

dr. ansgar warner

das große
ebook & ereader

abc

200 aktuelle Stichworte:

*Adobe-ID, Browser-App,
Calibre, DRM, epub, Fanfiction,
Glowlight, Krautpublishing,
Onleihe, Self-Publishing
und viele mehr...*

**Für Autoren, Verleger, Buchhändler
& alle Ereading-Interessierten**

e-book-news.de
rund ums elektronische lesen

das große ebook & ereader abc

Bitte beachten Sie
die Brancheninformationen
unserer Medienpartner
im Anhang:

Seibel Digital
SelfPublishing Day
Xinxii
Osiander
Mad Dog Comics
readfy
irights media
neobooks

**das große
ebook
& ereader
abc**

von
Dr. Ansgar Warner

ebooknews press

Impressum:
Copyright © 2014
ebooknews press
Verlag Dr. Ansgar Warner
Rungestr. 20 (V)
10179 Berlin
ISBN: 978-3-944953-23-6

Vorwort

Mit dem „E-Book & E-Reader ABC“ möchte ich einen lange vermissten Überblick bieten – denn es gibt zwar Lexika für den traditionellen Buchhandel, ein Nachschlagewerk speziell für den E-Book-Sektor existierte aber leider bisher noch nicht, obwohl der E-Lese-Boom auch in Deutschland schon mindestens seit 2010 die Gutenberg-Galaxis auf den Kopf stellt.

Dieses Nachschlagewerk versteht sich als aktuelles Branchenlexikon und Warenkunde rund um das Thema Elektronisches Lesen. In knapp 200 Stichworten erklärt es, was der Praktiker im Alltag wissen muss, ob als Verleger, Bibliothekar, Buchhändler, Autor oder ganz einfach interessierter E-Leser. Querverweise machen die Zusammenhänge deutlich und geben einen Eindruck vom rasanten Wandel der Buchbranche auf allen Ebenen (siehe die Hinweise zur Benutzung auf der folgenden Seite).

Dieses ABC erscheint sowohl als DRM-freies E-Book in den gängigen Formaten epub, mobi und PDF wie auch als Taschenbuch via Print On Demand. Denn alle Bücher sind E-Books – aber manche werden aus gutem Grund auch noch ausgedruckt. Verlegt wurde das ABC bei ebooknews press, dem neuen Verlagslabel von E-Book-News.

Für das gleichnamige Online-Magazin blogge ich seit 2009 rund um das Thema E-Books und E-Reading – schauen Sie doch mal vorbei! Wer sich speziell für die Geschichte des E-Books interessiert, dem sei zudem mein Buch „Vom Buch zum Byte“ empfohlen.

Berlin, im September 2014

Ansgar Warner

Hinweise zur Benutzung

Das ABC enthält rund 200 Artikel, aber auch mehr als 1000 Querverweise, so dass man es nicht nur gezielt zum Nachschlagen von Begriffen nutzen kann, sondern bei Bedarf auch breiteren Überblick erhält. Dazu ein paar thematisch geordnete Lesetipps:

E-Lese-Technik

E-Book-Geschichte, E-Book-Formate, E-Reader (allg.), Tablet (allg.), Smartphone, E-Ink, Glowlight und Display-Technologien, Marktübersicht E-Reader/Tablets

Literarische Innovationen

E-Comics, Enzyklopädie, Fanfiction, Handy-Roman, Hyperfiction, Twitteratur

Amazon & Co.

Amazon, Barnes & Noble, Kobo, Google Play, Kindle Store, Kindle Reader, Kindle Fire, Kindle Unlimited, mobi-Format, Sony

Geschäftsmodelle für die Buchbranche

App Store, Bundling, Crowdpublishing, Digital First, Discoverability, Flatrate-App, Humble Bundle, Pay What You Want, Social Reading

Zwischen Innovation & Tradition

Backlist, Barsortiment, Börsenverein, Buchpreisbindung, Gutenberg-Galaxis, Disintermediation, First-Sale-Doktrin, Mehrwertsteuer, Urheberrecht, VLB

Zukunft immaterieller Güter

BitTorrents, Creative Commons, Digital Rights Management, Download-Plattformen, E-Book-Piraterie, Ersatzrate und Public Domain

Self-Publishing & E-Publishing

Cover, Createspace, Distribution, Espresso Book Machine, ISBN, Kindle Direkt Publishing, Print On Demand, Self-Publishing, Self-Publishing-Plattformen, Typografie, Workflow

Elektronische Bibliothek

Google Books, Internet Archive, Onleihe, Open Access, Patron Driven Acquisition, Project Gutenberg, Universale Bibliothek

Weiterführende Informationen

Siehe die Artikel Blogs zum elektronischen Lesen und E-Reading-Forum, sowie die Literaturliste im Anhang

A

Abebooks

→[Antiquariat \(online\)](#)

acsm-Datei

→[Adobe Digital Editions](#)

Adobe Digital Editions (DRM-Technik)

(bzw. die in ADE enthaltene „Adobe Digital Experience Protection Technology“, ADEPT) ist bei →[epub](#)- und →[PDF](#)-Dateien der Branchenstandard zum Kopierschutz bzw. →[Digitalen Rechtemanagement \(DRM\)](#), und als Software auf allen gängigen Lesegeräten und Tablets vorinstalliert, mit Ausnahme von →[Kindle Reader](#), →[Kindle Tablet](#) und →[Kindle App](#), da Amazon einen eigenen DRM-Standard verwendet. Adobe DRM sorgt bei der →[Onleihe](#) dafür, dass ein vom Bibliotheksserver heruntergeladenes E-Book nach dem Ablauf der Leihfrist nicht mehr geöffnet werden kann.

Zur Nutzung von gekauften wie auch via Onleihe ausgeliehenen E-Books, die mit Adobe DRM geschützt sind, ist eine persönliche →[Adobe-ID](#) notwendig.

Nach dem Kauf eines E-Books im →[E-Store](#) eines Anbieters wie Weltbild, Thalia oder ocelot.de wird zunächst eine sogenannte .acsm-Datei heruntergeladen. Sie enthält den Download-Link für die eigentliche E-Book-Datei, die auf dem jeweiligen Lesegerät dann in verschlüsselter Form abgelegt wird. Ist etwa auf einem Desktop- oder Laptop-Rechner kein ADE installiert oder kommt es zu technischen Pannen, findet man nach dem E-Book-Download zunächst nur die acsm-Datei vor. Wird sie mit ADE (siehe folgenden Abschnitt) geöffnet, sollte das E-Book selbst automatisch bereitgestellt werden.

Adobe Digital Editions (Software)

im engeren Sinne bezeichnet ADE eine kostenlos erhältliche Software zum Lesen und Verwalten von E-Books, elektronischen Zeitungen und Magazinen im →[epub](#)- und →[PDF-Format](#), die sowohl auf Windows- wie auf Apple-Rechnern installiert werden kann. Durch die Integration der DRM-Software

ADEPT lassen sich mit ADE auch DRM-geschützte E-Books öffnen. Ist ADE auf Desktop- oder Laptop-PC nicht installiert, werden DRM-geschützte Titel ggf. nicht vollständig heruntergeladen, sondern lediglich eine sogenannte acsm-Datei (s.o.).

Da sich der von ADE genutzte DRM-Schlüssel mit spezieller Software extrahieren lässt (das Verfahren wurde erstmals 2009 beschrieben), kann man die persönliche elektronische Bibliothek auch komplett entschlüsseln und unverschlüsselt abspeichern, so dass zur weiteren Nutzung der Einsatz von ADE nicht mehr notwendig ist. Die alternative E-Book-Verwaltungssoftware →**Calibre** kann nach der Einbindung bestimmter Plugins mit DRM von Adobe geschützte E-Books direkt importieren. Die Umgehung des DRM-Schutzes verstößt jedoch gegen die Lizenzbestimmungen beim E-Book-Kauf (eigentlich: der Erwerb einer →**Lizenz zum Lesen**).

Adobe-ID

Um mit dem →**DRM-Standard** →**Adobe Digital Editions** kopiergeschützte E-Books lesen zu können, müssen Nutzer zunächst bei Adobe ein Account anlegen. Die Zugangsdaten, bestehend aus E-

Mail-Adresse und Passwort, werden als „Adobe-ID“ bezeichnet. Um ein Lesegerät oder eine App zur Lektüre →**DRM-geschützter** Titel freizuschalten, muss jeweils einmalig die Adobe-ID angegeben werden. Die Zahl gleichzeitig mit einer Adobe-ID nutzbarer Geräte ist begrenzt. Ohne Adobe-ID lassen sich kopiergeschützten E-Books im →**epub-** und →**PDF-**Format nicht lesen. Amazon-Kunden brauchen zur Lektüre kopiergeschützter E-Books im →**mobi-**Format keine Adobe-ID, auf Kindle-Geräten bzw. Kindle-Apps reichen zur Freischaltung die Login-Daten für das Amazon-Kundenaccount.

AKEP

→**Börsenverein**

Amazon

Das 1994 von Jeff Bezos gegründete Unternehmen (Hauptsitz: Seattle, Jahresumsatz 2012: 70 Mrd. Dollar) ist zum Gattungsbegriff für den →**Onlinebuchhandel** geworden. Tatsächlich gilt Amazon in den USA wie auch in Deutschland und vielen anderen europäischen Ländern als Marktführer, nicht nur bei gedruckten Büchern, sondern seit 2007/8 auch bei E-Books (siehe →**Kindle Reader**, →**Kindle Fire Tablet**, →**Kindle Store**). Der Zukauf des Hörbuchanbieters Audi-

ble hat Amazon zudem eine starke Stellung im Bereich Audiobook beschert. Der europäische Firmensitz von A. wurde aus steuerlichen Gründen in Luxemburg angesiedelt, was u.a. auch Vorteile bei der →**Mehrwertsteuer** bringt.

Schon Amazons Erfolge beim Versandhandel mit gedruckten Büchern wurde durch ein breites Angebot, hohe Rabatte (in den USA und Großbritannien gibt es keine →**Buchpreisbindung**), optimierte →**Discoverability** (d.h. **Entdeckbarkeit**) durch Leserbewertungen und Empfehlungsalgorithmen sowie durch komfortable Bezahlungsmöglichkeiten („One Click Bestellung“) erreicht. Der Zukauf des Social Reading-Portals Goodreads soll die Kundenbindung verstärken und für bessere Buchempfehlungen sorgen. Zudem setzt Amazon bei physischen Produkten auf eigene Lieferlogistik, in Deutschland existieren bereits knapp ein Dutzend großer Logistikzentren. Inzwischen werden dort nicht nur Bücher umgeschlagen, sondern im Rahmen von Amazons →**Print On Demand-Service** →**Createspace** mit Digitaldruckmaschinen direkt vor Ort produziert.

Die durch Amazon vorangetriebene Marktkonzentration im Buchhandel hat in den USA inzwischen

zum Zusammenbruch der zweitgrößten Buchhandelskette Borders geführt, auch die noch verbliebene Buchhandelskette →**Barnes & Noble** kämpft mit finanziellen Schwierigkeiten, zahlreiche Filialen mussten bereits schließen. In Deutschland bringt Amazon nationale Mitbewerber wie →**Weltbild** oder →**Thalia**, die ein großes Filialnetz finanzieren müssen, in Bedrängnis. Seit 2013 gibt es mit der →**Tolino-Allianz** ein gemeinsames Gegenkonzept mit eigener Reader-Plattform.

