hinaus notwendig. Zwischen den Endgeräten und deren Inhaltslieferanten existieren deshalb enge Schnittstellen. Es scheint, je besser die Verknüpfung zwischen Endgerät, Händlerportal und angebotenen Inhalt gelingt, desto erfolgreicher behaupten sich die angebotenen Lösungen am Markt. Aktuelle Beobachtungen zeigen, dass onlineaffine IT-Konzerne, wie Amazon, Apple oder Google, zunehmend die Position von Intermediären über ein ganzes Akteursnetzwerk einnehmen. Zudem verfügen die genannten Konzerne meist über eigene E-Book Reader, die nach Bedarf per Software-Update beliebig an situative Marktinteressen der jeweiligen Akteure angepasst werden können.

»It seems that the publishers are loosing their potential in the digital market place.«¹³ So sind Verleger selbst »Mittelsmänner, deren Bedeutung abnimmt, wenn Autoren ihren Content den Lesern leicht auch [ohne Verlag] zur Verfügung stellen können.«¹⁴ Hieraus ergibt sich der gegenwärtig entscheidende Diskurs für die Buchbranche, »[...] dass ein detailliertes Verständnis von Konsumentenverhalten, Ansprüchen von Werbekunden, Spezifika dieses neuen Distributionskanals und möglichen Kooperationsoptionen die entscheidende Rolle spielt.«¹⁵ So steht die Buchbranche vor der offenen Frage, welche Akteure sich künftig auf dem jungen Branchenzweig behaupten können.

Die Kenntnis über beteiligte Akteure ist hierzu erforderlich: Nach einer Kategorisierung des Open E-Book-Forums können acht Akteursgruppen innerhalb der digitalen Buchbranche bestimmt werden.¹⁶

Hierzu zählen der

- ▶ Autor, der den Inhalt erstellt oder zusammenführt,
- ▶ Rechteinhaber, der die Rechte besitzt oder lizenzrechtlich erworben hat,
- ▶ Verleger, welcher die Vermarktung organisiert,
- ▶ Service-Provider, der untergeordnete Dienstleistungen bei der Fertigung zur Verfügung stellt,
- ▶ Technik-Provider, zuständig für die Bereitstellung von Soft- und Hardware zur Distribution des e-Books,

¹¹ Wirtz, B. W.: Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden 2006.

¹² Schwarz, R.: Zwischen den Zeilen ... Pixel. Weave, 2011, S. 34.

¹³ Kempe, D. J.: BookStore – Strategic options of a publisher-driven service. Information Services and Use, 2007, S. 168.

¹⁴ Qualman, E.: Socialnomics. HJR-Verlag, 2010, S. 115.

¹⁵ Nickels, T.: E-Reader auf dem Vormarsch – doch viele Fragen für die Medienindustrie nach wie vor offen. Boston Consulting Group: <http://goo.gl/QXEnr>, 2011, S. 3.

¹⁶ International Digital Publishing Forum: A Framework for the Epublishing Ecology. International Digital Publishing Forum: <http://goo.gl/dTN5F>, 2000, S. 17.

- ▶ Verkäufer, der die Verbindung zum Endverbraucher herstellt und den elektronischen Buchkauf vollführt,
- ▶ Distribuent, der die Auslieferung über eine sichere Verbindung zum Endverbraucher zur Verfügung stellt,
- ▶ sowie der Endverbraucher, zu dem das e-Book ausgeliefert und von dem es gelesen wird.

Die Aufzählung der Akteure bildet gleichzeitig die Kette der medialen Wertschöpfung des Buchbereiches ab. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich durch die Digitalisierung ein Konzentrationsprozess innerhalb der hier dargestellten Akteure der Wertschöpfungskette einstellen wird. Die nachfolgenden Gliederungspunkte stehen in Bezug zu diesem Wandlungsprozess.

1.1 Enhanced E-Books und E-Book Reader

Zwar existiert das »Projekt Gutenberg« – zur Erstellung des größten Archivs elektronischer Bücher – bereits seit vierzig Jahren. Marktreife Lesegeräte für eben diese entwickelten sich jedoch erst in den letzten zehn Jahren. Das E-Book ist eine Produktinnovation, »[...] die das [Lese]bedürfnis durch den Einsatz einer neuen Technologie befriedigt.«¹⁷ Sie ist damit ein neu entstandener Branchenzweig, der sich gegenwärtig noch in der Frühphase befindet.

Zur Abgrenzung des Themas und als Basis für anschließende Argumentationen werde ich folgende Definition des IDPF heranziehen. Danach ist ein elektronisches Buch – Electronic Book – »[a] Literary Work in the form of a Digital Object, consisting of one or more standard unique identifiers, Metadata, and a Monographic body of Content, intended to be published and accessed electronically. [...]«.¹⁸ Die Bezeichnung »Electronic Book« kann zudem das Lesegerät bezeichnen: »May also refer to the hardware device created for the purpose of reading ebooks.«¹⁹ Allerdings ist die dokumentierte Definition inzwischen über zehn Jahre alt und verdeutlicht die Schnellebigkeit der technologischen Weiterentwicklung: Erste Begriffe haben sich inzwischen gefestigt, sodass das »Lesegerät [...] meist E-Book-Reader genannt [wird], während unter E-Book der Inhalt verstanden wird.«²⁰ Das vom Magazin für den Buchhandel »Buchmarkt« vorgestellte Arbeitspapier des Eugen Ulmer Verlags beschrieb das E-Book 2008 lediglich als »[...] eine Datei mit Text und meist auch Bildbestandteilen, die als eigene Vermarktungseinheit angeboten wird.«²¹ Vor knapp drei Jahren waren die Vorstellungen, wie ein künftiges digitales Buch beschaffen sein müsste, noch sehr vage und selbst in der Theorie ein bloßes Bildnis des gedruckten Erzeugnisses. Ein Grund hierfür ist, dass es bisher daran fehlte, das digitale Buch ganz neu zu denken. Noch befindet sich die Mehrheit der Verlage in der Übergangsphase der »Digitalisierung bestehender Werke, [bevor] die Publikation erweiterter digitaler Ausgaben der Normalfall sein wird.«²² Ein Grund für das eher allmählich verlaufende Umdenken sind über Jahrzehnte hinweg entstandene Vermarktungs- und Nutzergewohnheiten.²³

¹⁷ Hutzschenreuter, T.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden 2009, S. 177..

¹⁸ Wie Anm. 16, S. 6.

¹⁹ Ebd.

²⁰ Ulmer, M.: Handreichung zum Thema E-Book. Abgerufen am 1. Juni 2011 von Buchmarkt.de: <http://goo.gl/Sza1c>, 2008, S. 1..

²¹ Ebd.

²² Ebd.

²³ Vgl. Anm. 12, S. 36.

Durch digitale Bücher und deren Lesegeräte entstehen neue Vermarktungsmöglichkeiten und Nutzwerte, die jedoch erst erkannt und instrumentalisiert werden müssen.

Vereinzelte E-Books inzwischen aufwendig konzipiert und speziell für elektronische Lesegeräte aufbereitet. Diese Weiterentwicklung wird als »Enhanced E-Book« bezeichnet und unterscheidet sich vom einfachen E-Book vor allem durch Multimediainhalte und interaktive Elemente. Der Peter Delius Verlag hat sich auf diese besondere Aufbereitung von Buchinhalten spezialisiert: Vor allem »Interaktivität« ist für den gleichnamigen Geschäftsführer das entscheidende Kriterium des Fortschritts.²⁴ Sie lässt sich vor allem durch die Verwendung nativer Geräte-Applikationen²⁵ realisieren. Diese sind gegenwärtig jedoch als eine Sonderform des Enhanced E-Books zu begreifen, da sie proprietär und somit vollends an das Gerät und die zugrunde liegende Technologie gebunden sind. Zudem beschränkt sich deren Vertrieb meist lediglich auf die plattforminternen App-Stores, sodass die Verbreitung der Inhalte durch zusätzliche Zwischenhändler stark eingeschränkt ist. E-Book und Enhanced E-Book-Formate zeichnen sich hingegen durch offene Standards aus, die bereits heute in verschiedene Endgeräte integriert werden können.

Interaktivität entsteht nicht durch eine hardwaregebundene Funktionsauslösung, sondern erst durch die softwarebasierte, inhaltliche Steuerung. Als Beispiel gilt der Unterschied zwischen der rein technischen Funktion des virtuellen Umblätterns einer Seite und der softwarebasierten Interaktivität, bei der sich der Content tatsächlich in Relation zur Aktivität des Lesers verhält oder gar verändert. Hierbei kann der Leser den Inhalt individuell erschließen und unterschiedliche Informationsebenen selbst dynamisch nähern. Die Herausforderung für Publisher ist es deshalb, einen angemessenen Bezug zwischen Inhalt, Interaktivität und Nutzen herzustellen. Zudem stellt sich die Frage, ob der charakteristisch lineare Aufbau eines Buches künftig überhaupt noch notwendig ist. So sind technisch ganz neue Erzählstrukturen, wie beispielsweise alternative Enden, denkbar.

