

E-Books – Das Echo der Zukunft

Der Buchmarkt und die Herausforderung des Selfpublishing

Von Uwe Lammers

Einleitung:

Es ist ein Allgemeinposten in Diskussionen, die sich mit der Gegenwart und der technologischen Durchdringung unserer Zeit befassen, dass zahlreiche Technologien der Zukunft, die im Genre der Science Fiction seit langem vorausgesagt worden sind, heute in den Bereich der Realisierung gelangt sind. Ob es dabei um den Sektor der Medizin, der Pflanzenzüchtung, der Computertechnologie, der Raumfahrt oder der Kommunikation geht, ständig stoßen wir auf Topoi, die dem Leser phantastischer Literatur vertraut sind. Themen wie Cloning, Implantattechnologie, Genmanipulation, gezielte Mutation, lichtschnelle Kommunikationstechnik, Mikrominiaturisierung, Künstliche Intelligenz, Robotik und dergleichen sind heutzutage in den Bereich der Alltagserfahrungen eingesickert. Als populäres Beispiel möge an dieser Stelle der Verweis auf die Fernsehserie *Star Trek* (dt. bekannt als „*Raumschiff Enterprise*“) aus den 60er Jahren genügen, in denen die Raumfahrer sich mit handlichen kleinen Kommunikatoren mit dem Mutterschiff unterhalten. Heutzutage ist das mittels Smartphones und anderen Mobilgeräten alltäglich geworden.

Eine dieser Zukunftstechnologien, die wie ein seltsam rückwärts gewandtes Echo aus dem Morgen bereits im Heute wirksam wird, revolutioniert und verwandelt gegenwärtig den Buchmarkt in Deutschland. Die Rede ist von *E-Books*, die vermeintlich in den Augen von Bedenktägern den traditionellen Buchmarkt in seiner Existenz bedrohen.

E-Books und jene Akteure des Buchmarktes, die sich dieses Werkzeugs favorisiert bedienen, die *Selfpublisher*, sollen hier thematisiert werden. Dabei wird zentral auf den Handlungsschauplatz Deutschland fokussiert, mit wenigen internationalen Stippvisiten. In der Folge wird eine kurze Analyse der aktuell – wieder einmal – beschworenen Krise des Buchmarktes gegeben und eine konstruktive Auseinandersetzung mit den Pro- und Kontra-Argumenten zum Thema E-Books und Selfpublishing geführt. Am Ende der Darstellung steht die Kristallisation des Selfpublishing als Herausforderung, aber auch insbesondere als Chance für den Buchmarkt in Zeiten der Digitalisierung.

Ausgangslage: Aktuelle Krise des Buchmarktes?

„*Das Buch stirbt. Mal wieder*“, schrieb Nicolas Freund in der *Süddeutschen Zeitung* im Januar 2018.¹ Anlass für diesen Alarmruf waren statistische Zahlen, die in den gängigen Branchenmagazinen und Zeitungen kursierten und „*einen teilweise erschreckenden Rückgang an Lesern*“ prophezeiten.² So seien im Zeitraum zwischen 2012 und 2016 nicht weniger als 6,1 Millionen Käufer dem deutschen Buchmarkt verloren gegangen (von 36,9 Millionen anno 2012 auf nur noch 30,8 Millionen anno 2016). Der Trend schien sich 2017 sogar noch verstärkt zu haben.³ „*Zuletzt hieß es, das E-Book werde das gedruckte Buch endgültig ver-*

¹ Vgl. Nicolas Freund: „*Ruhe bewahren*“, Süddeutsche.de, 19. Januar 2018.

² Ebd.

³ Ebd.

schwinden lassen.“⁴ Doch er sandte zugleich bei genauerer Betrachtung der Zahlen Zeichen der Zurückhaltung und Beruhigung aus. Ebenso, wie früher die panischen Rufe, das Video bzw. später die DVD werde die Kinos als Institutionen zum Verschwinden bringen, gerechtfertigt waren, seien solche alarmistischen Sorgen wenig fundiert. Denn „*weder ersetzte das E-Book das gedruckte Wort, noch konnte es sich überhaupt richtig durchsetzen.*“⁵