Amazon treibt den Strukturwandel der Buchbranche immer wieder mit Innovationen voran, die sowohl das Angebot vergrößern wie auch den durchschnittlichen Buchpreis (→**Pricing**) nach unten drücken. So startete das Unternehmen mit →**Kindle Direct Publishing** (KDP) eine →**Selfpublishing-Plattform**, begann den Einstieg in E-Book-Verleih und Flatrates (→**Kindle Leihbücherei**; →**Kindle Unlimited**) und plant mittlerweile offenbar den Second Hand-Handel mit E-Books. Über das kostenlose Tool →**Kindle Comic Creator** sollen zudem unabhängige Comiczeichner für das Selfpublishing gewonnen werden. Ein zusätzliches Geschäft auch für Verlage verspricht das →**Bundling** von phy-

sischen und digitalen Produkten. Nachdem sich dieses Modell im Bereich Musik etabliert hat („Auto-Rip“), erhalten Kunden mittlerweile beim Kauf vieler Printbücher ebenfalls eine kostenlose oder stark vergünstigte elektronische Version dazu (Kindle Matchbook).

Im Rahmen einer Strategie der →Disintermediation macht Amazon nicht nur dem Buchhandel, sondern auch Verlagen Konkurrenz. Neben der Förderung von →Selfpublishing gründet das Unternehmen zu diesem Zweck eigene Imprints (vgl. Amazon Publishing). Durch besonders günstige Konditionen will man nicht nur erfolgversprechende Talente anlocken, die z.T. via KDP entdeckt wurden, sondern bei Verlagen bereits etablierte Bestsellerautoren abwerben. Allerdings versucht Amazon mit Programmen wie „Kindle Singles“ oder „Kindle Worlds“ auch völlig neue Genres zu erschließen, in diesem Fall etwa als →E-Book-Single bezeichnete Kurztexte und →Fan-Fiction.

In den USA werden bei Amazons eigenen Imprints verlegte Titel von →Barnes & Noble und vielen unabhängigen Buchhändlern boykottiert. Es gibt dort jedoch auch direkte Kooperationen, so verkaufen manche Buchhandlungen im

Rahmen eines Provisionsmodells seit neuestem Kindle Reader und Kindle Tablets. In Großbritannien setzt mit Waterstones die größte nationale Buchhandelskette beim Readergeschäft auf Kindlegeräte. Entsprechende Ansätze in Deutschland gab es bisher nicht.

Literaturtipp:

„Amazon – das Buch als Beute“, von Daniel Leisegang, Schmetterling Verlag 2014, E-Book & Print

Amazon Prime

Premiumprogramm, das gegen eine jährliche Mitgliedsgebühr bestimmte Zusatzleistungen bietet und für die langfristige Kundenbindung sorgen soll. Unter die Leistungen fällt die Expresslieferung innerhalb vom 24 Stunden, die Ausleihe eines E-Books pro Monat im Rahmen von Amazons →Kindle Leihbücherei sowie der kostenlose Versand von Geschenkartikeln an Adressen innerhalb Deutschlands. Bis zu vier Personen im jeweiligen Haushalt können diese Leistungen in Anspruch nehmen.

Dazu kommen zeitlich begrenzte Rabattaktionen, so bot Amazon etwa in der Weihnachtssaison 2013 das neue Kindle Paperwhite für Premiumkunden 30 Euro günstiger an. Seit 2014 umfasst Ama-

zon Prime auch in Deutschland das zuvor nur in den USA verfügbare Angebot „Prime Instant Video“ – dieses ermöglicht Premium-Kunden den kostenlosen, zeitlich unbegrenzten Zugang zu zahlreichen Kino-Filmen und TV-Serien, die via Streaming auf dem Kindle Fire-Tablet und anderen Endgeräten angeschaut werden können. Als separate Flatrate für E-Books könnte auch in Deutschland demnächst Amazons Angebot →**Kindle Unlimited** hinzukommen.

Android

Von Google auf Linuxbasis entwickeltes, teilweise freies Betriebssystem für Mobilgeräte, das neben Smartphones und Tablets inzwischen auch auf vielen →**E-Readern** zum Einsatz kommt (z.B. Tolino, Pocketbook, Nook). Über den →**Google Play** Store bzw. alternative →**App Stores** können die meisten Androidgeräte mit zusätzlichen Apps bestückt werden, darunter etwa E-Reading-Apps, die via In App-Shopping mit Lektüre wie E-Books, E-Comics, Zeitschriften etc. befüllt werden können.

Bei vielen Lesegeräten ist die normale Androidoberfläche entweder verborgen (E-Reader, z.B. Tolino) oder soweit eingeschränkt (→**Lesetablets**, z.B. →**Kindle Fire**), dass viele Funktionen nicht zur

Verfügung stehen, insbesondere die Installation von zusätzlichen Anwendungen, etwa E-Reading-Apps konkurrierender Anbieter.

Versierte Anwender versuchen diese Einschränkungen oft zu umgehen, indem sie ihr Gerät entweder „jailbreaken“, d.h. bestimmte Sperren oder Limitierungen durch Hacks umgehen, oder →**Rooten**, d.h. eine alternative Androidoberfläche installieren, so dass der Reader oder das Tablet sich als normales Androidgerät nutzen lassen.

Literaturtipp:

„Das inoffizielle Android-Handbuch“, von *Andreas Itzhak Rehberg*, Franzis-Verlag 2013

Anmerkungen

Persönliche Anmerkungen (auch Kommentare oder Notizen genannt), die mit einer bestimmten Textstelle verknüpft sind, gehören neben →**Markierungen** und →**Lesenzeichen** zu den grundlegenden →**Textfunktionen** von elektronischen Lesegeräten und E-Reading-Apps. Insbesondere für das wissenschaftliche Arbeiten mit elektronischen Texten ist die Möglichkeit A. zu erstellen eine wichtige Voraussetzung, ebenso die Verwaltung, Bearbeitung und der Ex-

port in eine Textverarbeitungs-Software.

Durch unterschiedliche technische Standards einzelner E-Reader-Hersteller bzw. App-Anbieter im Fachbuch-Bereich (vgl. →**PaperC**) wird das Arbeiten mit Anmerkungen allerdings bisher noch erheblich erschwert. Innerhalb einzelner E-Reading-→**Ökosysteme** ist in der Regel das Synchronisieren zwischen verschiedenen mobilen Lesegeräten möglich. Im Rahmen von →**Social Reading**-Funktionen lassen sich Anmerkungen auch öffentlich machen bzw. mit der jeweiligen Community austauschen.

Anti-Aliasing

Technik zur Kantenglättung von Computergrafiken, speziell auch der Schriftzeichen auf dem Display von E-Readern, um z.B. störende Treppeneffekte zu vermeiden. Das A.-A. wurde insbesondere bei den relativ niedrig aufgelösten Displays der ersten →**E-Ink**-Generationen angewendet, um Buchstaben schärfer erscheinen zu lassen.

Antiquariat (online)

Das Internet hat auch den Handel mit gebrauchten Büchern revolutioniert – zumindest im Printbereich. Zu den großen A.-Plattformen im deutschsprachigen Web gehören die Amazon-Tochter

Abebooks, ZVAB (seit 2008 Tochter von Abebooks) und Booklooker. Während bei Abebooks und ZVAB zwischen gewerblichen Antiquaren und Endkunden vermittelt wird (Business to Consumer, b2c), können bei Booklooker auch Privatpersonen verkaufen (Consumer to Consumer, c2c).

Die bereits 1996 gegründete Plattform ZVAB (Zentrales Verzeichnis Antiquarischer Bücher) versteht sich als Pendant zum VLB (Verzeichnis lieferbarer Bücher) und setzt ähnlich wie Amazon auf das Potential eines umfassenden Onlinekatalogs.

Durch den Aufkauf von Abebooks sowie der größten deutschen Plattform ZVAB hat Amazon auch in Deutschland bereits eine starke Stellung im Onlinehandel mit gebrauchten Büchern. Antiquariate können bei Amazon.de als „Drittanbieter“ ihre Titel einstellen, entsprechende Angebote werden im Amazon-Store neben Neupreisen für Print und E-Book angezeigt.

Im Bereich digitaler Medien gibt es jenseits physischer Produkte wie DVDs, CDs oder (Spiele-)Cartridges bisher kaum antiquarische Geschäftsmodelle. Während gebrauchte Software (bzw. Softwarelizenzen) z.T. bereits gehandelt werden, wirft der Second

Hand-Handel mit E-Books – der nur im Rahmen von angepassten →DRM-Konzepten möglich scheint – bisher noch eine Menge formaler und juristischer Fragen auf (→First Sale-Doktrin). Große Anbieter wie Amazon haben jedoch bereits technische Vorbereitungen getroffen und entsprechende Patente angemeldet.

App

(von engl. „Application“, Anwendung), seit dem großen Erfolg von Apples mobilem Betriebssystem iOS, das via →App Store mit neuen Anwendungen bestückt werden kann, zum Gattungsbegriff für Anwendungen auf Smartphones und Tablets avanciert. Apps, die Daten zwischenspeichern können und nicht auf eine ständige Verbindung ins Internet angewiesen sind, nennt man auch Offline-Apps. Unterschiedlich bezeichnet werden die einzelnen App Stores – bei Googles Android Betriebssystem etwa heißt der App Store zur Zeit →Google Play Store, ein weiterer Begriff ist „Marketplace“.

Zum Grundkonzept der Apps gehört der komfortable Installationsprozess, →Download (ggf. auch Kauf) im App Store und Installation auf dem jeweiligen Gerät wurden soweit automatisiert, dass aus Sicht des Benutzers einfach nur ein

neues Icon auf dem Homescreen erscheint.

Neben sogenannten „nativen“ Apps, die als normale Programme auf Betriebssystem-Ebene ablaufen, gibt es auch spezielle „Browser-Apps“, die sich vom Look and Feel nicht von echten Apps unterscheiden, technisch aber wie eine Webseite aufgebaut sind (→Browser-App). Auch Programme für den Desktop-PC werden oft schon als Apps bezeichnet, was auch damit zusammenhängen dürfte, dass Apples App-Store Bestandteil des Desktop-Betriebssystems Mac OS X geworden ist.

E-Books, E-Comics wie auch Zeitungen, Zeitschriften und Magazine werden auf Tablets und Smartphones normalerweise mit einer →E-Reading-App gelesen, die in vielen Fällen auch den Einkauf weiterer Inhalte via In App Shopping ermöglicht. Auf Apples wie auch Amazons Geräten gibt es neben dem App Store separate Stores für elektronische Bücher (→iBooks bzw. →Kindle Store), im →Google Play Store sind E-Books im Angebot des App Stores selbst enthalten.

App-Store

Ort zum kostenlosen wie bezahlten Download von →Apps („Application“, Anwendung) insbesondere für

Smartphones und Tablets, auch als E-Store oder Marketplace bezeichnet. Einführung des Namens „App Store“ erstmals durch Apple, als 2008 parallel zum Start des iPhones der 2. Generation Nutzer die Möglichkeit bekamen, das Mobilgerät mit zusätzlichen Anwendungen zu bestücken, die von Drittentwicklern bereitgestellt wurden. Mit dem Launch des ersten →iPads 2010 wurde der App Store auch für Nutzer von Tablets zum festen Begriff.

Anfangs wurden in Apples App Store auch einzelne E-Books, E-Comics und Zeitungen verkauft. Seit dem Launch des iBooks Store bzw. der →iBooks App parallel zur Einführung des →iPads sind E-Books und E-Comics dort zu finden. Zeitungen und Zeitschriften wurden in eine weitere App namens „Zeitungskiosk“ ausgegliedert. Musik und Filme wiederum sind im bereits vor dem iPhone existierenden iTunes Store bzw. via iTunes-App zu finden.

In anderen App-Stores wie etwa beim Google Marketplace sind E-Books immer noch Teil des Angebots. Auf Amazons →Kindle Fire Tablets wiederum wird unterschieden zwischen dem für Bücher zuständigen Kindle Shop und einem

stark kuratierten App Store für alle anderen Anwendungen.