1.2 Mehrwert digitaler Lesegeräte

Lesegeräte beeinflussen die Art und Weise, wie der Zugang zum Buchinhalt erfolgt: »Infrastructure is to information as a bottle is to wine: the technology is the packaging that allows the information to be delivered to end consumers.«²⁶ Die Technologie ermöglicht es dabei, elektronische Inhalte unabhängig von einem statischen Trägermedium je nach individuellem Anliegen neu und wertsteigernd zu kombinieren. »We're moving in a new direction that will allow enhanced ebooks, chunking of content, mashups, and flowing to devices and to the cloud and different ways to access it.«²⁷

Der erfolgreiche Unternehmer Bill Gates stellte bereits im Jahr 2005 auf der IAB Engage Conference²⁸ heraus, dass die multimediale Anreicherung von Buchinhalten wesentliche Effizienzvorteile für die Erfassung des Inhaltes

²⁴ Vgl. Delius, Peter (2011): [Interview].

²⁵ Bezeichnung für Applikationen, die speziell für eine bestimmte Plattform entwickelt wurden, und von browserbasierten Web-Apps zu unterscheiden sind.

²⁶ Wie Anm. 6, S. 8.

²⁷ Wie Anm. 5, S. 47.

²⁸ Konferenz des Interactive Advertising Bureau.

bringt: »Within four or five years, instead of spending money on text books, [students] spend a mere \$400 or so buying that tablet device and the material they'll hook up to will all be on the wireless internet with animations, timelines and links to deep information. But they'll be spending less than they would have on text books and have a dramatically better experience.«²⁹ Im Bildungssektor trägt die Ansprache verschiedener menschlicher Sinne zu einer schnelleren und effektiveren Aneignung von Wissen unter Schülern und Studierenden bei.

Die durch Enhanced E-Books entstehenden anwenderspezifischen Mehrwerte werden im Folgenden klassifiziert, da sie »[...] greatly enhancing the value of the underlying information itself.«³⁰

- ▶ **Mobilität:** Durch die elektronische Datenverarbeitung und -speicherung wird das physische Trägermedium auf ein Minimum reduziert. »You can carry thousands of books on your laptop, or hundreds in your pocket.«³¹ Besonders bei Schülerinnen und Schülern spielt das Gewicht von Lehrbüchern eine wichtige Rolle für deren Gesundheit. Petitionen fordern, dass das Gewicht von Schulbüchern von den Schulen als Entscheidungskriterium für die Qualität eines Lehrbuches herangezogen wird, da gesetzliche Obergrenzen nicht überschritten werden dürfen.³² Elektronische Lesegeräte haben einen entscheidenden Gewichtsvorteil: Nach Unternehmensangaben kann das Amazon Kindle rund 3.500 Buchtitel speichern. Geht man von einem durchschnittlichen Schulbuchgewicht von 1,13 kg aus, könnte das Kindle somit ein Gewicht von rund vier Tonnen an Büchern speichern.³³ Das Wissen immer griffbereit zu haben, ist ein weiterer Mobilitätsvorteil. Hauseigene Bibliotheken galten jahrzehntelang als Statussymbol der Intellektuellen. Wenn man jedoch eine »[...] Bibliothek, das heißt Tausende von Büchern, fast gewichtslos mit sich herumtragen kann, so wird man sie sich nicht [mehr] für viel Geld kaufen und dann mühsam auf Bücherregale stellen.«³⁴ Ist das Lesegerät zudem mit einem Onlinedienst verbunden, kann der Zugriff auf Bücher über dessen Speicherplatzgrenze hinaus erfolgen. »Amazon.com backs up every ebook purchase so readers can free up space on the Kindle reading device but not lose access or ownership of the book.«³⁵
- ▶ **Schnellzugang / Allgegenwart:** Ist das Lesegerät mit dem Internet verbunden, können Buch- und Zusatzinhalte flexibel und zeitungebunden abgerufen werden. Amazon führte mit dem Kindle eine Funktionalität ein, mit der es sich eigenständig durch kooperierende Netzbetreiber in weltweit 100 Ländern mit dem Amazon Book Store verbinden kann.³⁶ »If you're in Djibouti, it's not so easy to find a wide range of English language books, but you can always find them online.«³⁷ Der Umstand, dass der klassische Buchhandel bestimmten Öffnungszeiten unterliegt, entfällt genauso wie die Tatsache, dass bestimmte Long-Tail Buchexemplare nicht vorrätig sind. »Your entire collection is right there on your digital bookshelf. Easy to access anywhere, anywhere.«³⁸

²⁹ Gates, Bill: Vortrag auf der IAB Engage Conference, London 2005.

³⁰ Wie Anm. 6, S. 8.

³¹ Poremba, S. M.: Take a Look at Today's Vibrant Ebook Market. E-Content Magazine, 2008, S. 36.

³² Vgl. Landtag Baden-Württemberg: Petition 14/2334 betr. Schulwesen, Gewicht der Schulranzen und Lehrbücher (2007), abgerufen am 14. Juli 2011 von Schwere Ranzen: <http://goo.gl/2NV3q>.

³³ Vgl. Anm. 31.

³⁴ Klüger, R.: Anders lesen. Neue Züricher Zeitung Online: <http://goo.gl/BPpwz>, 2010.

³⁵ Wie Anm. 31.

³⁶ Amazon.com.: Kindle DX, Free 3G, 3G Works Globally, Graphite, 9.7« Display with New E Ink Pearl Technology. Amazon.com: <http://goo.gl/707Xz>, 2011.

³⁷ Wie Anm. 31.

³⁸ Ebd.

- ▶ Zugriffsfunktion: Die elektronische Verarbeitung erlaubt dem Leser, direkt auf den Inhalt zuzugreifen. It is »[...] the infrastructure that makes it possible to store, search, retrieve, copy, filter, manipulate, view, transmit, and receive information.«³⁹ Hierzu gehört ebenfalls die Funktion des Suchens. E-Books können als Volltext nach Stichworten und sogar Phrasen durchsucht werden. »When you're accustomed to reading ebooks, you have no idea how frustrating it is that you can't keyword search a printed book.«⁴⁰ Der Inhalt kann zudem manipuliert werden, um Buchzitate und -inhalte zu verschlagworten oder nach sinnvollen Strukturen neu anzuordnen.⁴¹ »Anstatt [ein Fremdwort] bei Google zu suchen oder im Wörterbuch nachzuschlagen, könnte die Definition nur einen Klick entfernt sein.«⁴² Die Darstellung des Inhalts als Seitenstruktur ist zudem nicht länger vorgeschrieben: »Eine alte Kulturtechnik [...] meint die US-amerikanische Germanistin und Schriftstellerin Ruth Klüger im digitalen Lesen wiederzuentdecken: Der Schritt vom Rollen alter Papyrusschriften zum Scrollen digitaler Textblöcke sei nur ein kurzer.«⁴³
 - ▶ Interaktionsfunktion: Sie bezeichnet »[...] alle Elemente, die dem Nutzer die Interaktion mit anderen Nutzern ermöglicht.«⁴⁴ Neben der direkten Kommunikation mit anderen Nutzern existiert eine Personalisierungsschnittstelle für die Zusammenarbeit mit anderen. Folgendes Beispiel veranschaulicht den Sachverhalt: »Ein Freundeskreis liest als Literatur-Runde gemeinsam ein Buch und ist während der Lektüre direkt mit den Anmerkungen der Anderen verknüpft und kann auf sie reagieren.«⁴⁵ Für eine derartige Verflechtung von Inhalt, Kommunikationsschnittstellen und Endgeräten ist eine ausgereifte Standardisierung erforderlich.
 - ▶ Personalisierungsfunktion: Die hiermit verbundenen Elemente ermöglichen dem Leser, das E-Book nach seinen Wünschen inhaltlich anzupassen. »Vor allem [...] ist es eine Anpassung des Inhalts. [...] Der Nutzer verändert somit das Buch.«⁴⁶ Zum Beispiel kann ein 3D-Bild aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet oder die Reihenfolge von Inhalten durch den Leser selbst manipuliert werden.⁴⁷ Hierzu gehören das Unterdrücken nicht relevanter Textteile und Kapitel sowie das Zusammenstellen eines Exzerpts. Die einfache Möglichkeit, eine zu geringe Schriftgröße den angestregten Augen entsprechend anzupassen, stellt ein weiteres Beispiel dar. Zudem erfüllen Anmerkungen und Notizen eben diese Personalisierungsfunktion: »Aus Vertriebs-sicht wäre es eventuell sinnvoll, wenn die Weitergabe eines E-Books durch die Personalisierung ihre Grenzen findet, indem man persönliche Notizen nicht einfach löschen kann und die Bindung des Nutzers an ›sein‹ Exemplar durch eine möglichst weitgehende Personalisierung sehr stark wird.«⁴⁸
- Neben leserseitigen Vorteilen entstehen durch das neue Medium ebenso neuartige Ansätze für die digitale Vermarktung von Büchern: Es entsteht die Chance, »[to] easily retrieve data on customers, including data on previous purchases, that allows it to engage in targeted marketing.«⁴⁹ Durch statistische Verfahren können Marktdaten erhoben und durch die neue

³⁹ Wie Anm. 6.

⁴⁰ Wie Anm. 31.

⁴¹ Wie Anm. 14, S. 36.

⁴² Ebd., S. 113.

⁴³ Wie Anm. 12, S. 34.

⁴⁴ Wie Anm. 20, S. 5.

⁴⁵ Vgl. ebd.

⁴⁶ Vgl. ebd.

⁴⁷ Vgl. Anm. 6, S. 73.

⁴⁸ Wie Anm. 20, S. 5.

⁴⁹ Wie Anm. 6, S. 9.