Tatsächlich deuteten die statistischen Zahlen, in gescheite Korrelation zueinander gesetzt, etwas anderes an. Während zwar die absolute Zahl der Buchkäufer definitiv gesunken sei, seien die Ausgaben für Bücher im gleichen Zeitraum nahezu stabil geblieben, ja, sogar teilweise gestiegen, und dies bei leichten Preissteigerungen auf dem Buchmarkt. Friends Fazit fiel deshalb so aus: „*Weniger Leser geben also mehr Geld für Bücher aus.*“⁶ Grundsätzlich sehe es deshalb so aus, dass der Buchhandel im Wesentlichen wie in den vergangenen drei Jahrzehnten jährlich etwa einen Umsatz von umgerechnet 9 Milliarden Euro erwirtschaftete, daran habe sich auch in den letzten fünf Jahren nichts Grundlegendes geändert.⁷ Für übertriebenen Alarmismus bestehe darum wenig Anlass.

Gründe für gewandeltes Leserverhalten

Will man dieses Phänomen indes richtig einordnen und jenseits ideologischer Verengungen korrekt bewerten, ist es notwendig, den Blick etwas breiter zu streuen und neben Büchern und dem (vermeintlichen) Konkurrenten E-Book – von ihm wird noch genauer die Rede sein – allgemeiner das zu betrachten, was in Umfragen als „Mediennutzung“ bezeichnet wird. Hierbei ist besonders der Bereich der digitalen Medien im weitesten Sinne einzubeziehen. Dazu zählen etwa:

- Online-Kommunikation (z.B. WhatsApp)
- Games
- Videostreaming-Angebote (Netflix & Co.)
- Musikstreaming-Kanäle

Diese „Ablenkungen“ vom Buchmarkt werden insbesondere von jüngeren Zielgruppen sehr stark konsumiert. Nach ARD-ZDF-Onlinestudien und einer ARD-ZDF-Langzeitstudie nutzen rund 90 % der deutschen Bevölkerung das Internet, aber altersspezifisch deutlich differenziert: bei den 14-29jährigen sind es 100 %, 72 % der Befragten nutzen das Internet täglich. Auch die Nutzungsdauer täglich ist höchst unterschiedlich. In der Gruppe der 14-29jährigen lag die

⁴ Ebd.

⁵ Vgl. Nicolas Freund: „*Ruhe bewahren*“, Süddeutsche.de, 19. Januar 2018.

⁶ Ebd.

⁷ Ebd.

Nutzungsdauer bei 4 Stunden 34 Minuten täglich, bei den 30-49jährigen immerhin auf 3 Stunden 3 Minuten.⁸

Laut Jana Lippmann, der Leiterin der Marktforschung des *Börsenvereins des deutschen Buchhandels*, der die eben zitierte Studie des Börsenvereins initiiert hatte und vorstellte, sei der Trend der Buchabwanderung klar zu erkennen: „*Von 2011 bis 2016 hat die Zahl der jüngeren Zielgruppen im Buchhandel um 32 Prozent abgenommen. Gleichzeitig stieg die Zahl der sehr jungen (bis 19) und der älteren Käufer (70+).*“ Ihr durchweg beunruhigendes Fazit lautet daher: „*Die Buchkäufer werden immer älter.*“⁹

Die GfK¹⁰ suchte außerdem die Motive für die Buchabwanderung zu ergründen. Bei Fokusgruppen-Gesprächen in Frankfurt und Leipzig kristallisierten sich zentral folgende wesentlichen Ursachen und Zusammenhänge heraus:

- „*Zeitknappheit durch wachsendes Angebot an Freizeitaktivitäten*
- *Aufmerksamkeitsdefizit durch ‚informationen overload‘*
- *Abhängigkeit von digitalen Medien*
- *Verlust der Konzentrationsfähigkeit*
- *Wachsende Bedeutung von Videostreaming: ‚es ist gesellschaftsfähig, Serien zu gucken statt Bücher zu lesen‘ (Lippmann)*
- *Gesellschaftliche Rolle des Bücherlesens wird schwächer (‚Über Bücher wird nicht mehr gesprochen‘)*
- *Die digitale (Arbeits-)Welt ist immer kürzer getaktet und setzt in wachsendem Maße die Bereitschaft zum Multitasking voraus*“¹¹

Dies alles führe in summa zum „*Verlust an Lesemomenten und der Fähigkeit, lange Texteinheiten konzentriert zu lesen*“.¹²