Für das reichhaltige Angebot der App Stores sorgen unabhängige App-Entwickler, die ihre Anwendung in den App Store einstellen können und (bei kostenpflichtigen Apps) bei jedem Kauf Tantiemen erhalten. Oft lässt sich auch innerhalb einer App zusätzlicher Content einkaufen (In App Shopping). Der Zugang zu vielen App Stores wird vom jeweiligen →Gatekeeper (insbesondere Apple und Amazon) stark reguliert, sowohl was Qualität wie auch Inhalt betrifft, was viele Kritiker als eine Art von nicht-staatlicher Zensur brandmarken.

ASIN

(Abk. für Amazon Standard Identification Number), zehnstellige alphanumerische Produkt- und Bestellnummer, die für sämtliche über Amazon vertriebene Produkte genutzt wird. Bei E-Books und Print-Büchern entspricht die ASIN der jeweiligen zehnstelligen Version der →ISBN-Nummer.

Auf Grundlage der ASIN wird die Webadresse (URL) der jeweiligen Produktseite automatisch erstellt, z.B. in der Form „amazon.de/gp/product/A123456789“. Zusätzlich wird die ASIN bei Non-Books unter der Rubrik „Pro-

duktinformationen“ aufgeführt, bei Büchern wird die ISBN angezeigt.

Über die Suchfunktion auf Amazon.de lassen sich Artikel auch durch die Eingabe der ASIN bzw. ISBN finden. Beim Versand von gedruckten Büchern erscheint die ASIN bzw. ISBN-Nummer auf der Verpackung als aufgeklebter Strichcode, der sich vom Lageristen oder Paketboten einscannen lässt.

autoren@leipzig-Award

auf der Leipziger →**Buchmesse** (LBM) vergebener Award, mit dem seit 2013 jeweils drei Werke von ausgewählten Selfpublishern in den Kategorien Sachbuch und Belletristik prämiert werden. Die beiden ersten Plätze sind mit 3.000 Euro dotiert, für die hinteren Ränge winken Sachpreise wie etwa ein professionelles Fotoshooting oder eine PR-Beratung. Der Award wird von der LBM in Zusammenarbeit mit der →**Selfpublishing-Plattform** Neobooks veranstaltet.

Nominieren können sich die AutorInnen bei diesem Award selbst. Via Onlinevoting gibt das Lesepublikum dann zunächst Empfehlungen für die Aufnahme von Titeln in die Shortlist. Die endgültige Entscheidung über Aufnahme in die Shortlist wie auch die Prämierung selbst trifft eine Jury.

Die erste Preisträgerinnen waren

Marah Woolf (Fiction, Band 1 der Urban-Fantasy-Trilogie „Mond-LichtSaga“) sowie Heidi Schmitt (Non-Fiction: „Jubiläumsbecher in der Busspur. Laufgeschichten aus der Provinz und von anderswo“).

Neben dem →**„Deutschen Ebook Preis“** der →**Frankfurter Buchmesse** und dem auf Apps und multimediale E-Books konzentrierten →**„Deutschen eBook Award“** ist der Leipziger Award bisher der einzige große Buchpreis, der auch E-Books und Self-Publisher berücksichtigt.

Weitere Infos:

www.indie-autor-preis.de

B

Backlist

bezeichnet lieferbare Titel eines Verlages, die nicht zu den aktuellen Neuerscheinungen (die auch „Frontlist“ genannt werden) gehören. Je umfangreicher die B., desto größer ist in der Regel auch ihr Anteil am Gesamtumsatz eines Verlages (bei Fachbuchverlagen oft größer als 50 Prozent), zumal bei unveränderten Neuauflagen nur die reinen Druckkosten anfallen. Man spricht in diesem Zusammenhang auch vom „Long-Tail-Effekt“. Das vorgehaltene Sortiment von stationären Buchhandlungen wie auch das lieferbare Angebot von Onlinebuchhandlungen besteht hauptsächlich aus B.-Titeln.

Während früher die Lieferbarkeit von B.-Titeln stark von der Nachfrage abhing, können dank →Print On Demand wie auch E-Books theoretisch sämtliche jemals veröffentlichte Titel dauerhaft angeboten werden. Speziell im E-Book-Bereich waren vor einigen Jahren aber nur wenige Titel aus der B. lieferbar, da die Digitalisierung älterer Bestände für viele

Verlage mit Zeit- und Kostenaufwand verbunden war. Die Zahl der erhältlichen E-Books in deutscher Sprache übersteigt mittlerweile die Zahl von 100.000 Titeln. Trotzdem ist die Menge der gedruckt lieferbaren B. immer noch deutlich größer als die der lieferbaren E-Books.

Bei Neuerscheinungen wurde der →Workflow mittlerweile angepasst, so dass Druckdaten und E-Book-Dateien parallel erstellt und veröffentlicht werden. →Selfpublisher und kleinere Verlage setzen oft nicht nur bei der B., sondern auch bei Neuerscheinungen von Anfang an auf die Kombination von E-Book und Print On Demand-Version.

Barnes & Noble

Größte klassische Buchhandelskette der USA (Hauptsitz: New York, Jahresumsatz 2012: 7 Mrd. Dollar), verfügt nach Aufkäufen von Konkurrenten wie auch Neueröffnungen über ein ausgedehntes Filialnetz (aktuell 675 normale Buchhandlungen sowie 686 „College Bookstores“). Onlineversand-

handel und E-Bookverkauf laufen über die Plattform BN.com (s.u.). Die 2009 gegründete „Nook“-Sparte ist auf das E-Reader und Tablet-Geschäft spezialisiert (s.u.) Firmenzentrale wie auch ein großer Flagship-Store finden sich an prominenter Stelle in der New Yorker Fifth Avenue. Nach dem Zusammenbruch von Borders im Jahr 2011 gilt B. als letzter landesweit operierender großer Buchhändler.

Da in den USA keine →Buchpreisbindung existiert, lockt B. ähnlich wie →Amazon die Kunden durch hohe Rabatte an. Neben der Breite des Angebots wird Wert auf die vor Ort gepflegte Firmenkultur gelegt: viele Standorte bieten ein integriertes Café (Kooperation mit Starbucks) sowie ein vielfältiges Veranstaltungsprogramm, für das „Community Manager“ verantwortlich sind. Seit den 1980er Jahren ist B. auch verlegerisch tätig, anfänglich vor allem mit Reprint-Titeln.

B. stieg frühzeitig in den Versandbuchhandel ein, seit den 1970er Jahren über Mail Order-Kataloge, seit Ende der 1980er Jahre über das Computernetzwerk Trintex, seit den frühen 1990er Jahren über CompuServe. Die Website BN.com startete 1997 als Antwort auf den Aufstieg von

Amazon. Auf →Kindle Reader und →Kindle Store reagierte B. mit dem Aufbau der Nook Division, die aus dem Nook E-Store sowie einer Modellpalette von E-Readern und Tablets besteht. Seit 2009 wurden B. zufolge mehr als 10 Millionen solcher Geräte verkauft. Mit „Nook Press“ betreibt B. ähnlich wie Amazon (→Kindle Direct Publishing) und Kobo (Kobo Writing Life) eine eigene Selfpublishing-Plattform.

Die Nook-Sparte von B. war technologisch der Konkurrenz oft voraus, etwa bei E-Readern auf →Androidbasis, bei →Lese-Tablets mit Farb-LCD oder dem Einsatz von →E-Ink plus →Glowlight bei E-Readern. Trotzdem konnte Amazon in den USA den Vorsprung als Marktführer noch weiter ausbauen. Um die hohen Entwicklungskosten (mehr als 1 Mrd. Dollar seit 2009) im E-Readingbereich tragen zu können, rettete sich B. 2012 in eine Kooperation mit Microsoft. Im Jahr 2013 kündigte B. zunächst an, zukünftig keine Tablets mehr zu entwickeln. Inzwischen hat B. die Nook-Sparte vom Rest des Unternehmens abgetrennt. Die internationale Expansion des E-Book-Geschäfts wurde eingestellt, auch eine geplante

deutsche Plattform wird es vorerst nicht geben.

Barsortiment

Zwischenbuchhändler, die traditionell die Versorgung des stationären Buchhandels mit gedruckten Büchern übernehmen. Sie betreiben zu diesem Zweck ein Netz von Logistikzentren, in der Regel werden die bestellten Titel über Nacht an die Buchhandlungen ausgeliefert („Nachtsprungverfahren“). Bestellungen direkt bei Verlagen werden in vielen Fällen ebenfalls über die Logistik des B. erledigt.

Seit einigen Jahren übernehmen die Barsortimenter – unterstützt durch spezielle Distributoren (vgl. →[Distribution](#)) wie →[Libreka](#) – die Belieferung von E-Stores mit elektronischen Büchern. Buchhändlern ohne eigene Website bzw. ohne eigenen E-Store werden spezielle Franchise-Lösungen angeboten („Partnershops“ bzw. →[„White Label Shops“](#)).

Zu den größten Barsortimentern in Deutschland zählen KNV, Libri und Umbreit. Unter →[ebook.de](#) betreibt Libri ein Portal, das sich an den Endkunden richtet – was von vielen Buchhändlern kritisch beäugt wird, da hier ein Zwischenbuchhändler auch selbst als Buchhändler auftritt (vgl. →[Disintermediation](#)).

Bezahlt wird der Zwischenbuchhandel hauptsächlich von den Verlagen, die neben dem →[Buchhandelsrabatt](#) auch einen zusätzlichen B.s-Rabatt („Grosso-Rabatt“ bzw. „Funktionsrabatt“) gewähren. Eine typische Kostenrechnung kann aus Sicht des Buchhandels dann so aussehen: 40 Prozent Buchhandelsrabatt, 15 Prozent Funktionsrabatt. Vom Erlös eines Buches, das im Laden Netto 10 Euro kostet, werden in diesem Fall 5,50 Euro für den Vertrieb aufgewendet.

Bei der Aufnahme in die Kataloge des B.s, die auch Buchhändler zur Titelrecherche nutzen, werden solche Bücher bevorzugt, die sich über einen bestimmten Zeitraum gut verkaufen. Sinkt die Verkaufsrate, fallen sie wieder heraus („Titelrotation“). Generell gelten bei großen Barsortimentern 400.000 Titel als lieferbar, tatsächlich durch Direktbestellung bei Verlagen lieferbar sind jedoch 800.000 Titel. Die Aussage von Buchhändlern gegenüber dem Endkunden, ein Titel sei nicht lieferbar, bezieht sich oft nur auf die Information aus dem Katalog des B.s, nicht auf das →[Verzeichnis lieferbarer Bücher](#) (VLB).

Für viele kleinere Verlage (inklusive Selfpublisher, die einen Mini-

Verlag betreiben) lohnt sich die direkte Aufnahme in das B. oft nicht oder ist wegen geringer Auflagen- und Titelzahl auch gar nicht möglich. Sie nutzen in der Regel dann alternativ einen kleineren Verlagsauslieferer wie etwa ProLit. Gerade bei Titeln aus der →Backlist kommen zudem →Print On Demand-Dienstleister wie →Books on Demand (BoD) oder →epubli in Frage, die eigene Verträge mit Barsortimentern abgeschlossen haben. Mittlerweile gibt es neben reinen E-Book-Distributoren auch auf E-Book-Produktion und Verlagsauslieferung spezialisierte Dienstleister wie etwa ReadBox oder Grin Solutions.

Beam eBooks

auf DRM-freie Titel spezialisierter deutscher E-Book-Store, gegründet 2004 vom Buchhändler Christoph Kaufmann, neuerdings ergänzt durch ein separates Science-Fiction-Portal (Science-Fiction-eBooks.de), auf dem bestimmte Romanserien wie Perry Rhodan oder Maddrax auch abonniert werden können. Im Herbst 2014 wurde Beam eBooks vom Kölner Verlag Bastei Lübbe übernommen, der gerade bei Unterhaltungsliteratur ebenfalls auf ein DRM-freies Angebot setzt. Zu diesem Zeitpunkt hatte Beam E-Books ein Angebot

von ca. 230.000 Titeln und mehr als 400.000 registrierte Kunden.