Technologie in Echtzeit ausgewertet werden. Für den Onlinehandel via Internet ist dieser Ansatz nicht neu, kann aber nun direkt in digitalen Büchern angewandt werden.

Für den Sachbuchverlag Peter Delius lagen die Mehrwerte von Enhanced E-Books klar auf der Hand. Klassische Bücher werden vom Verlag konzipiert und nach einem editorischen Prinzip aufgebaut. Für die redaktionelle Befüllung werden erst nachträglich Autoren engagiert. Die inhaltliche Verknüpfung von Buchelementen ist nicht neu und war bereits in der Vergangenheit in Büchern angelegt. So sind sie in Abschnitte gegliedert, wie beispielsweise Haupttexte, Bilder, Bildtexte, Vertiefungselemente, Faktenausschnitte, Listings und Seitenverweise. Enhanced E-Books entsprechen den Wunschbildern, welche die Verlagssparte schon lange ersehnte: Denn dass sich die Buchelemente nun viel schneller und dynamischer verknüpfen lassen, ist lediglich eine technische Frage gewesen. Nun, da es eine technische Plattform gibt und sich ein entsprechender Markt entwickelt, war es für den Verlag naheliegend, die Inhalte auf das neue Medium zu überführen. So ist der Schritt des verlegerischen Anordnens von Inhaltsebenen hin zur persönlichen Wahl durch den Leser selbst ein sehr kleiner.⁵⁰ Ein funktionierendes Beispiel für ein derartig interaktives und multimedial angereichertes Enhanced E-Book liefert der Dienstleister Push Pop Press. Im Auftrag von Verlagen und Autoren arbeitet er Inhalte für Enhanced E-Books aus. Eines der ersten Werke ist das Buch »Our Choice« des US-amerikanischen Politikers Al Gore. Es beinhaltet ein bewegliches Cover, vertonte Bilder und vor allem interaktive Infografiken.⁵¹

⁵⁰ Vgl. Delius, Peter (2011): [Interview].

⁵¹ Vgl. Matas, M.: A next-generation digital book. TED: <http://goo.gl/Y516q>, 2011.

2. Thesen zur Auswirkung von Enhanced E-Books

Im Folgenden geht es um die Veränderungen und Chancen im Wertschöpfungsprozess des Mediums Buch durch die Einführung digitaler Enhanced E-Books.

»Durch die Entwicklung zum Enhanced E-Book transformiert sich die Form der sozialen Interaktion über Bücher.«

Als Chance für konsumierende Akteure wird die vernetzte, soziale Interaktion innerhalb digitaler Bücher gesehen. Personalisierung bildet hierbei die Grundvoraussetzung für soziale Interaktionen, da sie die Manipulation des eigentlichen Buchinhaltes erst ermöglicht. Besonders im Bildungs- und Wissenschaftssektor ergeben sich effizientere Möglichkeiten des Lehrens, Lernens und der Recherchearbeit. Hierbei kann das Lesen von einer isoliert stattfindenden Tätigkeit in ein soziales Erleben übergehen. Während bei gedruckten Büchern soziales Interagieren außerhalb des Mediums zum Beispiel über Lesezirkel stattfinden muss, erlaubt es die Technologie von Enhanced E-Books, diese Interaktionen innerhalb des Mediums erfolgen zu lassen. Die Personalisierungs- und Interaktionsfunktion bilden dabei die Grundlage.

Besonders für Schulen in Zusammenarbeit mit öffentlichen Institutionen könnte dies eine tragende Bedeutung erhalten. Hierbei werden in einem Kommunikations-Dreieck, bestehend aus der Institution Museum, Lehrer und Schüler, vorgefertigte Informationen zum Lernen bereitgestellt. Vor einem Museumsbesuch werden Lehrmaterialien nicht in Form klassischer PDFs, sondern kleiner optimierter Webseiten oder Apps an den Lehrer zur Verfügung gestellt. Diese enthalten inhaltlich speziell aufbereitete Checklisten für die Schüler, wie sie als Druckvarianten bereits heute im englischsprachigen Raum verbreitet sind. Der Lehrer kann diese Inhalte selektieren und speziell für seinen Lehrstoff für die Schulklasse zusammenstellen. Hierdurch kann erreicht werden, dass ein Museumsbesuch zum Erlebnis, einer Schnitzeljagd oder Detektivarbeit wird. Ausgefüllte Multiple-Choice-Fragen oder Fotos von Exponaten werden vom mobilen Gerät auf einen Server übertragen und können vom Schüler ausführlich am heimischen Computer gemeinsam mit anderen Mitschülern beantwortet und zur Auswertung an den Lehrer übersandt werden. Enhanced E-Books sind somit eine Chance, durch die sich der Arbeitsprozess für den Lehrer vereinfacht und der Schüler zudem mehr Spaß beim Lernen hat.

Durch die Bereitstellung der notwendigen Infrastruktur bieten sich zudem vertreibenden Akteuren neue Gelegenheiten, ihre Kunden näher kennenzulernen oder selbst mit diesen in direkten Kontakt zu treten. Zur Kommerzialisierung einer derartig aufwendigen und kostspieligen Infrastruktur sollte das individuell gesammelte Mediennutzungs- und Kaufverhalten zur Promotion neuer Angebote und Produkte eingesetzt werden. Kritisch anzumerken ist, dass gedruckte Bücher bisher untereinander nach Belieben getauscht werden konnten. Das digitale Pendant erfordert für die gleiche Handhabung nun eine komplexe und digital einheitliche Infrastruktur. Die gesamten Buchfreunde eines Lesezirkels müssten dieser digitalen Plattform gleichsam angehören, sollte kein offener Standard etabliert werden können. Dies würde Netz- und Lock-In-Effekte für einige große Plattformen-Betreiber ermöglichen, jedoch der Mehrheit an Wettbewerbern erhebliche Markteintrittsbarrieren prophezeien. Ratsam scheint es deshalb, eine universelle Kommunikationsschnittstelle für digitale Buchinhalte zu etablieren. Sie sollte modular und plattformübergreifend eingesetzt werden können. Grundlegende Ansätze für eine derartige Kommunikationsschnittstelle wurden bei der Literaturcommunity LovelyBooks.de der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck ermittelt.

»Die Eigenschaften von Enhanced E-Books führen zur Entwicklung neuer Erlösmodelle.«

Digitale Informationsprodukte zeichnen sich durch minimale Grenzkosten aus. So sind für Enhanced E-Books Finanzierungsmodelle erdenklich, die vornehmlich die Fixkosten der Produktion decken. »[C]ontent pricing trends have only one endpoint: free.«⁵² Dies hat den Vorteil, dass durch minimale Einstiegspreise geringe Zugangsbarrieren für Neukunden realisiert werden können.

⁵² Baumann, M.: Ebooks: A New School of Thought. InformationToday, 27 (5), 2010, S. 46.

Gerade non-lineare Werke können vom Leser nicht auf den ersten Blick in Umfang und Qualität beurteilt werden, weshalb die Möglichkeit des unentgeltlichen Probierens eingeräumt werden sollte. Die Herausforderung ist es dann, über den geringen Einstiegspreis hinaus zusätzliche Angebote separat abzurechnen.

Im Folgenden werden für Enhanced E-Books ausgewählte Preisdifferenzierungsstrategien für Informationsgüter nach Carl Shapiro und Hal Varian vorgestellt:

- ▶ **Bequemlichkeit:** Das Merkmal schränkt Zeit und Ort ein, an denen ein Buchinhalt abgerufen und gelesen werden kann.⁵³ Durch die elektronische Kontrolle sind gerade in diesem Punkt künftig viele kreative Ansätze gegeben. Eine Option ist die Unterscheidung zwischen Onlinezugriff und Komplettdownload eines Inhaltes. Der Komplettdownload räumt dem Leser mehr Freiheiten in der Nutzung ein. Als Beispiel gilt hier eine Art »Urlaubsmodus«: Da Roaming-Gebühren im Ausland teuer sind, kann eine zeitlich begrenzte Offline-Nutzung gegen einen entsprechenden Aufpreis erworben werden. Zudem entstehen kreative Vermarktungsmöglichkeiten für Kooperationspartner, deren physische Belieferung bisher zu kostspielig war. So können beispielsweise Kooperationsverträge mit gastronomischen Einrichtungen oder den Verkehrsbetrieben geschlossen werden. Während der Nutzung dieser Einrichtungen kann der Kunde kostenlos auf aktuelle oder exklusive Verlagsangebote mit einem Leihgerät oder dem Eigenen zugreifen.
- ▶ **Flexibilität in der Nutzung:** Diese Eigenschaft zielt auf Anwendungsmöglichkeiten digitaler Informationen ab: »[...] the ability to store, duplicate, or print the information.«⁵⁴ Je flexibler mit den Informationen aus Enhanced E-Books umgegangen werden kann, desto höher ist die Zahlungsbereitschaft für diese. Hierzu zählt zum Beispiel die formatübergreifende Bereitstellung von Inhalten. Der Konsument erhält nicht nur den Zugriff über das iPad, sondern auch die Möglichkeit des Aufrufs per Smartphone oder Desktop-PC. Eine derartige Strategie wendet das bereits vorgestellte Unternehmen Flat World Knowledge auf e-Books an: »Flat world textbooks are available for free online, customers are still paying a premium to publishers for the convenience of having a digital or print copy at their disposal anywhere, at any time.«⁵⁵ Durch die digitale Verarbeitung ist es möglich, personalisierte Produktversionen bereitzustellen: »A free online-only version, a range of electronic formats that can be bought and downloaded to a computer desktop or e-reader, or a printed copy that can be produced and shipped on request.«⁵⁶ Die kostenlose Flat World Version macht einen Großteil der studentischen »Follow the Free« Kunden erst auf das Unternehmen aufmerksam, während die modifizierten Produktversionen dann Gewinn erzielen.
- ▶ **Bundling:** Bezeichnet ein aus Einzelprodukten bestehendes Gesamtpaket, das zu einem Festpreis angeboten wird und günstiger als die Produkte im Einzelnen ist. Hierbei gilt es, drei verschieden gepreiste Pakete zu unterscheiden: »The important thing to recognize is that the product you really want to

⁵³ Ebd., S. 58.