Gleichwohl, das sollte hier konterkarierend ergänzt werden, vermeldet der *Buchreport* bezüglich des Geschäftsklimas auf dem Buchmarkt, die Stimmung sei „*grundsätzlich eher positiv*“, und zwar sowohl hinsichtlich der Bilanz für 2017 als auch hinsichtlich des Ausblickes auf das Jahr 2018.¹³

Eins fällt bei dieser Aufstellung sofort deutlich auf: der eigentlich gern in journalistischen Texten oder Gesprächen verwendete Buhmann, das E-Book, wird nicht einmal erwähnt. Dafür gibt es natürlich Gründe. Doch ehe dazu Näheres ausgeführt werden soll, ist es sinnvoll, erst

⁸ Vgl. Michael Roesler-Graichen: „*Der Buchmarkt verliert vor allem jüngere Käufer*“, Börsenblatt.net, 18. Januar 2018.

⁹ Ebd.

¹⁰ GfK – Gesellschaft für Konsumforschung mit Sitz in Nürnberg.

¹¹ Vgl. Michael Roesler-Graichen: „*Der Buchmarkt verliert vor allem jüngere Käufer*“, Börsenblatt.net, 18. Januar 2018.

¹² Ebd.

¹³ Vgl. Buchreport.de: „*Verlage: Optimismus und große Aufgaben*“, 12. Januar 2018.

einmal den vermeintlichen „Konkurrenten“ des Buches unter die Lupe zu nehmen. Erst danach kann es zu einer gerechten Einschätzung der gegenwärtigen Lage kommen.

E-Books – eine neue Form von Buch: Die Anfänge

Für den Laien sind E-Books einfach nur das elektronische Äquivalent von Büchern. Diese Sicht ist im Allgemeinen hinreichend, da sich die meisten Leser weniger von den strukturellen Unterschieden beeinflussen lassen, die E-Books von traditionellen Printprodukten des Buchmarktes unterscheiden. Dennoch ist, um zu verstehen, warum dieser Bereich so polarisierend auf viele Leser und Gestaltende des Buchmarktes wirkt, ein kurzer Blick auf die charakteristischen Spezifika eines E-Books notwendig. Dabei soll es hier in der gebotenen Kürze weniger um die Fragen der Formatierung und dergleichen gehen, sondern um die Unterschiede, die zu beachten sind. Auch ist hier nicht der Raum, um mehr als nur eine kursorische Geschichte der E-Books zu geben.¹⁴

Dennoch seien ein paar Informationen historischer Natur vorangeschickt: Heutzutage gehören E-Books schon so sehr zur Alltagskultur, dass man sich kaum vorstellen kann, wie jung sie in Wahrheit noch sind. Zwar reichen die Anfänge digitaler Dokumente im weitesten Sinne tatsächlich schon zurück bis in die Frühzeit der Personal Computer, aber die frühesten E-Books, die tatsächlich ihren Namen verdienen, wurden erst während der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts entworfen.¹⁵

Der Grund für diese eher zögerliche Entwicklung ist in technologischen Engstellen zu suchen: Insbesondere die Herstellungskosten für leistungsfähige Displays, Akkus und Speichermedien waren zu Beginn astronomisch hoch, die damit verbundenen Investitionsrisiken natürlich ebenso. Als die Firma *NovoMedia* 1999 ein erstes Lesegerät für E-Books, das *Rocket ebook*, auf dem Markt anbot, lag der Verkaufspreis bei 649,- DM, und der Speicher fasste gerade einmal 16 Megabyte.¹⁶ Keinerlei Raum für aufwändige Grafiken, schon gar keine farbigen.

Erst mit der flächendeckenden Etablierung des Internets begannen sich die Bedingungen für E-Books grundsätzlich zu verändern. Aber selbst Akteure wie *Amazon* zögerten in der Anfangszeit, in diese Technologie zu investieren. Engagierte Autoren wie etwa *Stephen King* erkannten jedoch schon anno 2000 die offensichtlichen Möglichkeiten, durch die moderne

¹⁴ Für ausführlichere Informationen speziell zur Frühzeit der E-Books vgl. die vierteilige Artikelreihe „*Die Geschichte der eBooks*“ auf ebooknet.de, 29. März 2009.

¹⁵ Vgl. ebooknet.de: „*Die Geschichte der eBooks*“, 29. März 2009, Teil 1 und 2.