Bestsellerliste (E-Book)

B. speziell für E-Books sind ein Gradmesser für den Erfolg elektronischer Bücher. In den USA preschte schon Anfang 2011 die New York Times voran und erweiterte nach zweijähriger Planungsphase die renommierte „Sunday Book Review“ um zwei weitere Rubriken, nämlich E-Sachbücher sowie E-Belletristik. Erster elektronischer Topseller in der Rubrik Belletristik war der Roman „Tick Tock“ von Dean Koontz. Zudem gab es nun eine kombinierte Bestseller-Liste mit den besten Print- und E-Book-Titeln. Zu diesem Zeitpunkt hatten E-Books in den USA einen Marktanteil von etwa 10 Prozent.

Bei USA Today wurden E-Books bereits 2010 in die kombinierte B. eingereiht, in der zuvor bereits die verkaufstärksten Hardcover- und Taschenbuch-Ausgaben miteinander konkurrierten.

In Deutschland plante GfK-Mediacontrol die Einführung einer E-Bestsellerliste schon 2010, doch mangels verwertbarer Branchenzahlen wurde das Projekt nach der ersten Veröffentlichung einer Liste im Sommer 2010 vorläufig wieder gestoppt. Erster offizieller Topseller (August 2010) war An-

dreas Franz' Krimi „Letale Dosis“. Erst seit Mitte 2012 werden wieder regelmäßige monatliche Rankings veröffentlicht, die online u.a. auf der Website des Börsenblatts (boersenblatt.net) zugänglich sind. Derzeit gibt es im Unterschied zum Printsektor aber nur Angaben für den jeweiligen Vormonat.

Die elektronische B. von Mediacontrol wird wegen mangelnder Objektivität kritisiert, der Vorwurf lautet, sie bilde vor allem das E-Book-Geschäft klassischer Verlage ab, das in dieser Form nur auf konventionellen Buchhandelsportalen stattfindet. Der Selfpublishing-Boom im Kindle Store, bei Kobo wie auch zahlreichen unabhängigen Selfpublishing-Plattformen fällt dagegen heraus, obwohl viele dieser Titel gerade wegen des besonders attraktiven →Pricings stark nachgefragt werden. Die individuellen B. von Amazon.de, Weltbild oder Thalia unterscheiden sich tatsächlich auch sehr stark, sowohl betreffend die Auswahl der Titel wie bei den Durchschnittspreisen.

Einfluss auf die elektronischen Bestsellerlisten dürften in Zukunft auch kommerzielle E-Book-Verleihmodelle bzw. →Flatrate-Apps haben, da in der Regel die zeitlich begrenzte Ausleihe im Rah-

men dieser Geschäftsmodelle ebenfalls als Verkauf abgerechnet wird.

Bezahlschranke

→Paid Content

Bibliothek

→Onleihe, →Open Access,
→Universale Bibliothek

BitTorrent

Alternative Downloadmethode insbesondere für größere Datenmengen, bei der die jeweilige Datei nicht von einem zentralen Server heruntergeladen wird, sondern über einen Schwarm von Nutzern verteilt ist, die sich bereits heruntergeladene Teile der Datei gegenseitig zur Verfügung stellen (auch Peer-to-Peer oder P2P genannt).

Im Gegensatz zum normalen FTP (File Transfer Protocol), mit dem man per Klick auf einen Downloadlink im Browser etwa ein E-Book, ein Musikstück oder ein Video direkt von einem bestimmten Server herunterlädt, spricht man bei B.s von „kollaborativem Filesharing“.

Für jede Datei wird ein eigenes Verteilernetz aufgebaut, zentral abgelegt wird nur eine wenige Kilobytes große Torrent-Datei (Kürzel .torr oder .torrent), die Informationen zum Dateinamen, Dateigröße und den einzelnen Seg-

menten enthält, sowie normalerweise den Link auf eine sogenannte „Tracker“-Adresse, hinter der sich eine ständig aktualisierte Liste der Nutzer (Peers) verbirgt, die aktuell online sind und Teile der Datei zur Verfügung stellen können. In der Buchbranche lohnt sich der Einsatz von B.s, wenn etwa ein Bestseller-Autor ein neues Buch herausbringt und Promotion-Material oder eine Leseprobe an so viele Interessenten wie möglich verteilt werden soll, ohne dass große technische Ressourcen vorgehalten werden müssen.

So nutzte etwa der in den USA populäre Sachbuchautor Timothy Ferriss 2012 diese Methode zur Vermarktung seines Buches „The 4-Hour-Chief“. Im Jahr darauf promotete Ferriss auf diese Weise auch die Audio-Book-Version von „The 4-Hour-Chief“. Durch das Abonnement des zeitgleich zur Buchpremiere gestarteten Newsletters konnte via B. sogar das vollständige Hörbuch heruntergeladen werden.

Verwendung finden B.s auch im Bereich der →E-Book-Piraterie, so verweisen etwa die Suchergebnisse der populären →Download-Plattform „The Pirate Bay“ auf

B.s. Anders als beim Verweis auf sogenannte „One Click Hosts“ gibt es somit keinen eindeutigen Ort, an dem betreffende Datei gespeichert ist, und somit auch nicht die Möglichkeit, die Datenquelle löschen zu lassen. Auf Download-Portalen werden via B. mitunter thematisch organisierte Archive mit tausenden Titeln angeboten.

Blogs (E-Reading-Branche)

Auf freier Blogsoftware wie WordPress basierende Onlinemagazine, die von Einzelpersonen, Teams („kollaboratives Bloggen“) oder festen Redaktionen betrieben werden und in der Regel täglich neue Artikel posten (vgl. Web-Log, dtsh.: Logbuch, Tagebuch, Journal).

Im rasch expandierenden Sektor des elektronischen Lesens haben unabhängige Blogger und Fachjournalisten eine zentrale Funktion als Branchenbeobachter, Informationsvermittler und Kontrollinstanz, da traditionelle Fachmedien mit der Digitalisierung verbundene Themen und Trends oft erst verspätet aufgreifen.

Eine wichtige Rolle spielen auch um „Special-Interest-Blogs“ herum existierende Nutzercommunities (vgl. →E-Reading-Forum, →User Generated Content), deren Wissen in Form von Tipps, Kommentaren oder Gastbeiträgen einfließt. Man-

che Blogs betreiben zudem eigene Internet-Foren.

Zu wichtigen deutschsprachigen Blogs rund um das Thema Elektronisches Lesen gehören (sofern nicht anders angegeben .de-Domains):

alleasebook (Graz)

Weiterführung des Branchenblogs cme.at, auf E-Reading-Technologie, E-Book-Handel und Branchennews spezialisiert, mit eigenem Forum, betrieben von Chalid El-Heliebi und Oliver Maurisch

bibliothekarisch (Königswinter)

kollaboratives Blogprojekt zum Thema Bibliothekswesen, initiiert von Bibliothekswissenschaftlerin Dörte Böhner

buchreport (Dortmund)

Service- und Informationsportal des gleichnamigen Fachmagazins, herausgegeben vom Harenberg-Verlag

ebook-fieber (Wien)

auf E-Readingtechnologie, E-Bookhandel und Branchennews spezialisierter Blog von Tech-Journalist Jörn Brien, mit eigenem Forum

e-book-news (Berlin)

Branchennews rund um das Elektronische Lesen, betrieben von

Tech-Journalist Ansgar Warner, spezialisiert auf →[Selfpublishing](#), →[Crowdpublishing](#), Besprechung von Neuerscheinungen

phantanews (Remscheid)

crossmedialer, gegenüber E-Reading und Selfpublishing aufgeschlossener Blog zu den Themen Science Fiction, Fantasy, Horror, Mystery sowie Rollen-, Gesellschafts- und Computerspiel, betrieben vom Fantasy-Experten Stefan Holzhauser, Artikel werden in der Regel unter →[Creative Commons](#) Lizenz veröffentlicht

irights.info (Berlin)

unabhängiges Portal zum Thema Urheberrecht und Kreatives Schaffen in der Digitalen Welt, Artikel werden in der Regel unter →[Creative Commons](#) Lizenz veröffentlicht

lesen.net (Hannover)

auf E-Reading-Technologie, E-Book-Handel und Branchennews spezialisierter Blog, betrieben von Tech-Journalist Johannes Haupt, mit eigenem Forum

literaturcafé (München)

das bereits 1996 vom Buchhändler Wolfgang Tischer gegründete virtuelle Literaturcafé wendet sich an Literaturinteressierte wie auch Autoren, es gibt einen separaten Bereich zum Thema E-Books und E-Reader

meier-meint.de (Stuttgart)

Publishing-Experte Steffen Meier bloggt hier über E-Books, Mobile, Apps, Web, SocialMedia und die Zukunft des Publizierens

selfpublisherbibel (München)

vom Journalisten und Sachbuchautor Matthias Matting betriebener Blog rund um das Thema Selfpublishing und Print On Demand, wichtigste Informationsquelle für unabhängige Autoren im deutschsprachigen Web, gibt jährlich erscheinende Self-Publisher-Studie heraus

gindie (Uedem)

die Community rund um diese unabhängige Blog- und Forenplattform für Selfpublisher versteht sich als „Autorenkorrektiv“, vergibt zu Marketingzwecken eigenes Qualitätssiegel für Selfpublishing-Titel

wereadindie (Berlin)

Zusammenschluss von Bloggerinnen, deren Anliegen es ist, regelmäßig auf Literatur aus unabhängigen Verlagen aufmerksam zu machen, Webadresse: readindie.wordpress.com

xtme (Nürnberg)

stellt „gute“, günstige und z.T. auch Gratis-E-Books in Form von Kurzbesprechungen oder Gastbeiträgen vor, sowohl Selfpublishing wie auch Verlagstitel

Zu wichtigen internationalen Blogs rund um das Thema Elektronisches Lesen gehören (sofern nicht anders angegeben .com-Domains; englischsprachig):

actualitté (Frankreich)

wichtigstes frankophones Online-Literaturportal, neben Branchennews auch ein E-Book, E-Reader und Comic-Schwerpunkt

ebouquin.fr (Frankreich)

auf E-Reading-Technologie, E-Book-Handel und Branchennews spezialisierter frankophoner Blog

digital bookworld (USA)

Branchenblog rund um den digitalen Wandel der Buchbranche, entstanden als regelmäßige Online-Präsenz für die jährliche „Digital Book World Conference“

mobilegeeks (Taiwan)

vom deutschstämmigen Techblogger Sascha Pallenberg gegründetes internationales Portal für mobile Gadgets, wichtige Informationsquelle für Tablet- und Smartphone-Trends, auch E-Reader-Technologie wird mit abgedeckt. Siehe auch den deutschsprachigen Schwesterblog: mobilegeeks.de

the-digital-reader (USA)

Tech-Blogger Nate Hoffelder berichtet in hoher Frequenz über E-Reading spezifischen Themen, US-zentriert, aber weltweite Per-

spektive, hier werden oft in der Blogosphäre kursierende Gerüchte entkräftet, aber auch exklusive Tech-Stories durch Insider-Informationen gezielt platziert

good e-reader (USA)

Tech-Blogger Michael Kozlowski bloggt gut informiert über internationale Branchennews und berichtet weltweit von E-Reading relevanten Messen

idealog - the Shatzkin Files (USA)

Publishing-Berater Leonard Shatzkin veröffentlicht hier mehrmals pro Monat weithin beachtete Analysen, die über den Tellerand der Branche hinausblicken, Sammlungen dieser Mini-Essays sind auch in Buchform erschienen

teleread (USA)
wohl älteste englischsprachige Website zum Thema Elektronisches Lesen, Mission Statement: „Bring the E-Books home“, entstanden im Umfeld des Digitalisierungs-Projekts →Teleread Anfang der 1990er Jahre, mittlerweile ein regelmäßig berichtender E-Reading-Blog

the bookseller (UK)

Onlinepräsenz des wichtigsten britischen Fachmagazins für die Buchbranche, betreibt zudem den besonders E-Publishing affinen Blog Futurebook.net

GigaOM (USA)

Blognetzwerk zum Thema Startups und Emerging Technologies mit besonders E-Reading affinem „Media“-Channel, entstanden durch die Übernahme des bis 2013 selbständigen Blogs PaidContent.Org, wichtigste Autoren: Jan-ko Roettgers, Laura Owen und Mathew Ingram

TechCrunch (USA)

von Internet-Entrepreneur Michael Arrington gegründetes Blog bzw. Blognetzwerk zum Thema Informationstechnologie und Startups, E-Reading-affine Themen finden sich vor allem in den Channels Mobile, Gadgets und Startups

Bluefire-Reader (App)

Kostenlose, unabhängige E-Lese-App von bluefirereader.com, die auf Apple- wie auch Android-Geräten die Lektüre von E-Books im →epub- und →PDF-Format. Erhältlich im App Store bzw. Google Play Store.