⁵⁴ Ebd., S. 59.

⁵⁵ Ebd., S. 46.

⁵⁶ Ebd., S. 44.

sell is the middle product – the high-end product is there only to push people toward the compromise choice.«⁵⁷ Da es sich hierbei um ein bewährtes Konzept handelt, bietet sich dieses ebenso für elektronische Buchtitel an. Jedoch entsteht für digitale Informationsangebote gegenwärtig ein gegensätzlicher Ansatz: Beim sogenannten Micropayment werden kleine Informationsmengen eines Gesamtangebotes stückchenweise zu geringen Preisen zugänglich gemacht.⁵⁸ So sollen die Zahlungsbereitschaft des Nutzers steigen und Preise nach persönlichem Interesse abgeschöpft werden.

⁵⁷ Wie Anm. 6, S. 72.

⁵⁸ Stöcker, C.: Warum Kassieren online so schwierig ist. Spiegel Online: <http://goo.gl/d8Es>, 2009.

Eine Gesamtstrategie für Enhanced E-Books ergibt sich aus den Merkmalen »Bundling«, »Umfang und Reichhaltigkeit« sowie dem »Follow the Free« Ansatz nach Zerdick: Ein digitales Buchprodukt sollte zu einem geringen, gar kostenlosen Einstiegspreis angeboten werden. So kann es der Leser kostenlos kennenlernen und die Einstiegsbarriere kann gering gehalten werden. Denn non-lineare Produkte haben den Nachteil, dass der Leser nicht auf den ersten Blick erkennen kann, ob das Angebot umfangreich ist und seinen Vorstellungen entspricht. Die Herausforderung ist es, das Produkt nicht über den Einstiegspreis, sondern über zusätzliche Angebote zu monetarisieren. Erst im Laufe der Nutzung erwirbt der Leser beispielsweise zusätzliche Angebote durch Micropayment »aus der aktuellen Lektüre heraus.«⁵⁹ Je nach Interesse und Wunsch können vertiefende Informationen abgerufen werden. Apps bieten hier den Vorteil des In-App Kaufes, bei dem der Nutzer bereits alle zahlungsrelevanten Eingaben zentral hinterlassen hat. Die Bezahlung kann dann mit nur einem Tastendruck erfolgen. Das Potenzial liegt in der Einfachheit jeder zusätzlichen Transaktion und der Minimierung von Transaktionsschritten.⁶⁰

⁵⁹ Delius, Peter (2011): [Interview].

⁶⁰ Koch, Marcel (2011): [Interview].

Durch die Unterteilung in Inhaltsmodule stellt das Enhanced E-Book zudem eine neuartige Form des Bundles dar. Denn es hat den Vorteil, dass zusätzlich integrierte Buchinhalte (Einzelprodukte) durch den geringen Einstiegspreis kostenlos mitbeworben und erst nach Bedarf freigeschaltet werden können.

Nach einer Studie des Buchreportes⁶¹ über beliebte Zahlungsmodelle von Vertretern der Buchbranche wurde folgende Reihenfolge aufgestellt:

- ▶ Flatrate, ein Abo-Modell, das für alle Online-Inhalte eines Anbieters gilt und in Kontinentaleuropa die meisten Anhänger hat.
- ▶ Micropayment, besonders favorisiert in Großbritannien und den USA.
- ▶ Mit einigem Abstand folgt das Premium-Modell, ein Extra-Abo für ausgewählte Onlineinhalte, einer Variante der Flatrate.

⁶¹ Vgl. Buchreport: Aufbruch zu neuen Geschäftsmodellen. Buchreport.de: <http://goo.gl/p84PS>, 2009.

Die Studie bestätigt, dass Micropayment im Bereich digitaler Buchmedien beliebt ist. Bei dieser Zahlungsart handelt es sich um eine direkte, nutzenabhängige Einzeltransaktion, da sich der Nutzer bewusst für den Kauf des Medienangebotes entscheidet.⁶² Nutzenunabhängig hingegen sind die Modelle Premium und Flatrate. »Herausragendes Merkmal dieser Erlösform[en] ist die Optionalität bezüglich der konkreten Nutzung: Egal ob oder wie häufig ein Konsument Inhalte nutzt, immer fällt der gleiche Pauschalbetrag an [...]«⁶³ So haben sie den Vorteil, dass der Leser beliebige Bücher anlesen

⁶² Vgl. Zerdick, A.: Die Internet-Ökonomie. Springer, 2001, S. 26.

⁶³ Ebd., S. 27.

und durch sie hindurch blättern kann. Aufgrund der digitalen Eigenschaften entstehen dem Händler kaum variable Kosten pro Zugriff. Damit lässt sich eine weitere Entwicklung künftiger Erlösmodelle im digitalen Buchgeschäft begründen: Der Trend geht weg vom physischen Erwerb eines Medien- oder Buchinhaltes hin zum virtuellen Zugriffsrecht.

An dieser Stelle wird aufgezeigt, welche Erlösformen sich besonders für den Einsatz von Zugriffsrechten anbieten.

- ▶ Pay-per-View: Ein aus der Online-Werbebranche stammendes Abrechnungsverfahren ist Pay-per-Click, bei welchem dem Werbekunden eine Werbeleistung pro Seitenaufruf berechnet wird. Eine Erweiterung dieses Modells bildet das Pay-per-View-Verfahren, das für digitale Buchseiten Anwendung finden kann. Bei diesem wird die Leistung pro Ansicht einer Seite abgerechnet. Es bietet sich besonders für wissenschaftliche Bibliotheken an, bei denen Leser vor allem der Recherchearbeit nachgehen und lediglich einzelne Seiten und Kapitel betrachtet werden. Die Bibliothek verzichtet auf den physischen Erwerb des gesamten Buches und schließt zugriffsbabhängige Lizenzverträge mit den Verlagen ab. Die finanzielle Kalkulierbarkeit entstehender »Kosten auf Abruf« bleibt gegeben, da Budgetgrenzen im Vorhinein definierbar sind.⁶⁴
- ▶ Patron-driven-Acquisitions: Volumenpakete sind klassische Abrechnungsformen zwischen Bibliothek und Verlag. Verschiedene wissenschaftliche Titel werden zu günstigen Konditionen als Gesamtpaket bezogen. Neben nachgefragten Bestsellern füllen somit zudem »Regalleichen« die Gänge der Einrichtungen. Patron-driven-Acquisitions vermeiden einhergehende Kosten auf Seiten der Bibliotheken und optimieren den Finanzhaushalt der Bildungseinrichtungen: Bei diesem Modell steht der kundengesteuerte Erwerb im Vordergrund. Eine Bibliothek entleiht ein digitales Buch nur noch dann, wenn Bedarf an dem Titel besteht. Eine Verzögerung beim Ausleihen entsteht durch die digitalen Eigenschaften nicht. »Die Bibliothek kann dadurch eine Vielzahl von Titeln in den Katalog aufnehmen, ohne zusätzliche Gebühren entrichten zu müssen.«⁶⁵ Somit wird zusätzlich der Long-Tail verfügbarer Bücher erhöht. Ist die Nachfrage nach einem Titel schließlich sehr hoch, kann das Buch dauerhaft erworben werden.
- ▶ Werbung: Der indirekte Erlöstyp wird von einem auswärtigen Unternehmen erbracht.⁶⁶ Aus der Medienökonomie ist in diesem Zusammenhang die Finanzierung eines Medienproduktes über den dualen Markt bekannt. So wird inzwischen mehr Werbung im Internet als in Tageszeitungen geschaltet.⁶⁷ Doch gerade in Büchern, die bisher gänzlich ohne Werbung auskamen, ist die Nutzerakzeptanz stark umstritten. So spricht der Interviewpartner Peter Delius davon, dass Werbung das Medienprodukt negativ bedingt, »[...] da das Preisempfinden und die Qualität durch den Leser heruntergesetzt werden.«⁶⁸ Zudem würden werbefinanzierte Apps von den Konsumenten weniger als eigenständiges Produkt wahrgenommen.

⁶⁴ Vgl. Trommershausen, Anke: Vertrieb wissenschaftlicher Bücher in den USA, Vortrag Weimarer EDOC-Tage, 2011.

⁶⁵ Wie Anm. 61.

⁶⁶ Wie Anm. 62, S. 26.

⁶⁷ Financial Times Deutschland: Mehr Werbung online als in Tageszeitungen, 2011, S. 7.

⁶⁸ Delius, Peter (2011): [Interview].