¹⁶ Vgl. ebooknet.de: „*Die Geschichte der eBooks*“, 29. März 2009, Teil 2.

Technik neue Leserschichten zu gewinnen: „Für Autoren eröffnete sich mit eBooks eine völlig neue Form der Veröffentlichung und Vermarktung.“¹⁷

Doch es bedurfte weiterer Instrumente, um das E-Book salonfähig zu machen. Dazu gehörten moderne digitale Formate jenseits der statischen *PDF*, etwa das Format *Mobipocket*, später *ePub*. Auf diese Weise entstand außerdem eine breite Subkultur, da zahlreiche technisch versierte Laien die Chancen des Mediums sehr viel schneller als die Marktakteure begriffen. Und mit Verspätung bahnten ihnen pragmatische Argumente den Weg: Klassische Publikationskosten, Lagerkosten, langfristige Verfügbarkeit der Werke, insbesondere bei Schriftenreihen, allgemein Beschaffungskosten – alles Probleme, mit denen Verlage und Bibliotheken bis heute zu kämpfen haben.

Inzwischen ist anerkannt, dass das Internet „eine neue Vertriebsform“ darstellt und man dadurch als Verleger imstande ist, „neue Leserschichten zu gewinnen“.¹⁸

E-Books – eine neue Form von Buch: Charakteristika und Unterschiede

Die Marketing-Assistentin Katja Nauck beim E-Book-Distributor *XinXii* sagt zum Thema E-Books und ihrer Charakteristika Folgendes: „Ein E-Book ist keine exakte, elektronische Nachbildung eines gedruckten Buches. Es wird immer optisch von der z.B. für den Druck fest formatierten *PDF*-Datei abweichen. Bei einem im digitalen Buchhandel erhältlichen E-Book handelt es sich um eine speziell angefertigte Datei im Format ‚ePub‘, die im Gegensatz zu einer nur auf einem PC oder einem Notebook zu lesenden *PDF*-Datei einen höheren Lesekomfort bietet.“¹⁹

Wesentliche, grundsätzliche Unterschiede zu einem Buchprodukt des klassischen Buchmarktes sind nach ihren Worten folgende:

„Ein E-Book ist anders aufgebaut als ein gedrucktes Buch: Es gibt weder Vor- und Rückseite, noch Klappentext.

Ein E-Book hat keine Seitenzahlen, sondern ‚Positionen‘, die der E-Reader anzeigen kann.

Ein E-Book hat keine feste Schriftart, Schriftgröße oder sonstigen statischen Formatierungen. Jeder E-Reader interpretiert Ihr E-Book anders, und jeder Leser kann Schriftgröße, Schriftart, Zeilenabstand etc. individuell auf seinem E-Reader einstellen und so an die eigenen Lesebedürfnisse anpassen.“²⁰

¹⁷ Ebd.

¹⁸ Vgl. ebooknet.de: „Die Geschichte der eBooks“, 29. März 2009, Teil 3.

¹⁹ Vgl. Katja Nauck: *XinXii-Style-Guide*, Berlin 2014, S. 7.

²⁰ Ebd.

In der Regel bedeutet das außerdem, dass eine E-Book-Seite kleiner formatiert ist als bei einem gängigen Printprodukt, und das ist unabhängig von der Nutzereinstellung: Die eingebetteten Grafiken werden kleiner wiedergegeben, die Seiten selbst weisen weniger Text und komfortablen Zeilenabstand auf.

Auch wird gern auf klassische Vorzüge eines E-Books gegenüber den Printprodukten verwiesen. Ein paar davon sind diese: *„Sie können nicht zerknittern oder vergilben, sie sind umweltschonend, da für sie keine Bäume gefällt werden müssen, und man kann sie jederzeit und überall in nahezu beliebiger Menge mit sich herumtragen. Auch für Verlage und Autoren bieten sich neue Möglichkeiten: eBooks lassen sich kostengünstig herstellen. Damit ist das finanzielle Risiko bedeutend niedriger. Ebenso muss man sich keine Gedanken über Auflagenhöhe oder Lagerkosten machen... die Titel erscheinen, solange die Leser es wünschen.“*²¹