„Wir wollen Buchliebhabern die Möglichkeit geben, dort einzukaufen, wo sie möchten“ – so lautet das Mission Statement der Entwickler. Auch mit Adobe DRM geschützte E-Books lassen sie sich mit dem Bluefire Reader problemlos öffnen, wenn das jeweils genutzte Gerät mit der persönlichen →Adobe-ID autorisiert wird. Ne-

ben gekauften E-Books von Weltbild, Thalia und anderen Anbietern funktioniert die App auch mit E-Books aus öffentlichen Bibliotheken, die via →**Onleihe** entliehen wurden.

Zu den Features von Bluefire gehören zahlreiche Möglichkeiten, die Textansicht zu gestalten (Schriftart, Zoom, Zeilenbreite, Zeilenabstand, Helligkeit etc.) sowie das Nachschlagen von Wörtern in Onlinewörterbüchern und das Öffnen von Links im Browser.

Über einen Direktlink auf die App-Datei kann Bluefire Reader auch auf Android-Geräten installiert werden, die keinen Zugang zum Google Play Store haben (z.B. Kindle Fire Tablets).

Bluetooth

drahtloser Übertragungsweg für Daten, der im Unterschied zu →**WLAN & UMTS** jedoch nur eine Reichweite von wenigen Metern hat. Ursprünglich vom schwedischen Handyhersteller Ericsson entwickelt, daher der an den Wikingerkönig Harald Blauzahn erinnernde Name. Während E-Ink-Reader bisher bis auf wenige Ausnahmen (z.B. txtr Beagle) Daten nur via WLAN oder via →**Mikro-USB-Kabel** austauschen, gehört Bluetooth für viele →**Smartphones** und →**Lesetablets** zum Standard.

Auf diesem Weg lassen sich dann etwa auch E-Books kabellos vom PC auf das Mobilgerät übertragen. Bei ohnehin aktivem WLAN ist der Weg über Cloudanwendungen wie →**Dropbox** jedoch einfacher. Zu den Nachteilen von Bluetooth gehört die zusätzliche Belastung des Akkus, wenn die Funktion länger eingeschaltet bleibt.

Boerse.bz

→**E-Book-Piraterie**, →**Download-Plattform**

Börsenverein

Der B. des deutschen Buchhandels versteht sich als Interessenvertretung der drei klassischen Sektoren Verlage, Zwischenbuchhandel (→**Barsortiment**) sowie des Sortiments-Buchhandels.

Die Frankfurter →**Buchmesse** wird von der Börsenvereinstochter Ausstellungs- und Messe GmbH veranstaltet, die Leipziger Buchmesse findet unter der Schirmherrschaft des Börsenvereins statt.

Die Börsenvereinstochter mvb (Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels) betreibt u.a. die vor allem auf den b2b-Bereich ausgerichtete Branchenplattform →**Libreka**, pflegt das →**Verzeichnis lieferbarer Bücher** (VLB) und gibt das Börsenblatt des deut-

schen Buchhandels wie auch das Buchjournal heraus.

An die Mitglieder (derzeit knapp 5.000) vergibt der B. eine sogenannte Verkehrsnummer, die zur Vereinheitlichung des Geschäftsverkehrs zwischen Verlagen, Barsortiment und Buchhandlungen dienen soll, etwa bei der Abwicklung Bestellungen, Lieferungen und Rechnungen.

Auf politischer Ebene vertritt der Börsenverein eine offensive Politik bei der Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen (→**E-Book-Piraterie**), der Verteidigung des ermäßigten →**Mehrwertsteuersatzes** für gedruckte Bücher sowie der →**Buchpreisbindung**.

Seit 2008 vertritt der Börsenverein die Ansicht, die Buchpreisbindung gelte auch für elektronische Bücher, soweit es sich nicht um multimediale →(**Enhanced-**) **E-Books** handelt.

Die strategische Ausrichtung des Börsenvereins in punkto E-Books und E-Reader wird durch unterschiedliche Interessenlagen beeinflusst:

1. Viele kleinere, unabhängige Buchhändler haben noch keine Onlinestrategie entwickelt und stehen dem Medienwandel abwartend-passiv gegenüber

2. Große klassische Buchhandels-

ketten erreichen dagegen bereits einen starken Onlineanteil, verstärken ihre Webaktivitäten und dünnen zugleich das Filialnetz aus

3. Wichtige Teile des E-Business wie etwa große Onlineversandhändler (Amazon, Kobo), E-Reading-Startups, Selfpublishing-Plattformen wie auch Self-Publisher werden vom Börsenverein nicht erfasst

Eine börsenvereinsinterne Lobby für den Digital-Bereich existiert in Form des AKEP (Arbeitskreis Elektronisches Publizieren), der u.a. themenspezifische Jahrestagungen veranstaltet (2013 etwa: „Dinge anders denken - Verlage als Startups“) und die jährliche E-Book-Marktstudie des Börsenvereins mit herausgibt.

Booklooker

→**Antiquariat (online)**

Bookmark

→**Lesezeichen**

BookRix

deutsche →**Selfpublishing-Plattform** mit mehr als 500.000 registrierten Mitgliedern, gegründet 2008 vom Münchner Startup-Unternehmer Gunnar Siewert. Auf BookRix können Bücher mit der Community geteilt und diskutiert werden, den Autoren wird über

die Distribution in Richtung Buchhandel aber auch die kommerzielle Verwertung ihrer Texte ermöglicht. Seit 2014 gehört BookRix zum Kölner Verlag Bastei Lübbe.

Books on Demand (BoD)

ältestes deutsches →**Print On Demand**-Projekt, dessen Marketingkonzept vom Barsortimenter Libri schon Ende der 1990er Jahre entwickelt wurde. Bis 2005 brachten BoD bereits mehr als 5 Millionen auf Bestellung gedruckte Bücher in den Buchhandel, 2006 ging unter der Webadresse bod.de das auch heute noch bestehende Selfpublishing-Portal online. Laut eigenen Angaben nutzen das Unternehmen gegenwärtig mehr als 25.000 Autoren und 1.600 Verlage.

Durch direkte Anbindung an das →**Barsortiment** (neben Libri selbst auch KNV und Umbreit) können die bei BoD produzierten Titel flächendeckend im stationären Buchhandel und in über 1.000 Online-Shops angeboten werden.

Mittlerweile sorgt BoD parallel auch für die Distribution von E-Book-Versionen, inklusive der Verbreitung via Flatrate-Apps wie →**Skooobe**. Neben Selfpublishern gehören zum Kundenkreis von B. auch viele Verlage, die ihre Backlist-Titel aus Kostengründen

via Print On Demand (POD) lieferbar halten.

BoD gehört neben →**epubli** zu den wichtigsten deutschen POD-Anbietern, den größten Marktanteil hierzulande besitzt derzeit Amazons POD-Tochter →**Createspace**.

Book-Sprint

kollaboratives digitales Publishingprojekt, bei dem in wenigen Tagen ein als E-Book bzw. Print On Demand veröffentlichtes Buch entsteht. Für Book Sprints finden sich insbesondere auf Konferenzen Expertenteams zusammen, die gemeinsam die Struktur planen, einzelne Kapitel schreiben und die Redaktion übernehmen. Oft hilft bei der Organisation ein sogenannter „Facilitator“.

Mit Hilfe von Online-Tools wie BookType (s.u.) oder →**PressBooks** sind Book-Sprints grundsätzlich auch möglich, wenn die Teilnehmer nicht am selben Ort arbeiten. Die Ergebnisse von Book Sprints werden in der Regel unter freien Lizenzen wie →**Creative Commons** veröffentlicht und sind online kostenlos zugänglich.

Die Methode des Book-Sprints überträgt Ansätze aus der freien Softwareszene („Programmiersprints“, „Hackathons“ etc.) auf die Buchbranche, und wurde erstmals

2008 vom Plattform-Entwickler Adam Hyde zum Erstellen von Open Source-Handbüchern (vgl. FLOSS Manuals, „Free/Libre Open Source Software“) angewendet (siehe flossmanuals.net).

Im Zusammenhang mit den ersten Book Sprints im Rahmen der FLOSS-Bewegung entstand mit „BookType“ eine Software (siehe die mit „BookType“ betriebene Online-Plattform booki.cc), die das kollaborative Arbeiten an Buchprojekten erleichtert und sowohl die Erstellung von E-Books wie auch digitalen Druckvorlagen ermöglicht.

Weitere Infos:

www.booksprints.net

BookType

→Book-Sprint

Brick-and-Mortar

(engl. „Ziegel und Mörtel“) grenzt den →stationären Buchhandel begrifflich generell vom Onlineversandhandel bzw. E-Bookhandel ab wie auch von reinen Onlinehändlern wie →Amazon (vgl. →Online-Buchhandel).

Browser-App

Auf Webstandards basierende Anwendung, die unabhängig vom jeweiligen Betriebssystem vollstän-

dig im Browser ausgeführt wird, im Bereich des elektronischen Lesens z.B. Amazons Kindle Cloud Reader, die →epubReader-App von epubbuy.com oder die App von Mad Dog Comics.

Als Standard für B.-A.s hat sich HTML 5 etabliert, eine Erweiterung der ohnehin für den Aufbau von Webseiten zuständigen „Hypertext Markup Language“ (HTML). Zusätzliche Plugins wie etwa Adobe Flash müssen zur Ausführung dieser HTML-5-Apps nicht installiert werden, denn aktuelle Browser wie Firefox, Safari oder Google Chrome können diese Anwendungen sozusagen im „Lieferzustand“ ausführen.

Durch die Möglichkeit, Daten im Browsercache zu speichern, kann die Lektüre auch offline stattfinden (etwa auf dem Tablet oder Smartphone). Mit „Firefox OS“ (vgl. „Operating System“, OS) gibt es mittlerweile sogar ein Betriebssystem, das vollständig im Browser ausgeführt wird.

Buchhandelsrabatt

Umsatzanteil, der beim Kauf eines Buches bzw. E-Books beim Buchhändler verbleibt. In der Regel gewähren Verlage im Printbereich einen Rabatt von dreißig bis vierzig Prozent auf den Nettopreis, beim Vertrieb über das →Barsortiment

kommt dazu noch der sogenannte Funktionsrabatt von zehn Prozent oder mehr.