Es zeigt sich eine wachsende Komplexität digitaler Geschäftsmodelle. Diese verlangen produzierenden und vertreibenden Akteuren die Kenntnis über vielschichtige Faktoren ab. Als sinnvolle Kombination dieser Faktoren kristallisiert sich beispielsweise der Markteintritt über die Preisstrategie des »Follow the Free« heraus, die durch die Provokation von Netzeffekten eine zügige Verbreitung des Medienangebotes erlaubt. Die vorgestellten Preis-differenzierungsstrategien tragen dazu bei, das Produkt schließlich zu monetarisieren. Als Hoffnungsträger der Branche gelten hier Micropayment-Gebühren.

»Digitale Buchinhalte erweitern die Möglichkeiten der Publisher, das Konsumentenverhalten der Leser auszuwerten.«

Durch die Kombination des interaktiven Lesegerätes mit einer Internetverbindung wird vor allem Plattform-Betreibern die Chance geboten, das Konsumentenverhalten statistisch auszuwerten. Aus den gesammelten Daten können individuelle Angebote für den Nutzer erstellt werden. Hierdurch wird ihm die Auswahl neuer Bücher erleichtert, wenn er der Auswertung personenbezogener Daten zustimmt. So arbeiten maschinelle Empfehlungssysteme umso präziser, desto genauer ihre Kenntnis über das gesamte Kauf- und Klickverhalten eines Nutzers ist. Die hieraus gewonnenen Nutzerprofile sind für die Vermarktung weiterer Medienangebote ein wertvolles Gut und haben sich beispielsweise beim Onlinehändler Amazon optimal profiliert. Publisher nehmen in der Erhebung jedoch eine benachteiligte Stellung ein, da nur der Handel über den direkten Kontakt zum Endverbraucher und entsprechender Auswertungsschnittstellen verfügt. Die technische Infrastruktur für statistische Auswertungsmöglichkeiten liegt nach gegenwärtigem Entwicklungsstand hauptsächlich bei den Plattformbetreibern – nicht aber bei den Publishern selbst. Zur Lösung dieses Problems sollten Verlage Bündnisse mit gleichgesinnten Branchenpartnern schließen und offene Plattformen etablieren, die den direkten Kontakt zum Endkunden ermöglichen.

»Neue Akteure, wie zum Beispiel Hersteller der E-Book-Reader, verändern das bisherige Machtgefüge.«

Marktführende Hardwarehersteller beeinflussen das digitale Medium durch die Entwicklung technologischer Grundlagen. Sie stellen einen neuen Akteur der Buchbranche dar: Dieser bestimmt die Infrastruktur und damit die Art und Weise, mit der digitale Buchinhalte den Leser erreichen. Hierbei entscheiden die Konzerne zum gegenwärtigen Zeitpunkt eigenständig, welche Inhalte von Dritten ihre Geräte passieren dürfen. Verleger haben sich deshalb mit ihrem sinkenden Einfluss auf die Veröffentlichung publizistischer Inhalte auseinanderzusetzen. Eher schleppend verläuft hierbei die kooperative Zusammenarbeit der Verleger untereinander, um eigene Interessen und Ansätze zu forcieren. Eine Chance für Autoren stellt die Verkürzung und Vereinfachung des Herstellungsprozesses von Buchinhalten dar: Produzierende Akteure erhalten die Möglichkeit, digitale Buchinhalte selbst zu publizieren, bei digitalen Plattformen eigenständig zu veröffentlichen und zu vermarkten. Onlinehändler und Plattformen werden hierbei zu

einem zentralen Bindeglied zwischen Autor und Leser. Verlage sind jedoch dazu angehalten, die Organisation und Umsetzung aufwendiger digitaler Buchproduktionen über verschiedene Anspruchsgruppen hinweg weiterhin zu koordinieren. Um Relevanz in diesem unüberschaubaren und wachsenden Strom an Inhalten zu schaffen, wird die klassisch von Verlagen eingenommene Rolle der Aggregation und Auswahl von Inhalten umso relevanter. Somit ist auch nicht der Fortbestand dieser verlegerischen Aufgabe gefährdet, wohl aber die Existenz von Verlagen, die nicht schnell genug erkennen, wie sie dieser Aufgabe im neuen Medium gerecht werden können.⁶⁹

»Das veränderte Machtgefüge beeinflusst den Plattformenwettbewerb und die Durchsetzung von Standards.«

Während sich offene Standards frei für die Verwendung auf unterschiedlichen Plattformen eignen, erschweren proprietäre Formate den Aufbau eines Marktes mit einem funktionierenden Wettbewerb. Neue Akteure, wie IT-Marktführer, nutzen gegenwärtige Innovationen, um eigene proprietäre Formate und geschlossene Plattformen zu etablieren.

Um Aussagen über die Entwicklung von Format-Standards treffen zu können, ist die Kenntnis vielerlei Schlüsselfaktoren notwendig. Zum Vergleich technologischer Plattformen für elektronische Bücher wurden ausgewählte Schlüsselfaktoren nach einer Systematisierung der Ökonomen Carl Shapiro und Hal Varian herangezogen. Sie werden nachfolgend vorgestellt:

- ▶ Kontrolle über einen existierenden Kundenstamm: Gerade etablierte Plattformanbieter haben den Vorteil, dass sie auf einen vorhandenen Nutzerstamm zurückgreifen können. Je umfassender dieser für eine neue Technologie abermals begeistert werden kann, desto besser ist die Erfolgsaussicht der Betreiber. »We can classify standards wars according to how compatible each player's proposed new technology is with the current technology.«⁷⁰ Beispielhaft geht hier das Unternehmen Apple vor, das mit der Einführung seines iPads volle Kompatibilität zu bisherigen Geräten, wie iPod, iPhone oder Mac sowie zu zahlreichen Applikationen aus dem App Store vorweisen konnte. Ein bereits existierender Kundenstamm wird so durch Lock-In Effekte an die neue Plattform gebunden. Apple verfolgt die evolutionäre Technologieentwicklung, die sich von der revolutionären unterscheidet. Während Evolution von einer abwärtskompatiblen Plattform Gebrauch macht, bietet die technologische Revolution keine Abwärtskompatibilität. Durch zuletzt genannte entstehen dem eigenen Kundenstamm wiederkehrende Wechselkosten – Lock-In Effekte finden hierbei keine Anwendung. Treffen zwei konkurrierende Plattformen mit unterschiedlichen Ansätzen aufeinander, hat eben die Evolution einen strategischen Vorteil: »Evolution versus revolution includes the important case of an upstart fighting against an established technology that is offering compatible upgrades.«⁷¹ Bei der Einführung des Kindle beispielsweise verfügte Amazon bereits über einen großen Kundenstamm klassischer Buchkäufer. Trotzdem stellte das elektronische Lesegerät eine revolutionäre Technologie zum Gedruckten dar, das hohe Wechselkosten für den Kunden erforderte.

⁶⁹ Vgl. Braun, A.: Buchbranche im Umbruch: Implikationen der digitalen Ökonomie. In: E. B. Michael Clement: Ökonomie der Buchindustrie. Wiesbaden 2009, S. 288.

⁷⁰ Wie Anm. 6, S. 262.

⁷¹ Ebd.

- ▶ Innovationskraft: Vor allem innovationskräftige Unternehmen sind in der Lage, Konkurrenten Marktanteile streitig zu machen. »[T]he ability to make proprietary extensions in the future puts you in a strong position today.«⁷² Verfügen die hinter den Plattformen stehenden Unternehmen zudem über eine Ansammlung grundlegender Patente, kann auch künftig mit Lizenzzahlungen der Konkurrenz gerechnet werden. »Firms with patents and copyrights controlling valuable new technology or interfaces are clearly in strong position.«⁷³ Während Amazon einen hohen Stellenwert auf dem Markt für reine E-Book-Reader besitzt, jedoch wie Barnes & Noble kaum über eigene technologische Patente verfügt, sind Google und Apple durch langjährige Eigenentwicklungen und Zukäufe besser gerüstet. Amazon und Apple profitieren zudem von First-Mover Vorteilen. Neben innovativen Produkten genießen diese oftmals einen langjährigen Vorsprung in der Produktentwicklung und im Umgang mit Konsumenten.
- ▶ Vorteile im Herstellungsprozess: Dieser Bereich zeichnet sich durch eine funktionsfähige Infrastruktur und kurze Produktionswege zu Lieferanten aus. Bekannte Unternehmen weisen hier vereinzelt Schwachstellen auf, da deren Produktionsketten von ausländischen Zulieferern abgedeckt werden. »If you are a low-cost producer, owing to either scale economies or manufacturing competence, you are in a strong position.«⁷⁴ Der südkoreanische Konzern Samsung ist zum Beispiel einer der wichtigsten Zulieferer der iPad-Displays von Apple, die gleichzeitig das größte Bauteil des Gerätes darstellen. Der kalifornische Konzern ist von dieser vorgelagerten Produktionsstufe abhängig, da das Unternehmen selbst »[...] anders etwa als Samsung, LG oder Sony, keinerlei eigene Fabrikationen und keine eigene Bauteilfertigung [...]«⁷⁵ besitzt. Im Gegenzug ist Samsung einer der größten Display-Hersteller der Welt und in der Lage, eigene Tablet-PCs aus erster Hand zu wesentlich günstigeren Konditionen anzubieten.
- ▶ Reputation und Markenbekanntheit: Wettbewerbsvorteile bei der Durchsetzung von Standards fallen besonders Plattformen zu, die über eine bereits etablierte Marke verfügen. Vorangegangene Erfolge bleiben in den Erinnerungen der Kunden erhalten: »[R]eputation and brand name are especially valuable in network markets, where expectations are pivotal.«⁷⁶ Bei allen bekannten Plattform-Betreibern ist diese Markenbekanntheit gegeben, weshalb vor allem neue Anbieter hohe Anstrengungen für den eigenen Markenaufbau unternehmen werden müssen.