Einschränkend muss hier natürlich der Gerechtigkeit halber gesagt werden, dass diese sehr positivistische Sicht einen wesentlichen Punkt geflissentlich ausblendet: E-Books bedürfen einer technologischen Zwischenstufe, um genossen werden zu können. Ohne ein Lesegerät oder mindestens eine Lese-App auf einem stationären Computer sowie natürlich hinreichende Ladung in einem Akku oder eine konstante Energieversorgung ist das Medium an sich nicht zugänglich. Und sowohl die Herstellung der E-Book-Reader wie auch die Erzeugung des notwendigen Stroms fallen durchaus als Kosten für die Umwelt an. Damit ist aber auch deutlich, dass E-Books fundamentale Unterschiede zum traditionellen Buch aufweisen, das üblicherweise direkt wirkt und abgesehen von natürlichem Licht und dem Leserauge sonst keine Anforderungen an den Leser stellt (keine Leseprogramme oder besondere Geräte für den Lesegenuss sind vonnöten).

E-Books als Konkurrenten zum traditionellen Buchmarkt?

E-Books gehören also als Teile der digitalen Mediennutzung zu jenem Bereich, der, wie eingangs referiert, dem traditionellen Buchmarkt definitiv Nutzer entzieht. Je jünger die Mediennutzer sind, desto stärker greifen sie auf Inhalte zu, die nicht direkt dem Buchmarkt entstammen, sondern anderen medialen Sparten wie Film, Musik, Games usw.

Dennoch taucht unter den Ablenkungen, die die Nutzung der medialen Angebote in den letzten Jahren signifikant verschoben haben, das E-Book zunächst einmal nicht auf. Das verwundert. Ein näherer Blick macht dieses vermeintliche Paradoxon transparenter.

Der *Börsenverein des deutschen Buchhandels* hat auf die digitalen Herausforderungen natürlich ebenfalls reagiert, und zwar durch Gründung der *IG Digital*. Um zu ermitteln, wie sich

²¹ Vgl. ebooknet.de: „Was sind eBooks?“, 29. März 2009.

die Erträge im so genannten „*Digitalgeschäft*“ in Abhängigkeit zum klassischen Buchmarkt entwickelt haben, befragte die IG Digital eine große Anzahl an Verlagen und konnte auf dem Kongress *Futurepublish* in Berlin im Frühjahr 2018 folgende Ergebnisse präsentieren:

- „*Durchschnittlich erwirtschaften große Verlage (mehr als 10 Mio. Euro Jahresumsatz) rund 13 % ihrer Umsätze mit digitalen Produkten, kleine Verlage 11 %. Ein Drittel der kleinen Verlage (unter 1 Mio. Euro Jahresumsatz) erzielt damit keine Umsätze.*“²²
- *Verlage mit belletristischem Schwerpunkt profitieren überdurchschnittlich stark vom digitalen Geschäft: Ein Viertel ihrer Umsätze erlangen sie durch digitale Produkte*
- *Ein Großteil der Verlage erzielt Umsätze mit E-Books: Rund drei Viertel der mittleren und großen Verlage und rund 60 % bei den kleineren.*“²³

Das klingt nun so, als wäre das E-Book in der Tat eine handfeste Bedrohung des klassischen Buchmarktes. Doch wenn man sich anschaut, wie die Relation zwischen E-Book-Erträgen und Print-Erträgen der oben befragten Verlage aussieht, sieht die Sachlage völlig anders aus. Es heißt in der *IG Digital*-Studie nämlich außerdem: „*Der Anteil der E-Book-Downloads an den Gesamtumsätzen der Verlage beträgt durchschnittlich 6 %.*“²⁴ Und das nicht im Jahre 2001 oder dergleichen, also in der Anfangsphase des E-Book-Booms, sondern im Jahre 2017.

Bei den traditionellen Verlagen ist also offenkundig weit mehr die mediale Umorientierung verantwortlich zu machen für den Buchkäuferschwund. Eher nicht die „Konkurrenz“ durch die neue Publikationsform des E-Books. Sie erscheint vielmehr in einem ganz neuen Licht, wenn man sich der modernen Szene der *Selfpublisher* etwas mehr annähert.