Bei E-Books sind die Rabatte in der Regel geringer, was alleine schon daran liegt, dass durch den höheren →**Mehrwertsteuersatz** (19 Prozent) die erzielbare Marge geringer ausfällt. In manchen Fällen erhalten Buchhändler beim E-Book-Verkauf im Rahmen einer Franchise-Lösung (→**White Label Shop**) auch deutlich niedrigere Provisionen.

Buchmesse (Leipzig/Frankfurt)

Die B.n in Leipzig bzw. Frankfurt a.M. gehören auch im digitalen Zeitalter noch zu den größten Branchenevents des Jahres, haben jedoch ihren Schwerpunkt in Richtung Content geändert: es wird hinter den Kulissen über Inhalte entlang der gesamten Verwertungskette bis hin zu Kino und Games verhandelt. Die traditionelle Kernkompetenz der Branche wird neuerdings unter dem Stichwort →**Storytelling** gefasst. Seit 2012 kooperiert die Frankfurter Buchmesse mit dem IT-Branchenverband BITKOM.

Das aktuelle Startup-Fieber fasst ebenfalls auf der Buchmesse Fuß, wie in Frankfurt zuletzt die Präsenz von online-affinen Projekten à la Dotdotdot, Ocelot

oder Readmill zeigte, aber auch das Auftauchen von Verlagsstartups wie Mikrotex, Shelf oder Das Beben. Auch ein „Startup-Elevator-Pitch“, also eine Art Talentschuppen für Startups, gehört in den Messehallen mittlerweile zum guten Ton.

Im Veranstaltungsprogramm der Messen sind E-Books, E-Reading-Technologien und E-Publishing deutlich sichtbarer als früher, die Messeverantwortlichen versuchen verstärkt, zeitgemäße und online-affine Themen wie →**Social Reading**, →**Crowdpublishing** oder →**Selfpublishing** zu thematisieren. Die Etablierung neuer Buchpreise weist ebenfalls auf den medialen Wandel hin – so wird in Frankfurt der →**„Deutsche E-Book-Preis“** verliehen, in Leipzig der speziell auf Self-Publisher ausgerichtete →**„autoren@leipzig-Award“**. In den Messehallen beherrschen letztlich aber auch weiterhin gedruckte Bücher das Bild, während man E-Reader und Lese-Tablets vor allem in bestimmten Schwerpunktbereichen (etwa die „HotSpots“ in Frankfurt) zu Gesicht bekommt.

Für online aktive Buchhändler, Lesegerätehersteller und auch Startups bleiben die beiden Buchmessen neben der IFA (Berlin) oder der CEBIT (Hannover) bis auf wei-

teres eine wichtige Bühne, um dem Fachpublikum wie der allgemeinen Öffentlichkeit neue E-Reading-Projekte und Technologien vorzustellen. So fand etwa der Launch von Sascha Lobos Social-Reading orientierter Buchhandelsplattform →**Sobooks** zu Beginn der Frankfurter Buchmesse 2013 statt.

Als eine Alternative zu bisherigen Buchmesse-Konzepten ist im Sommer 2014 erstmals die E-Book-Only-Messe →**Electric Book Fair** in Berlin angetreten.

Buchpreis (Auszeichnung)

→(deutscher) E-Book-Preis

Buchpreis (Preisgestaltung)

→Pricing bei E-Books

Buchpreisbindung

Gesetzliche Verpflichtung deutscher Verlage, für jeden Titel einen bestimmten Verkaufspreis festzulegen, der dann für jeden Verkäufer verbindlich ist. Die Preise für unterschiedliche Varianten eines Titels (Hardcover, Taschenbuch, E-Book) können sich dabei unterscheiden. Die kostenlose Abgabe (→**Gratis-Marketing** bei E-Books) wird durch die Buchpreisbindung nicht berührt. Ebenso erlaubt ist das →Bündeln (→**Bundling**) verschiedener Titel (etwa Print plus

E-Book) zu einem vergünstigten Gesamtpreis.

Maßgeblich für die deutsche B. ist das B.s-Gesetz (BuchPrG), über dessen Einhaltung sogenannte „Preisbindungstreuhänder“ wachen, die Buchhändler bei Verstößen gegen die Preisbindung abmahnen und ggf. auf Unterlassung und Schadensersatz verklagen können. Ähnliche gesetzliche Regelungen gelten auch in Österreich, Frankreich oder Spanien. In Ländern wie den USA oder Großbritannien gibt es keine B., der Wettbewerb zwischen den großen Buchhändlern führt dort für den Endkunden zu deutlich niedrigeren Buchpreisen.

Die deutsche B. gilt mindestens für einen Zeitraum von 18 Monaten ab Erscheinen, danach kann die Preisbindung vom Verlag aufgehoben werden. Vor dem Erscheinen können verbindliche Vorbestellungen zu einem vergünstigten Preis angeboten werden (vgl. Subskription bzw. →**Pre-Order**). Dynamische Preisfindungs-Strategien (→**Pay-what-you-want**, →**Humble Bundle**), die Social-Media, →**Crowdpublishing** und Buchvermarktung kombinieren, werden in Deutschland durch die konservative Interpretation des B.s-Gesetzes verhindert.

Inwieweit die B. tatsächlich für E-Books gilt, bleibt juristisch unklar, da entsprechende Gerichtsurteile bisher fehlen. Ohnehin sind multimediale bzw. →Enhanced E-Books von der Preisbindung ausgeschlossen. Das Preisbindungsgesetz bezieht sich nur auf „Produkte, die Bücher (...) reproduzieren oder substituieren“.

Der →Börsenverein des deutschen Buchhandels geht seit 2008 davon aus, dass die Preisbindung auch für E-Books gilt. Steuerrechtlich unterscheidet der Gesetzgeber zwischen Büchern und E-Books, letztere werden wie Software mit 19 Prozent →Mehrwertsteuer belegt, während für Printprodukte der ermäßigte Steuersatz von 7 Prozent gilt.

Für →Selfpublisher gilt die Buchpreisbindung de jure nicht, im Kommentar zum Preisbindungsgesetz heißt es: „Unter das BuchPrG fallen nur solche Bücher, die als verlags- oder buchhandeltypisch anzusehen sind, also aus Verlagen stammen und sich für den Vertrieb über den Buchhandel eignen: Keine Bücher sind demgemäß (...) Bücher aus 'Selbstverlagen'.“ In der Praxis hat dies keine Auswirkungen, da auch Selfpublisher mit einer Abmahnung rechnen müssen.

Literaturtipp:

„Buchpreisbindungsgesetz: Kommentar“, von H. Franzen, D. Waltenfels, C. Russ, 6. Auflage 2012

Buchtrailer

(von: Trailer, engl. Filmvorschau), vor allem online verbreiteter Videoclip, mit dem neu erschienenen Bücher beworben werden, wobei die jeweilige Inszenierung von einfachen Standbildern und musikalischer Untermalung über Animationen bis hin zu von Schauspielern gestellten Szenen und gesprochenen Dialogen reicht. Gut gemachte B. können die →Discoverability erhöhen, vor allem durch die Verbreitung von Links bzw. eingebetteten Videos in sozialen Medien.

Neben Verlagen nutzen auch Selfpublisher solche Videoclips zur Vermarktung ihrer Titel (vgl. das Portal indie-buchtrailer.de), in der Regel werden für aufwändigere Produktionen spezielle Dienstleister beauftragt, in Deutschland z.B. die Hamburger Agentur LitVideo (vgl. Videoübersicht auf litvideo.de/video). In den USA ist die auf Buchtrailer spezialisierte Plattform BookReel.com sehr populär, von der Fachzeitschrift Publishers

Weekly wurde sie als „MTV für Bücher“ titulierte.

Bundling

bezeichnet das Bündeln von unterschiedlichem Content bzw. Medien zu einem günstigen Gesamtpreis. Das B. ist trotz →**Buchpreisbindung** auch in Deutschland möglich, das BuchPrG erlaubt reduzierte Serienpreise, die dem Gesetzeskommentar zufolge die „gemeinsame Abgabe eines Buches mit dem entsprechenden textgleichen E-Book“ zu einem Gesamtpreis „unterhalb des sich aus der Addition der Einzelpreise ergebenden Preises“ umfasst. Der Serienpreis wird vom Verlag festgelegt und gilt dann für den gesamten Buchhandel. Werden E-Books und gedruckte Bücher kombiniert, sind seit 2014 die Umsatzsteueranteile gesondert auszuweisen.

Print-Buch plus E-Book

Zu den Szenarien gehört der Abdruck eines Gutscheincodes (z.B. in Form eines →**QR-Codes**) auf dem Buchcover, der den vergünstigten oder kostenlosen Download der elektronischen Version ermöglicht. Leser werden dadurch motiviert, die teurere Printversion in einer Buchhandlung zu kaufen. Ein ähnliches Konzept wird im Musikbereich beim Verkauf von

CDs bzw. Vinylschallplatten angewendet. Marktstudien zeigen, dass Kunden auch bei Büchern solche Bundlingangebote zum vergünstigten Preis wünschen.

Amazon stellt Käufern von physischen Tonträgern bereits seit einiger Zeit bei vielen Titeln kostenlose Cloud-Kopien zur Verfügung („Auto-Rip“), mit Kindle MatchBook ist 2013 in den USA ein vergleichbarer Service für Bücher gestartet. E-Books werden dabei zu einem stark vergünstigten Preis abgegeben. Die Einführung in Deutschland wäre theoretisch ebenfalls möglich, allerdings würden die Bundling-Preise wegen der Buchpreisbindung für den gesamten Buchhandel gelten, also auch für die Kombination von Printbüchern und E-Books durch andere Anbieter.

E-Books als Serie

Während die meisten Verlage auch weiterhin versuchen, Buch und E-Book separat zum maximalen Preis zu verkaufen, experimentieren Selfpublisher bereits mit verschiedenen Formen des Bundlings – insbesondere mit der Zusammenstellung von ausgewählten Titeln eines Autors (z.B. die von der Autorenplattform Qindie publizierten Doppelbände „Twindies“). In den USA hat sich zudem mit dem

→Humble Bundle auch im E-Book-Bereich eine Kombination aus Selfpublishing und Crowdfunding-ähnlichem →Pay what you want-Modell etabliert, die zuvor in der Gamingcommunity erprobt worden war. Grundsätzlich kann das jeweilige Bundle bereits für einen Cent gekauft werden, zahlt man jedoch mehr als der durchschnittliche Käufer, kommen weitere Bonus-Titel dazu. Bei bisher zwei Anläufen in den Jahren 2012 und 2013 wurden auf diese Weise insgesamt mehr als 140.000 Titel abgesetzt.

C

Calibre

von Kovid Goyal entwickelte Verwaltungssoftware für die private elektronische Bibliothek, unterstützt auch beim Importieren, Konvertieren und Synchronisieren von E-Books. Das Programm läuft unter Windows, Mac OS X und Linux und ist Open Source, also kostenlos erhältlich.

C. heißt offiziell „E-Book Library Manager“, zu den Grundfunktionen, mit denen man Ordnung in die E-Bibliothek bringen kann, gehört das Auflisten, Filtern und Suchen. Die Software legt auf dem Rechner eine eigene Ordnerstruktur an, deren Struktur auf Autorennamen und Titeln aufbaut. Neben Cover und Inhalt werden auch spezielle →**Metadaten** gespeichert, etwa Autor, Titel, Verlag, Erscheinungsjahr und Ort. Das Menü ermöglicht es dem Nutzer, die E-Books mit solchen zusätzlichen Angaben regelrecht zu katalogisieren.