⁷² Ebd., S. 271

⁷³ Ebd.

⁷⁴ Ebd.

⁷⁵ Postinett, A.: Apple zahlt Milliarde für Liefersicherheit. Handelsblatt: <http://goo.gl/mwbl6>, 2011.

⁷⁶ Wie Anm. 6, S. 272.

Die Indikatoren helfen Publishern bei der Beurteilung erfolversprechender Plattformen, in die in den nächsten Jahren investiert werden sollte. Darüber hinaus zeigte sich, dass die marktführenden Konzerne im Bereich des Herstellungsprozesses ihrer Lesegeräte Schwachstellen aufweisen: Die Produktion von Bauteilen wird oftmals über Zulieferer abgewickelt, die selbst entsprechende Endgeräte zu geringeren Marktpreisen anbieten. Verlage sollten deshalb Kooperationen mit kostenführenden Endgeräte-Herstellern eingehen und im Verbund unabhängige Plattformen mit

⁷⁷ Delius, Peter (2011):
[Interview].

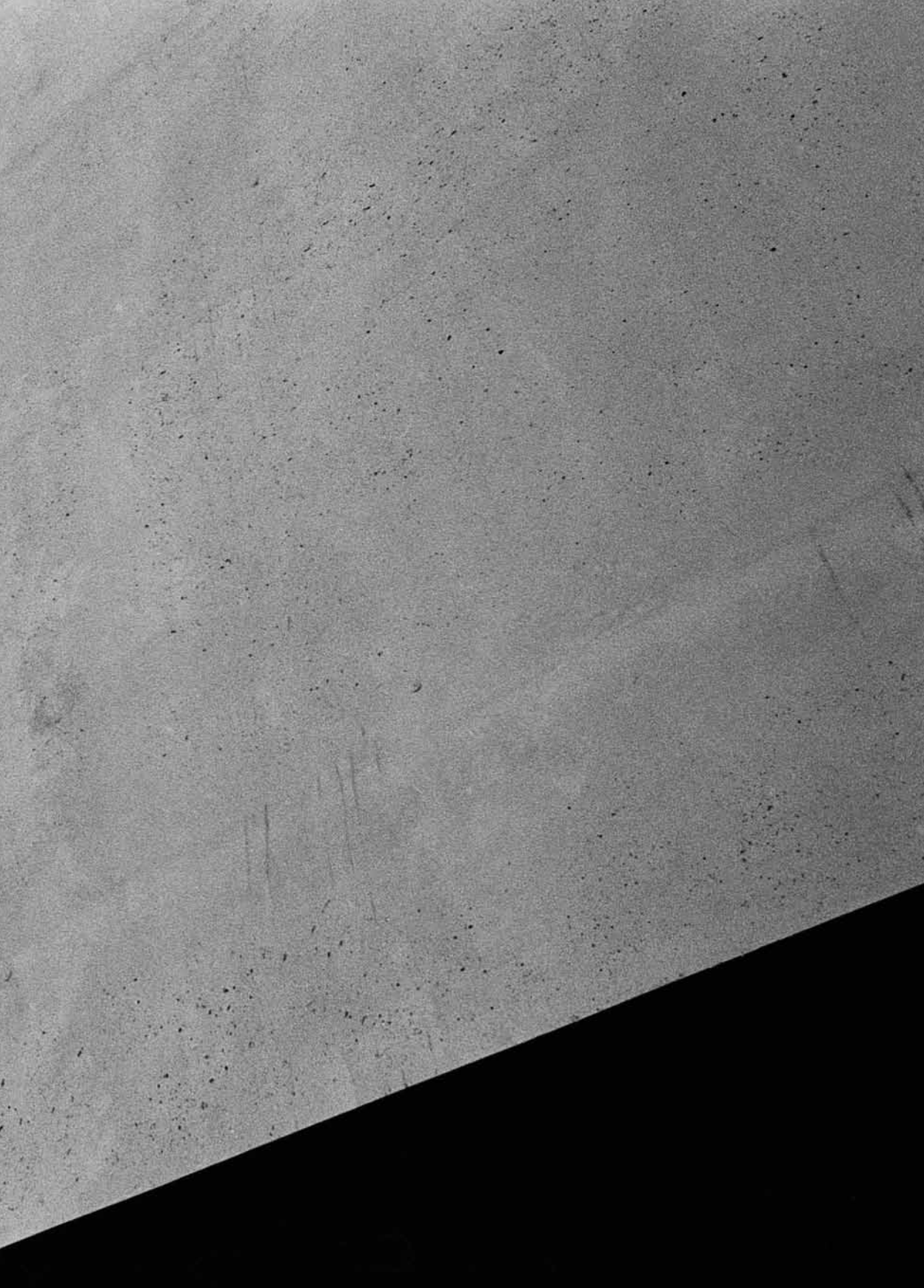
offenen Standards etablieren. Denn »[d]as Loslösen von Plattformen ist ein großes Thema für die Zukunft.«⁷⁷

»Cloud-Computing etabliert sich als Technologie für die Bereitstellung von Enhanced e-Books«

Besonders für mobile Lesegeräte mit begrenzter Speicherkapazität stellt Cloud-Computing eine erfolgsversprechende Vertriebsform dar. Dies gilt jedoch nur unter der Voraussetzung, dass von der zunehmenden Verfügbarkeit einer Internetverbindung ausgegangen werden kann. Der Vorteil des Cloud-Computings ist dabei, dass modulare Inhalte erst auf Anfrage des interagierenden Nutzers empfangen werden und zu einem ressourcenschonenden Gebrauch des Lesegerätes beitragen. »Books in Browsers« ist ein diesbezüglicher Ansatz, um das geräteunabhängige Lesen zu jeder Zeit an jedem Ort zu ermöglichen. Zudem zeichnen sich Enhanced E-Books vor allem durch aufwendige Multimediainhalte aus, welche die mobilen Übertragungsbandbreiten stark beanspruchen. Der Einsatz der Technologie ist zwar von Vorteil, jedoch vollends von der mobil zur Verfügung stehenden Übertragungsbandbreite abhängig. Gegenwärtig ist die Verwendung im Ausland nur eingeschränkt möglich und noch sehr kostspielig. Dies dürfte die Etablierung der Technik zumindest verzögern.

Aufbauend auf diesen grundlegenden Annahmen können künftige Forschungsprojekte Bedürfnisse hinsichtlich des sozialen Interagierens innerhalb von E-Books untersuchen, sowie die Voraussetzungen und Anforderungen an einen offenen Standard und eine unabhängige Plattformenarchitektur ermitteln. Weiterhin ist davon auszugehen, dass viele Menschen das gedruckte Buch durch den digitalen Ersatz vermissen würden. Das Ende des althergebrachten Mediums »Buch« heraufzubeschwören, ist daher nicht Intension dieses Textes. Um es mit den Worten von Mark Twain auszudrücken: »The rumors of my death have been greatly exaggerated.« Gleichwohl werden Enhanced E-Books neue Zielgruppen finden und gar das Mediennutzungsverhalten althergebrachter Leser revolutionieren.





1. Was sind Apps?

In gewisser Weise ist der Sprachgebrauch in der allgemeinen Diskussion um neue digitale Medienprodukte kennzeichnend für den gegenwärtigen Evolutionsstand von Technologie und Markt: Die Begriffe *ePub*, *E-Book*, *enriched* oder *enhanced E-Book* und *App* werden häufig synonym benutzt oder einfach falsch, oft herrscht ein reichlich diffuses Wissen über die Leistungsmerkmale und Einsatzgebiete – kurz: Es ist nicht ganz klar, worüber man spricht, sicher ist nur, dass es das *kommende DING* ist.

Das begriffliche Werkzeug soll an dieser Stelle nicht geschliffen werden, zum Zweck der Betrachtung von *Apps* als Medium müssen aber ein paar Missverständnisse ausgeräumt werden: *E-Books* sind in ihrer heutigen Form weitgehend lineare, textbezogene digitale Medien, die auf Readern oder am PC-Bildschirm gelesen werden. Im *ePub*-Format oder anderen Standards programmiert, können Texte dynamisch umbrochen werden (etwa bei Änderung der Schriftgröße), während PDFs starre Layouts bieten, die lediglich größenskalierbar sind. E-Books sind schlanke digitale Dateien; sie sind nicht interaktiv. *Enhanced E-Books* beziehen Bilder, Videos oder Tonsequenzen ein, die vom Leser gezielt angesprochen und abgespielt werden können. Von einem multimedialen, interaktiven Angebot sollte hier jedoch nicht gesprochen werden, denn die Möglichkeiten der individuellen Navigation sind hier heute noch äußerst beschränkt.