Selfpublishing – eine moderne Ausdehnung des Buchmarktes

„*In Deutschland gibt es schätzungsweise 100.000 Selfpublisher, also Autorinnen und Autoren, die den gesamten Prozess des Schriftstellerdaseins in Eigenverantwortung betreiben*“, schrieb das Magazin *bookbytes* am 24. Januar 2018.²⁵ Die wenigsten dieser sehr motivierten und engagierten Verfasser können zurzeit von den Einkünften der selbst verlegten Werke leben. Enthusiasmus, Schreibfreude, Mut zum Risiko und zugleich die Bereitschaft zu atemberaubend viel Arbeit zeichnet die Majorität dieser Autoren aus. Ihr Publikum ist, dem Medium E-Book entsprechend, jedoch nur mittelbar der Leser oder die Leserin, die sich sonst im traditionellen Buchhandel orientiert und mit Lesestoff versorgt.

²² Unter diese Produkte werden E-Books, Hörbuch-Downloads, PDFs, Streaming-Angebote, Nutzungslicenzen für Datenbanken, Webinare, Games und Apps gerechnet.

²³ Vgl. Buchreport.de: „*IG Digital veröffentlicht Studie zu digitalen Vertriebswegen und Umsätzen von Verlagen*“, 26. Januar 2018.

²⁴ Ebd.

²⁵ Vgl. *bookbytes*-Artikel: „*Keine Furcht vor Neuland*“, 24. Januar 2018.

„Ist das Self-Publishing gefährlich, belebend, oder kann es etwa befruchtend sein? Da scheiden sich die Geister“, heißt es im Artikel in *bookbytes* weiter. „Noch vor wenigen Jahren, als das Self-Publishing in Deutschland einen enormen Schub durch die Möglichkeit des Marktzugangs durch E-Book-Plattformen erhielt, wurde Self-Publishing noch als Teufelswerk betrachtet. Umgekehrt gab es in der Self-Publishing-Szene auch starke Ressentiments gegenüber den Verlagen.“²⁶

Warum dies? Schlicht gesagt wurde befürchtet, dass nun eine Schwemme von Produkten den Buchmarkt überfluten würde, die schlampig geschrieben, noch schlampiger lektoriert wären (wenn überhaupt), und unter dieser Schwemme von Billigprodukten – die meisten E-Books waren und sind heute immer noch sehr viel preiswerter als die gedruckten Bücher aus dem Verlagsangebot – würde automatisch der Ruf der deutschen etablierten Verlage leiden. Die deutsche Buchkultur selbst würde durch die „Möchtegernautoren“, die bei den arrivierten Verlagen keine Chance gehabt hätten, massiv leiden.

Die Wirklichkeit erweist sich als etwas definitiv anderes als diese altbackenen Vorurteile, und solche Vorurteile blenden zudem verschiedene Fakten geflissentlich aus, die das Entstehen des Buchmarkt-Segmentes der *Selfpublisher* überhaupt erst möglich machte.

Erstens werden Jahr für Jahr Tausende von sehr interessanten Buchprojekten von etablierten Verlagen zurückgewiesen, was zum Teil aus der praktischen Überlastung der Verlage resultiert, teilweise aber auch einfach voreilige Fehleinschätzung darstellt – was den Verlagen nicht selten Millionenverluste beschert. Es sei an dieser Stelle nur auf drei Beispiele verwiesen, die zwar aus dem internationalen Bereich kommen, aber zweifellos auch ihre Entsprechung auf dem deutschen Buchmarkt finden könnten:

- Das Potenzial einer arbeitslosen Mutter, die ihren Kindern eine selbst erfundene Geschichte über einen Waisenjungen erzählte, der auf eine Zaubererakademie berufen wird, wurde von den Talentscouts zahlreicher Verlage überhaupt nicht registriert und mit Nichtachtung gestraft. Heutzutage ist die Mutter, *Joanne K. Rowling*, Milliardärin, und von ihrem unbekanntem Waisenjungen *Harry Potter* muss man vermutlich nichts Weiteres sagen.
- Als digitale Veröffentlichung auf ihrer Webseite imaginierte eine junge Autorin in Amerika über eine skandalöse Liebesbeziehung zwischen einer jungen Uni-Absolventin und einem sadomasochistisch veranlagten Milliardär. Erst als diese Geschichte im Netz Massen von Leserinnen anzog, erklärte sich schließlich ein kleiner australischer Verlag, *The Writer's Coffee Shop Publishing House*, dazu bereit, das Risiko auf sich zu nehmen, „*Fifty Shades of Grey*“ zu veröffentlichen. Die Autorin *E. L. James* ist heute wahrscheinlich ebenfalls Millionärin.
- Um ihre sehr emotionsgeladene Geschichte um zwei höchst unterschiedliche, gebrochene Liebende mit all ihren Höhen und Tiefen auf Tausenden von Seiten auszubrei-