Zu den speziellen Funktionen von C. gehört das Konvertieren von E-Books in unterschiedlichste Formate. Möchte man ein epub-

Buch auf einem Kindle-Reader lesen, kann man es mit wenigen Mausklicks in das von Amazon standardmäßig verwendete mobi-Format bringen. Das geht jedoch nur, wenn der betreffende Titel nicht im Rahmen von →**Digital Rights Management (DRM)** geschützt ist. Mit inoffiziellen Plugins wie DeDRM kann man das DRM jedoch bereits beim Importieren eines E-Books in C. unwirksam machen. Aber auch ohne diese Option nimmt das Programm dem Nutzer viel Arbeit ab. Da sich die Konvertierungseinstellungen sehr detailliert gestalten lassen und auch Metadaten und →**Cover** bearbeitet werden können, nutzen viele Self-publisher C., um ihre Rohdaten in ein gängiges E-Book-Format zu bringen.

Wer auf verschiedenen Mobilgeräten und Readern E-Books liest, wird die →**Synchronisierungsfunktion** von Calibre schätzen lernen. Besonders interessant für Apple-User: sogar das persönliche iTunes-Verzeichnis lässt sich per Mausklick einbinden. Gängige E-

Reader wie Kindle, Pocketbook- oder Kobo-Reader werden von Calibre beim Herstellen einer USB-Verbindung automatisch erkannt und deren Inhalte in die E-Bibliothek eingebunden.

Calibre kann nicht nur E-Books importieren, sondern auch →**RSS-Feeds** von Nachrichtenportalen. Aus dem Feed kann dann wiederum ein E-Book hergestellt werden, das man bequem auf dem E-Reader liest. Calibre lädt die Feeds auf Wunsch automatisch in bestimmten Zeitabständen herunter. Ebenso erfreulich dürfte für viele Nutzer die Möglichkeit sein, via Calibre die eigene E-Bibliothek bei cloudbasierten Services wie →**Dropbox** zwischenzuspeichern, um sie dann von verschiedenen Mobilgeräten aus zu nutzen.

Download & weitere Infos:

www.calibre-ebook.com

Literaturtipp:

„Calibre – das E-Book Multi-Tool“
von Frank Großklaus & Mirko Russo (www.calibre-handbuch.de)

Call-to-Action

Bezeichnet im Marketing eine Werbebotschaft, die mit einer konkreten Handlungsaufforderung verbunden wird, so dass möglichst

viele Rezipienten darauf reagieren. Ein einfaches Beispiel für einen solchen C. ist das Werbebanner für ein neu erschienenes E-Book, das man auf einer Webseite anklicken kann. Ein effektiver Call-to-Action bei der Vermarktung von E-Books kann insbesondere der Verweis auf den Download einer Leseprobe, eines Gratis-E-Books oder eines Newsletter-Abonnements sein. Besonders beliebt sind Download-Links in Form eines →**QR-Codes**, die sich mit der Smartphone-Kamera einscannen lassen und direkt auf das festgelegte Ziel führen. Diese Form des Marketings eignet sich auch sehr gut für Printprodukte (z.B. QR-Code auf einem Buchrücken, in einer Anzeige etc.).

Citavi

→**Literaturverwaltungs-Programme**

CD-ROM (Speichermedium)

Die Compact Disc (CD) ist ein opto-elektronisches Speichermedium, das in den 1980er Jahren von Philipps entwickelt wurde. In Abgrenzung zum Einsatz als digitaler Tonträger werden Daten-CDs als CD-ROM bezeichnet („Read Only Memory“, Nur-Lese-Speicher).

Durch den insbesondere von Microsoft vorangetriebenen Einbau

von CD-ROM-Laufwerken in PCs ergaben sich rasch neue Möglichkeiten: Ähnlich wie die Compact-Disc im Musiksektor das Ende der Vinylschallplatte eingeläutet hatte, versprach die CD-ROM eine Revolution auf dem Buchmarkt. Mit bis zu 800 Megabyte ließen sich auf den Silberscheiben so viele Daten speichern wie auf fast 2000 Disketten. Das machte CD-ROMs auch für Verlage interessant. Gerade für Nachschlagewerke, Gesetztexte oder Zeitschriften-Archive entwickelte sich ein völlig neuer Absatzmarkt.

Zu den ersten veröffentlichten Titeln gehörte „Grolier’s Academic American Encyclopedia on CD-ROM“ im Jahr 1985. Sie enthielt 30.000 Artikel und insgesamt 9 Millionen Worte der gedruckten Ausgabe, allerdings keine Bilder. Im Gegensatz zu gedruckten Werken waren die CD-ROM-Versionen nicht nur günstiger, sie wurden auch in kurzen Abständen komplett aktualisiert.

In den 1990er Jahren brach die Zeit der großen Multimedia-Enzyklopädien auf CD-ROM an. Gebündelt mit der Encarta-CD-ROM von Microsoft ließen sich PCs (inklusive CD-ROM-Laufwerk) als interaktive Wissensmaschine vermarkten. In zunehmenden Maß

wurden auch komplette Klassikerbibliotheken oder Gesamtausgaben als CD-ROM-Version aufgelegt.

Das schnell wachsende World Wide Web bremste aber schon gegen Ende der 1990er Jahre deutlich den Einsatz der CD-ROM als Wissensspeicher. Insbesondere Wikipedia, das nach dem Mitmach-Prinzip funktionierende, kostenlos zugängliche Online-Lexikon, zerstörte in den Jahren nach 2001 nicht nur das Geschäftsmodell gedruckter Nachschlagewerke, sondern auch das von CD-ROM-Enzyklopädien. Die letzte Version von Encarta wurde 2009 auf Rohlinge gepresst, die letzte aktualisierte Ausgabe der gedruckten Encyclopaedia Britannica stammt von 2010.

Die Rolle der CD-ROM als Literatur-Sampler wurde zudem zunehmend abgelöst durch Digitalisierungsprojekte wie →[Google Books](#), das →[Internet Archive](#) oder →[Project Gutenberg](#), die ihre Sammlungen kostenlos online zur Verfügung stellen.

Closed-Shop (Businessmodell)

(auch: closed platform) bezeichnet bei digitalem Content ein Geschäftsmodell, das über technische Hürden sowie restriktive Lizenzbestimmungen danach strebt, Nutzer an sich zu binden, Angebot und

Preis zu bestimmen und innerhalb der jeweiligen Branche monopolartige Strukturen aufzubauen. Solche Strukturen werden von den Anbietern selbst als →„Ökosystem“ vermarktet, von Kritikern dagegen als „Walled Garden“ gebrandmarkt.

Wichtigstes Beispiel für ein C.-Geschäftsmodell im E-Book-Handel ist Amazons Kindlesparte: die im Kindle Store gekauften E-Books können im Originalzustand nur auf Kindle-Geräten bzw. Mobilgeräten mit Kindle App gelesen werden, da Amazon nicht nur auf ein eigenes E-Bookformat setzt (→**Mobi-Format**), sondern auch auf einen eigenen →**DRM-Standard**. Auch zusätzliche Funktionen wie Lesezeichen, Markierungen und Notizen können nur auf Geräten innerhalb des Kindle-Ökosystems genutzt werden. Umgekehrt können kopiergeschützte E-Books im epub-Format nicht ohne weiteres in die Kindle-Bibliothek importiert werden. Das macht es Nutzern schwer, zu einem anderen Anbieter zu wechseln, da die E-Bibliothek wie auch die Nutzerdaten in diesem Fall nicht mit umziehen können.

Innerhalb der epub-Welt ist der Wechsel zwischen verschiedenen Anbietern auch bei kopiergeschützten Inhalten deutlich einfacher, da die Branche mit Adobe Digital

Editions einen einheitlichen DRM-Standard nutzt. Im Rahmen der →**Tolino-Allianz** lassen sich zudem die Cloudbibliotheken von Kundenaccounts bei unterschiedlichen Anbietern wie Weltbild oder Thalia zusammenlegen.

Während sich E-Books theoretisch nach Befreiung vom →**DRM-Schutz** und Formatkonvertierung zwischen epub- und Kindle-Welt austauschen lassen, lässt sich das „Closed Shop“-Modell bei Apps in vielen Fällen überhaupt nicht überwinden, was u.a. auch mit den unterschiedlichen Betriebssystemen auf iOS (d.h. Apple-) und Androidmobilgeräten zu tun hat.

Cloud-Bibliothek

Die Speicherung von E-Books in der Cloud („Rechnerwolke“) ermöglicht von jedem Ort und jedem geeigneten Lesegerät aus den Zugriff auf die persönliche Bibliothek, insbesondere auch drahtlos via →**WLAN** bzw. UMTS.

Die einfachste Form der Cloud-Bibliothek entsteht, wenn Nutzer ihre E-Books zu einem kostenlose Clouddienstleister wie →**DropBox** oder Google Drive hochladen. Eine gebührenpflichtige deutsche Alternative wäre etwa HiDrive Pro. Werden auf Tablet oder Smartphone E-Book-Dateien in einer App wie DropBox angetippt, lassen sie

sich mit einem der installierten E-Reading-Apps öffnen.

Über spezielle Apps wie den „Wappwolf Automator“ lassen sich E-Books, die in einen bestimmten Cloud-Ordner bei Dropbox oder Google Drive abgelegt werden, zudem via E-Mail direkt an einen Kindle-Reader oder ein Mobilgerät mit installierter Kindle-App senden.

Große Anbieter wie →Amazon, →Kobo oder die →Tolino-Allianz stellen dem Nutzer ebenfalls eine persönliche Cloud-Bibliothek zur Verfügung, um E-Books auf verschiedenen Mobilgeräten nutzen zu können, inklusive der Möglichkeit, Lesezeichen, Markierungen und Notizen zu synchronisieren. Die Gesamtheit der jeweils nutzbaren E-Reader bzw. Mobilgeräte mit E-Reading-Apps eines Anbieters wird auch als →„Ökosystem“ bezeichnet.

Cloudbasierte →Flatrate-Apps wie →Skoobe oder →PaperC ermöglichen mit unterschiedlich gestalteten Mietmodellen den Zugriff auf eine sehr große Zahl von Titeln, durch das Zwischenspeichern von Daten auf dem jeweiligen Gerät lassen sich einzelne E-Books da-

bei für einen begrenzten Zeitraum auch offline lesen.

Content

bezeichnet in Abgrenzung zur äußeren medialen Form (vgl. „Container“) den Inhalt, d.h. die Informationen, die mit einem Medium transportiert werden. Die Bezeichnung hat insbesondere durch die Kommerzialisierung von PC, Internet und Mobilgeräten an Bedeutung gewonnen, da traditionelle mediale Unterschiede (etwa: Printbuch, gedruckte Zeitung, Fernsehsendung, Kinofilm, Schallplatte) durch die Digitalisierung eingeebnet wurden. Zahlreiche Medien führen jetzt im Internet eine mediale Koexistenz und konkurrieren um die Aufmerksamkeit des Publikums.

Ganz besonders beeinflusst wird diese Entwicklung durch multimediafähige Tablets und Smartphones. Auf diesen Geräten sind E-Books nur eine Contentsäule neben Video, Games und Musik. Durch diese aufmerksamkeitsökonomische Konkurrenz hat sich etwa der aktuelle Tabletboom dämpfend auf den Absatz von E-Books ausgewirkt.

Die ebenso schnelle wie preiswerte →Distribution von digitalem Content macht die Warenförmigkeit von Inhalten besonders gut sichtbar, und ebnet damit zugleich

die Unterschiede zwischen Hoch- und Populärkultur.

Zugleich wird die Buchbranche mit denselben Problemen und Widersprüchen der Digitalisierung konfrontiert, die auch in der Musik- und Filmbranche auftreten: da digitale Inhalte sich in reiner Form beliebig kopieren und verbreiten lässt, wurde bisher vor allem auf die künstliche Verknappung gesetzt, insbesondere durch den Einsatz von →DRM und die juristische Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen.

Die Suche nach besser funktionierenden C.-Strategien hat inzwischen auch in der Buchbranche dazu geführt, Angebote mit Flatrate-Tarif (→Flatrate-App) und →Social Reading miteinander zu verknüpfen.