Apps sind offensichtlich keine E-Books, denn sie können nicht auf E-Book-Readern oder PCs installiert werden. Zählen Sie also überhaupt zu den digitalen Medien, welche Bedeutung können *Apps* für Medienanbieter und -vermittler erhalten? Nähern wir uns den Fragen mit ein paar Statements:

Der Medienkritiker

»*Apps sind doch nur ...*«

- ▶ *Spielereien für Daddler*: *Apps* dienen der Unterhaltung, sie bieten vor allem Animationen und technische Späßchen;
- ▶ *Gadgets für Angeber*: Genau genommen sind die teuren Smartphones ja die Glanzstücke – aber ohne coole *Apps* könnte man sein iPhone oder Samsung Galaxy nicht so häufig vorzeigen;
- ▶ *Geldverschwendung*: Sowohl für die Developer als auch für die User, denn so lange die einen kein Geld im AppStore verdienen und deshalb nicht in Inhalte investieren, sind *Apps* nicht das Geld des Users wert;
- ▶ *eine Modeerscheinung*: Bald wird ohnehin alles in the cloud sein, dann haben sich fest installierte *Apps* erübrigt.

Kurzum: *Apps* sind nichts für den seriösen Umgang mit Information und gehören nicht in den Kontext von E-Books als digitale Nachfolger von Printmedien.

Der Medienmacher

»Gute Info-Apps sind ...«

- ▶ *keine Spiele, Mini-Websites, E-Books ...*: Apps sind mehr oder weniger komplexe Programme und Datenbankanwendungen. Sie können für jede Art von Information mit interaktiver Nutzung programmiert werden;
- ▶ *innovativ in Usability und Design*: Damit erfüllen sie zwei wesentliche Kriterien, um sich als neue Mediengattung zu etablieren;
- ▶ *informativ und zugleich unterhaltend*: Gute Information muss nicht langweilig aufbereitet werden;
- ▶ *in der Nutzerführung intuitiv*: Das setzt auf Seiten des Developers intensive Studien des Nutzungsverhaltens voraus und bedingt außerdem die systematische Strukturierung von Inhalten und Programmfunktionen;
- ▶ *auf aktive Selektion und passive Rezeption ausgerichtet*: Apps dienen vorrangig der schnellen, situativen Wissensvermittlung. Inhalte sind deshalb oftmals kleinteilig portioniert, um gezielt angewählt werden zu können. Andererseits können sie so verlinkt werden, dass ein fortgesetzter Lesefluss möglich ist;
- ▶ *niemals fertig*: Im Unterschied zu E-Books können auch bereits beim User installierte Apps jederzeit vom Developer verändert, erweitert, verbessert werden. Solche updates erhöhen die Nutzungsfrequenz einer App und steigern damit letztlich die Bedeutung der gesamten Medienplattform Smartphone oder Tablet.

Kurzum: Apps sind Produkte in einem neuen Medienkanal mit hohem Ausbaupotenzial.

Der Kaufmann

»Apps sind leider ...«

- ▶ *an Betriebssysteme und Vertriebsplattformen gebunden*: Diese Tatsache stellt ein großes Vertriebsproblem dar – doch andererseits hat erst die Erfindung der AppStores einfache Bezahlmethoden möglich gemacht und damit Akzeptanz von Bezahlinhalten bei Usern geschaffen;
- ▶ *aufwendig in Konzeption, Programmierung und Content*: Die App-Produktion lässt sich anders als die E-Book-Herstellung nicht ohne Weiteres in den Workflow eines traditionellen Medienhauses eingliedern. Die Entwicklungsprozesse sind andersartig und kostenintensiv, Inhalte müssen neu generiert, Rechte gesichert werden. Bedeutende Kosteneinsparungen im Vergleich zum traditionellen Medienhandel bieten sich allerdings bei der Serienproduktion, und zwar vor allem bei den technischen Gestehungskosten und den Vertriebskosten;
- ▶ *extrem niedrigpreisig*: Niedrige Verkaufspreise und vergleichsweise kleine Absatzmengen sind bislang landläufig Argumente gegen die Entwicklung aufwendiger Qualitätsprodukte. Tatsächlich haben aber gerade die herausragenden Apps der jüngsten Zeit gezeigt, dass die Preisflexibilität der User größer als erwartet ist und dass gute Angebote in diesem Wachstumsmarkt schon jetzt wirtschaftlich sein können;

► *schwer zu kommunizieren*: Apps können nicht von beliebigen Portalen heruntergeladen werden, sie sind an ihre AppStores gebunden. Im wachsenden Angebot dieser Stores sind einzelne Apps schwer auffindbar. Die Ausleihe von Apps (Bibliotheken) ist vollkommen unbekannt, allerdings gibt es erste Sonderkonditionen-Modelle für Bildungseinrichtungen. Printmedien spielen für die Bekanntmachung von Apps eine geringe Rolle, insgesamt verlagert sich das gesamte Rezensions- und Empfehlungswesen in diesem Zusammenhang ins Internet und in die Apps selbst hinein. Gleichzeitig entwickeln sich hier aber neue Kommunikationsformen (Social Media Marketing), die entweder bei großer Streuwirkung oder aber bei zielgruppenspezifischer Ansprache sehr erfolgreich genutzt werden können.

Kurzum: Weder die Arbeitsprozesse bei der Erstellung noch die Absatz- und Kommunikationswege sind ausentwickelt. Doch die rapide Verbreitung von Endgeräten berechtigt zu der Annahme, dass sich hier ein Medienkanal etabliert, der genuine Produkte – Apps – einfordert und sich zu einem Marktplatz für eben diese Produkte entwickelt.

Präziser lässt sich die Frage, was Apps im Kern kennzeichnet und wie ihre Bedeutung im Medienmix einzuschätzen ist, schlechterdings kaum beantworten.

Etwas genauer kann man dagegen die besondere mediale Erfahrung bei der Nutzung von Apps beschreiben. Sie ließe sich sogar in einer Studie messen, wenn nur zwei Kriterien untersucht würden, die für den User von so zentraler Bedeutung sind, dass sie darüber entscheiden, ob eine App »gut« oder »schlecht« ist: Die User Experience und das User Interface.

2. Was macht Apps im Medienumfeld erfolgreich?

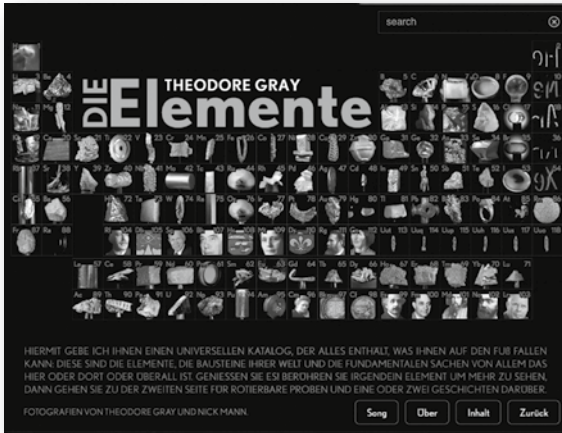
Apps dienen bis heute vor allem entweder praktischen Zwecken, etwa der Navigation, oder besitzen vornehmlich unterhaltenden Charakter. Sachinformation wird erst seit dem Jahr 2010 vermehrt in Form von Apps aufbereitet. Für die Zukunft sind hier starke Zuwächse zu erwarten (übrigens auch im Bereich der Ausbildungs- und Anleitungsliteratur), weil sich gerade hier die Vorzüge der neuen Medienerfahrung besonders deutlich zeigen.

User Experience – ich will Spaß!

Die Funktionalität von Apps ähnelt der von Websites. Doch bereits durch die Unmittelbarkeit der Steuerung mit Fingern auf einem Touch Screen ist der User wesentlich direkter »Herr« über das Medium als am PC. Dies umso mehr, als dass sich Apps meist durch einen hohen Grad an Interaktivität auszeichnen, also viele Möglichkeiten bieten, sich den Content nach eigenen Wünschen zu erschließen. Wenn die Nutzerführung (s. u.) intuitiv und die grafische Aufbereitung ansprechend und sinnvoll sind, wenn kleine Belohnfunktionen eingerichtet wurden (etwa eine Animation beim Lösen einer Aufgabe) und wenn die App überdies mit optisch-funktionalen Überraschungen aufwartet, erhöht dies die Nutzerzufriedenheit signifikant – die User Experience ist positiv.

Wer als Nutzer eine positive User Experience gemacht hat, und dies zumal bei einem so trockenen Thema wie etwa dem Periodensystem der chemischen Elemente – nüchternster Schulstoff für die meisten –, wird erwarten, auch bei anderen Themen in anderen Medien positive Erfahrungen machen zu können. Die positive User Experience wird also zu einem entscheidenden Faktor im Wettbewerb der Medienangebote werden. Hierin liegt die revolutionäre Kraft von Apps in der Entwicklung von Medien in den kommenden Jahren.

Ein hervorragendes Umsetzungsbeispiel ist die iPad-App »Die Elemente« des Londoner Developers Touch Press. Ein YouTube-Film demonstriert ihre außergewöhnlichen Features und lässt erahnen, warum diese App die wohl erfolgreichste ihrer Kategorie im Jahr 2010 war und als Meilenstein in der App-Entwicklung zu sehen ist.



<http://bit.ly/grzFpu>

Die Anordnung der Elemente auf dem Startscreen entspricht der Periodentabelle. Viele der Thumbnails drehen sich und erzeugen dadurch beim User den spontanen Wunsch, sie mit dem Finger anzutippen. Ein solcher Click öffnet die Unterseite eines Elements:



User Interface – meine App spricht zu mir!