²⁶ Vgl. *bookbytes*-Artikel: „Keine Furcht vor Neuland“, 24. Januar 2018.

ten, wählte *Anna Todd* die Plattform *Wattpad* in den digitalen sozialen Medien... mit der letztendlichen Konsequenz, dass ihre Serie „*After*“ schließlich auch beim etablierten Heyne-Verlag herausgegeben wurde und stürmisch die Bestsellercharts stürmte und sich zigtausende von Malen verkaufte.

Zweitens wird ausgeblendet, dass selbst in Traditionsverlagen wie etwa Bastei-Lübbe der Posten des klassischen Lektorats immer geringer geschätzt wird. Wie in zahlreichen Zeitungsredaktionen werden solche Lektoratsdienste vielmehr ebenfalls outgesourct oder ganz eingespart. Insofern geht der Vorwurf an Selfpublisher, ihre Werke seien schlechter lektoriert, offensichtlich in die Irre. Vielfach ist das Gegenteil der Fall. Indes – ebenso wie bei schlecht lektorierten Verlags-Imprints gibt es selbstverständlich auch eine Flut von schlecht lektorierten E-Books, das soll nicht verschwiegen werden.

Drittens sollte man zur Kenntnis nehmen, dass die Verlagsverträge den solcherart gebundenen Autoren nicht selten sehr unvorteilhafte Tantiemenregelungen auferlegen – und viele E-Book-Plattformen bieten in dieser Hinsicht deutlich lukrativere Konditionen.

Viertens ist schließlich der Faktor der Verfügbarkeit zu bedenken: Bücher, die im VLB, dem *Verzeichnis Lieferbarer Bücher*, gelistet sind, fallen in der Regel heutzutage nach 8-12 Monaten aus der Buchpreisbindung heraus. Auf diese Weise reduzieren Verlage ihre Lagerkosten, verramschen die Restkontingente der Bücher über Wühltische und machen Platz für neue Bücher. Für den Buchleser bedeutet das, dass diese Werke im Buchhandel eigentlich nicht mehr erhältlich sind (Bestsellerautoren meist ausgenommen). Bei E-Book-Distributoren sind E-Books dagegen auch nach mehr als fünf Jahren mühelos zu erhalten. Der Vorteil für die Selfpublisher auf diesem Sektor ist sofort ersichtlich.

Es ist daher richtig, wenn es in der Einschätzung, ob E-Books bzw. das Self-Publishing eine Konkurrenz zu den Verlagen darstelle, heißt, dass „*die Furcht davor, dass Self-Publishing den Verlagen Leser abnimmt, eigentlich überholt*“ sei.²⁷ „Denn“, so heißt es weiter, „*Self-Publishing hat über elektronische Lesegeräte ganz neue Leserschichten erobert und Menschen zum Lesen oder zumindest zum Erwerben von E-Books gebracht, die zuvor nicht zum Lesen neigten.*“²⁸

Es heißt nicht umsonst, dass dies letzten Endes weniger eine Konkurrenzsituation sei, sondern vielmehr zu einer „*Win-Win-Situation*“ werden könne, „*wenn Selfpublisher und Verlage partnerschaftlich kooperieren.*“²⁹

²⁷ Vgl. bookbytes-Artikel: „*Keine Furcht vor Neuland*“, 24. Januar 2018.

²⁸ Ebd.

²⁹ Ebd.

Es gibt dazu sogar schon Ansätze. Sowohl zeigen sich Verlage an solchen Kooperationen interessiert, da die *Selfpublisher* üblicherweise über enorme *Social Media*-Kompetenz verfügen, was nicht zum klassischen Aufgabenbereich der Verlage gehört. Zum anderen besitzen die Verlage den Zugang zum stationären Buchhandel, der den meisten *Selfpublishern* – oft aufgrund der erwähnten Vorurteile – noch verschlossen ist.³⁰

Aber auch hier zeichnen sich Veränderungen ab.