Copyright

→Urheberrecht

Cover (E-Book)

Das C. eines E-Books unterscheidet sich formal wie auch funktional vom klassischen Bucheinband. Bei Taschenbüchern besteht der Einband aus drei Elementen: Vorderseite, Buchrücken sowie Rückseite. Bei Schutzumschlägen von Hardcovern kommen noch die vordere und hintere Klappe (vgl. „Klappentext“) hinzu. Das elektronische

C. besteht dagegen nur aus einem Titelbild im Hochkantformat (Seitenverhältnis ungefähr 16:10), das in der Regel lediglich Titel wie auch Autorennamen sowie grafische Elemente enthält. Informationstexte zu Inhalt und Autor (vgl. „Bio-Blurb“) werden dagegen in Form von →Metadaten verbreitet, die dann auf Artikelseiten eines Onlineshops separat angezeigt werden.

Das elektronische C. hat vor allem zwei Aufgaben: in der persönlichen E-Bibliothek dient es in der Übersicht zur schnellen Orientierung (alternativ zu einer Auffistung von Titeln und Autorennamen), im →Onlinebuchhandel dagegen vor allem zu Marketingzwecken. Anders als in einer realen Buchhandlung müssen C. auf einer Webseite auch noch in stark verkleinerter Form ihre Funktion erfüllen. Die grafische und vor allem typografische Gestaltung muss darauf Rücksicht nehmen. Zudem werden die C. auf E-Ink-Readern (insbesondere auch im integrierten E-Store) natürlich nur in Schwarz-Weiß angezeigt.

Idealerweise sollte ein elektronisches C. von einem Designer individuell erstellt werden, so dass die visuelle Gestaltung auf Genre wie auch Thema abgestimmt werden kann. Sogenannte Aus-

schreibungsdienste ermöglichen es, von verschiedenen Designern Vorschläge machen zu lassen und ein passendes Angebot auszuwählen.

Weitere Infos:

thomas-knip.de (Covervorlagen)
casandrakrammer.com
(Covervorlagen,-design)
andreamienhaus.de (Coverdesign)
musenshop.weebly.com
(Coverdesign)
gedankengruen.com (Coverdesign)
[99designs](http://99designs.com) (Ausschreibungsdienst)

Creative Commons Lizenz

abgekürzt auch (cc), versteht sich als Gegenkonzept zum klassischen →**Urheberrecht** bzw. Copyright (c), das bisher die Nutzung, Bearbeitung und Weitergabe von geistigem Eigentum während einer Schutzfrist (bei Büchern derzeit: 70 Jahre nach dem Tod des Autors) exklusiv einem Rechteinhaber vorbehält. Die cc-Lizenz wurde seit 2001 von einer Initiative rund um den US-Juristen Lawrence Lessig entwickelt, um das Copyright den veränderten medialen Möglichkeiten anzupassen.

Gerade in der digitalen Welt hat sich eine Gegenkultur etabliert, die sowohl auf „Sharing“ wie auch „Remix“ basiert, und neben enormem kreativen Potential auch ganz neue

Geschäftsmodelle ermöglicht, die für die gesamte Community Vorteile bieten. Je mehr Inhalte unter einer nicht-exklusiven cc-Lizenz veröffentlicht werden, desto größer wird die „Allmende“ (so lässt sich das Wort „Commons“ übersetzen), also der gemeinschaftliche Besitz. Ein gutes Beispiel dafür sind die kostenlos nutzbaren Inhalte der online publizierten Enzyklopädie Wikipedia.

Den Grad der Nicht-Exklusivität kann der jeweilige Urheber sehr flexibel definieren, so gibt es z.B. cc-Lizenzen, die eine Nutzung nur bei Nennung des Autors bzw. Künstlers erlauben (BY, „Attribution“), die Bearbeitung ausschließen („ND“, „No Derivatives“), die kommerzielle Nutzung untersagen („NC“, „Non-Commercial“) oder die Weitergabe von verändertem Material nur unter denselben Lizenzbedingungen erlauben („SA“, „Share-Alike“).

Eine typische cc-Lizenz kann z.B. „cc-by-nc-nd“ oder „cc-by-sa“ lauten, in letzterem Fall wäre also die kommerzielle Nutzung sowie die Bearbeitung erlaubt, solange man den Namen des Produzenten angibt und den bearbeiteten Inhalt (z.B. die deutsche Übersetzung eines englischen E-Books) unter den-

selben Lizenzbedingungen verbreitet.

Entsprechende Lizenzen lassen sich dank spezieller Onlinetools einfach generieren, in dem via Webbrowser Schritt für Schritt verschiedene Fragen zum beabsichtigten Umgang mit einem bestimmten Werk beantwortet werden (Etwa: „Möchten Sie kommerzielle Nutzungen Ihres Werkes erlauben?“)

Siehe: creativecommons.org/choose/?lang=de

Ein besonderer Fall ist die cc-0-Lizenz („cc-Null-Lizenz“), bei der auf jegliches Copyright verzichtet wird. Ein betreffendes Werk wäre damit gemeinfrei, würde also der →Public Domain angehören, ähnlich wie klassische Werke, deren Schutzfristen ausgelaufen sind.

Klassische Wege der Verwertung bleiben auch bei cc-Lizenzen möglich: In der Buchbranche werden etwa in vielen Fällen E-Books kostenlos unter cc-Lizenz weitergegeben, während die gedruckte Version ganz normal mit Copyright versehen im Buchhandel verkauft wird.

Zu den prominentesten Autoren, die cc-Lizenzen im digitalen Bereich sehr effektiv einsetzen, gehört der kanadische Blogger und Schriftsteller Cory Doctorow. Seine

Romane wie „Little Brother“ oder „Homeland“ wurden unter weitgehenden cc-Lizenzen veröffentlicht, die auch die Bearbeitung ermöglichen. Somit konnte die Lesercommunity nicht nur die Formatierung der E-Books in alle möglichen denkbaren Formate übernehmen, sondern auch die Übersetzung in andere Sprachen. Zugleich sorgte die große Reichweite der elektronischen Versionen dafür, dass die klassisch bei einem Verlag erschienene Druckausgabe sich sehr gut verkaufte.

Createspace

auf →Print On Demand (POD) spezialisierte →Amazon-Tochter, deren digitale Druckmaschinen seit 2012 auch in den unternehmenseigenen Logistikzentren in Europa arbeiten, und damit POD-Titel schnell und günstig lieferbar machen. Der Vertrieb findet u.a. über Amazon-Stores in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien sowie Italien statt. Ähnlich wie in Amazons →Kindle Direct Publishing-Programm (KDP) können Autoren bei C. ihr Manuskript sowie Cover hochladen (Grundlage ist in diesem Fall das PDF-Format), Metadaten bearbeiten und das fertige Buch kostenlos im Amazon-Store veröffentlichen.

Bestellte Bücher werden in der

Regel noch am selben Tag verschickt, für den Kunden fallen keine Versandkosten an, zudem gelten die üblichen Bedingungen für Premiumkunden (→[Amazon Prime](#)).

Ein Preiskalkulator ermöglicht es, die voraussichtliche Gewinnspanne vorab zu berechnen, die je nach Format und Seitenzahl maximal etwa 30 bis 40 Prozent betragen kann. Beim Abverkauf über Amazon.de enthält der beim Unternehmen verbleibende Anteil neben Druckkosten auch den in Deutschland typischen Buchhandelsrabatt. Es besteht für die Autoren bzw. Verleger jedoch auch die Möglichkeit, stärker rabattierte Exemplare für den Eigenbedarf zu bestellen, die bisher jedoch aus den USA geliefert werden, wodurch relativ hohe Frachtkosten anfallen.

Besonders interessant für Selfpublisher ist die Kombination von Digital und Print: sie können parallel die Kindle-Version via →[KDP](#) und die Taschenbuch-Version via C, anbieten, ohne auf einen weiteren Dienstleister angewiesen zu sein.

Die erzielbare Marge für Autoren ist bei C. derzeit in der Regel größer als bei konkurrierenden deutschen Anbietern wie →[Books on Demand](#) oder →[epubli](#). Wichtiger Unterschied zu deutschen

POD-Dienstleistern ist jedoch, dass Amazon bisher keine Distribution der bei C. produzierten Titel über den deutschen Buchhandel anbietet. Die Distribution über den US-Buchhandel steht auch deutschen C.-Nutzern offen.

Literaturtipp:

„Bücher mit Amazons CreateSpace veröffentlichen. Handbuch, Tipps und Erfahrungen“ von Daniel Morawek, als E-Book & Taschenbuch lieferbar via Amazon.de

Crowdfunding

→[Crowdpublishing](#)

Crowdpublishing

(auch Krautpublishing genannt) alternative Form des Publizierens, bei der Buch- wie auch E-Book-Projekte von der Netzcommunity durch online getätigte Spenden bzw. Vorbestellungen vorfinanziert werden. Vorbild sind sowohl das traditionelle Subskriptionsmodell wie auch die als →[„Pre-Order-Prinzip“](#) bezeichnete Crowdfundingvariante.

Crowdfunding verbindet auf Social Media gestützte Netzwerkeffekte mit Fundraising, das über elektronische Bezahlmethoden abgewickelt wird. Über diese Form

der „Schwarmfinanzierung“ wurden in den letzten Jahren bereits zahlreiche Projekte im Kultur-, Medien- und Technikbereich finanziert. Oft dient Crowdfunding der risikoarmen Vermarktung von neuen Produkten bzw. von Content, die Unterstützung der Crowd ersetzt oder ergänzt klassisches Investmentkapital.

C.-Kampagnen werden oft auf speziellen Plattformen durchgeführt, die eine breite Community um sich versammeln, international etwa auf Kickstarter oder Indiegogo, in Deutschland auf Startnext oder Visionbakery. In den USA wurden zwischen 2009 und 2014 alleine via Kickstarter bereits 70 Millionen Dollar für C.-Projekte im Buch- und Comicbereich gesammelt (Startnext.de: 500.000 Euro in Zeitraum 2010 bis 2014). Manche C.-Kampagnen erreichen via Kickstarter sechs- bis siebenstellige Summen, in Deutschland wurden über die Startnext teilweise fünfstelligen Summen erzielt.

Nach dem Vorbild der Musikbranche (Sell a band, Sonic Angle etc.) haben sich auf internationaler Bühne zahlreiche C.-Plattformen etabliert, die eine Mischung aus Verlag, →Selfpublishing- und Crowdfundingplattform darstellen. Als Vorreiter gelten die bereits

2011 gegründete britische Plattform →Unbound sowie die US-Plattform Pubslush. Eine neue Form von „Fan-Funding“ bietet die auf →Storytelling spezialisierte Plattform →Wattpad.

Vergleichbare deutsche Plattformen gibt es bisher noch nicht, allerdings hat im Frühjahr 2014 der Freiburger Kladderbuch Verlag eine enge Kooperation mit der Leipziger Crowdfundingplattform Visionbakery angekündigt. Die journalistische Crowdfundingplattform Krautreporter startete im Herbst 2014 ein crowdfinanziertes Online-magazin.

Eine spezielle Form von C. betreibt die US-Plattform →Humble Bundle, die das →Pay What You Want-Prinzip mit Content-Bundling kombiniert: grundsätzlich ist der Download von E-Book-, E-Comic- oder Games-Bündeln bereits ab 0,01 Cent möglich, gibt man mehr aus als der Durchschnitt, werden Bonusinhalte freigeschaltet, was die Spendenbereitschaft insgesamt stark erhöht.

Literaturtipp:

„Krautfunding. Deutschland entdeckt die Dankeschön-Ökonomie“, von Ansgar Warner (siehe krautfunding.net)

Ende der Leseprobe