Die positive User Experience muss demnach Ziel eines Medienentwicklers (Verlags) sein. Dafür ist auf inhaltlich-konzeptioneller Seite guter Content eine der Voraussetzungen, die gute Nutzerführung ist eine andere. Bei der Nutzerführung geht es vereinfacht gesprochen darum, Mensch und Maschine kompatibel zu machen, und das Mittel ist die Wahl der Benutzeroberfläche – das User Interface.

Die Benutzeroberfläche ist die Darstellungsebene der App. Auf ihr werden der gesamte Text und alle Bilder angezeigt, sie enthält alle Bedienelemente (Buttons), kurz sie ist das physische Erscheinungsbild der App. Damit ist sie zugleich die Eingabeplattform, über die der User die App steuert. Insofern leuchtet es ein, dass der Benutzeroberfläche – dem User Interface – eine zentrale Rolle zukommt: Nur wenn Navigationselemente und Funktionen der App ohne weitere Erklärung verständlich sind, wenn die Abfolge von Screens logisch ist, wenn die grafische Gestaltung angemessen ist, wenn Texte und Bilder gut wiedergegeben werden, nur dann wird es dem User leicht fallen, die App intuitiv zu bedienen, und nur dann stellt sich die positive Nutzererfahrung ein.

Intuitive Nutzerführung entsteht nicht allein durch die Gestaltung von Buttons oder die Wahl der Seitenübergänge. Sie durchdringt den kompletten Content und die Funktionsweise der gesamten App, um ihr eine in allen Aspekten schlüssige Struktur zu geben. Gute User Interfaces erzeugen einen »flow«: Der Nutzer navigiert ohne Schwierigkeiten und erschließt sich das Angebot spontan; die App wird für ihn zu einem positiven Medienerlebnis. Mithin liegt in der Erarbeitung einer guten Nutzerführung – in der Strukturierung und Gestaltung des User Interface – eine der Hauptaufgaben des Medienentwicklers.

3. Apps, E-Books, Portale – Thesen für die Zukunft

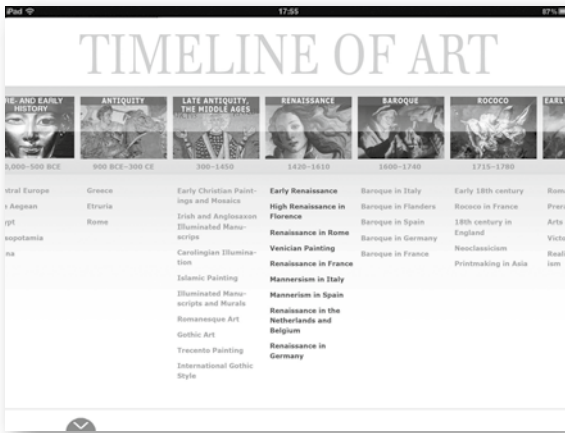
Apps und E-Books sind so junge Medienprodukte, dass sich ein spezifisches Mediennutzungsverhalten noch nicht etabliert hat. Mehr noch, die Fortentwicklung der technischen Produktions- und Distributionsmöglichkeiten verläuft derartig schnell, dass die Medienprodukte permanent mutieren. So viel ist jedoch schon jetzt klar: Die technischen Gegebenheiten werden sich weiterhin laufend verändern, die Möglichkeiten, Content anzureichern und ihn in immer neuen Zusammenhängen zugänglich zu machen, erweitern sich ständig. Letztlich ist also die Loslösung des Contents von einer vorgegebenen »physischen« Erscheinungsform wohl nur eine Frage der Zeit.

These 1 für die Zukunft lautet deshalb: Content wird als Datensatz in der Datenwolke vorgehalten, aus der er vom User bei Bedarf in eine temporäre Anwendung hineingeladen wird. Große Bedeutung kann hierbei Telekommunikationsanbietern und Betreibern von Cloud-Plattformen zukommen. Hieraus folgt mittelbar

These 2: Apps und E-Books sind Übergangserscheinungen. Langfristig werden sich plattformübergreifende interaktive Medienangebote durchsetzen. Es liegt nahe, die Hülle, in die Content für eine temporäre Anwendung eingeladen wird, möglichst flexibel zu gestalten. Schon heute sprechen viele Argumente (nicht zuletzt ökonomische) dafür, bestimmte Apps nicht mehr als in sich abgeschlossene Programme zu betrachten, sondern als kleine Portale, die es dem User ermöglichen, zusätzlichen Content und ebenso zusätzliche Funktionen hinzu zu laden. Das führt zu

These 3: Apps können als Portale zu anspruchsvollen Medienprodukten werden. Anbieter sind dabei Verlage und zahlreiche andere Contentprovider. Auch Suchmaschinen werden als Aggregatoren auftreten.

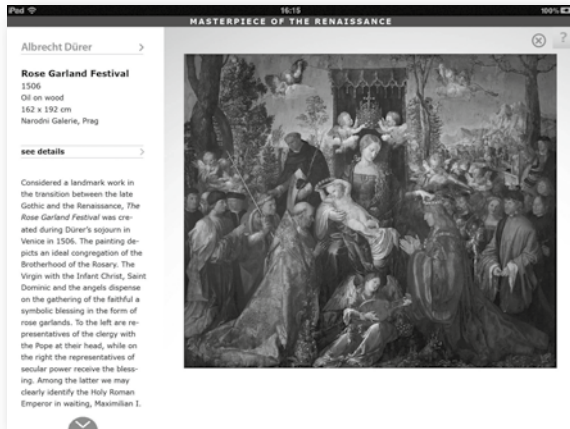
Als Beispiel für eine solche App, die zugleich Portal ist, sei hier die iPad-App »Die Geschichte der Kunst« erwähnt, die gegenwärtig bei Delius in Berlin entsteht und zu Weihnachten 2011 erscheinen soll.



Die Kunstgeschichte von der Höhlenmalerei bis zur Moderne wird in neun Kapitel unterteilt, die einzeln im AppStore erworben werden können.



Zu jeder Kunstepoche bietet die App über 100 Kunstwerke an, die in eigenen Bildtexten beschrieben werden. Bei Bedarf kann der Leser zusätzlich vertiefende Texte oder Detail- und Vergleichsansichten hinzuladen.



In Zusammenarbeit mit einem Medienpartner (Zeitschrift oder Online-Portal) enthält die App ein Kunst-Magazin, das monatlich über die aktuelle Kunstszene berichtet und mit Themenschwerpunkten große Ausstellungen begleitet. Dieses Magazin kann der User abonnieren.



Darüber hinaus lassen sich bestimmte Inhalte der App exportieren: So können Textpassagen (etwa zur Aufnahme in einer Hausarbeit) einschließlich bibliografischem Nachweis per E-Mail versandt oder Künstlerbiografien anlässlich eines Museumsbesuchs an das eigene iPhone weitergeleitet werden. Umgekehrt können Inhalte individuell hinzugeladen werden, bspw. eigene Fotos oder Notizen des Users oder aber ergänzende Angebote von Museen.

These 4: Ohne Portalfunktionen, modularen Content und ohne die Vernetzung von Content Providern sind anspruchsvolle digitale Medienangebote nicht finanzierbar. Realistische Businessmodelle sind jedoch die Voraussetzung dafür, dass sich Provider langfristig engagieren. Die Entwicklung der gesamten neuen Produktgattung »Digitale Medien« und der entsprechenden Kanäle wird also maßgeblich von Bereitstellung und Akzeptanz modularer Bezahlangebote abhängen.

DIE BAUHAUS- BIBLIOTHEK: VERSUCH EINER REKONSTRUKTION

**Michael Siebenbrodt
Frank Simon-Ritz**

Diese Publikation stellt die circa 150 überlieferten Titel der Bauhaus-Bibliothek im Altbestand der Universitätsbibliothek der Bauhaus-Universität Weimar vor, versucht eine Rekonstruktion der ursprünglichen Bestände und nimmt ihre kulturhistorische und pädagogische Einordnung vor – ein geistiger und Bildungskosmos des frühen Bauhauses. Durch zahlreiche Abbildungen erschließt sich auch die Entwicklung der modernen Typografie und Buchgestaltung zwischen 1900 und 1925 bis hin zu Handeinbänden aus der Buchbindereiwerkstatt des Bauhauses.

- »[...] die von Siebenbrodt und Simon-Ritz veröffentlichten Recherche-Ergebnisse sind so überraschend wie anregend und frei von aller Verklärung.« (Christian Eger in: Mitteldeutsche Zeitung vom 19.01.2010)
- »[...] Es handelt sich aber nicht nur um eine schlichte Rekonstruktion mit Anmerkungen, sondern die Bibliografie wird von drei kenntnisreichen Aufsätzen begleitet [...] Insgesamt liegt ein schön gestalteter Band mit ansprechenden Abbildungen vor.« (Ute Schneider in: Wandelhalle der Bücherfreunde, April 2010)
- »Der vorliegende ›Versuch einer Rekonstruktion‹, der mit seiner sorgfältigen grafischen Gestaltung dem großen Vorbild folgt, veranschaulicht auch diesen Aspekt der ›Bauhaus- Bibliothek‹ in hervorragender Weise.« (Jan-Pieter Barbian in: Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliografie, Jg. 57 (2010), H. 2, S. 123f.)



Format: 17 × 24,7 cm,
Broschur, 184 Seiten,
ISBN 978-3-86068-377-4,
PREIS 10,00 €



**VERLAG DER BAUHAUS-
UNIVERSITÄT WEIMAR**

ISBN 978-3-86068-377-4