In einer Zeit, in der internationale Player wie *Amazon* zunehmend in die Kritik geraten, sei es durch ihre Beschäftigungsmethoden, sei es durch die Weitergabe von Informationen, die über das Bestellverhalten und die Kundendaten automatisch erhoben werden, an staatliche Stellen, in einer solchen Zeit gewinnen nationale Akteure wieder an Gewicht. Dazu zählen auch Distributionsplattformen, die direkte Vertriebskanäle zu den Buchhandlungen und Verlagen haben. So kooperieren beispielsweise die Distributoren *XinXii.com* oder die *Tolino-Allianz* mit Buchhandelsvertrieben wie *Weltbild*, *Hugendubel* oder *Thalia*, wo man nun sowohl E-Books als auch Printausgaben von E-Books erwerben kann. *Amazon* ist nicht mehr der einzige Spieler auf diesem Sektor, wenngleich auch immer noch der größte.

Auch nicht gering zu schätzen ist die Möglichkeit für *Selfpublisher*, sich zunächst auf dem Markt mit eigenverantwortlich platzierten Projekten bekannt zu machen. Statt hier, wie es im traditionellen Buchmarkt notwendig ist, sofort mit dem ersten Werk, das man geschaffen hat, überzeugen zu müssen, weil man nur so einen Anschlussvertrag bekommt, können hier auch Werke vorgelegt werden, die fern der Perfektion sind. Durch die Tatsache, dass man über soziale Medien mit dem Leser in Direktkontakt kommt und so zeitnah Feedback erhält, ist eine völlig andere Form von Rückkopplung möglich, als sie bei einer Verlagspublikation gegeben wäre.

Die Entstehung der *Selfpublisher*-Szene hatte übrigens noch einen ganz anderen Effekt, der gerne unterschätzt wird, wenn man allein das E-Book als „Risiko“ für den etablierten Buchmarkt betrachtet. Nicht nur aktiviert die *Selfpublisher*-Szene jede Menge neue, unentdeckte Autorentalente, von denen zahlreiche schließlich auch in etablierten Verlagen Karriere machen können. Es gibt einen ganzen Markt von „Zulieferindustrie“, um es mal so zu nennen, der inzwischen von den *Selfpublishern* so abhängig ist wie diese von ihnen: „*Lektoren, Korrektoren, Coverdesigner, Webdesigner, Online-Marketingleute sowie E-Book- und Buchdesigner. Hinzu kommen die Plattformen, die ihre Bücher vertreiben und verkaufen. Von Selfpublishern lebt mittlerweile eine ganze Branche.*“³¹ Das also, was die *Selfpublisher* in die Eigenständig-

³⁰ Ebd.

³¹ Ebd.

keit getrieben hat, weil die etablierten Verlage zu lange Berührungängste gehabt haben, entwickelt zunehmend eine Eigendynamik, die sich letztlich aber auch befruchtend und bereichernd auf die klassischen Buchmarktstrukturen auswirken kann.

Fazit

Das ursprüngliche Argument, der Buchmarkt sei in der Krise, das Buch am Sterben, ist offenkundig falsch. Der Buchmarkt ist im Umbruch begriffen, das trifft, neutral formuliert, die Faktenlage der Gegenwart sehr viel präziser. In Anbetracht der stürmischen Entwicklung der Digitalisierung auf allen Feldern des Lebens ist dies wohl ein unvermeidlicher Prozess. Natürlich kann diese Veränderung Angst machen, das ist eine ganz menschliche Reaktion.

Es wäre allerdings deutlich konstruktiver und flexibler sowohl für den traditionellen Buchmarkt und seine Akteure in Verlagen wie Buchhandlungen als auch für die *Selfpublisher*, die Weichen in Richtung Kooperation zu stellen. Eine, wenn auch nur partiell vorhandene und in toto hinderliche Furcht vor Konkurrenz erschwert fruchtbringende Zusammenarbeit. Während die *Selfpublisher* in der Mehrheit jeden Grund dafür haben – aufgrund langjähriger Zurückweisung seitens des stationären Buchhandels (was eben viele von ihnen geradewegs Anbietern wie *Amazon* in die Arme trieb) –, gegenüber dem Buchhandel und den Verlagen heutzutage noch sehr zögerlich zu begegnen, hat umgekehrt der Buchhandel eigentlich keinen Grund zur Zurückhaltung.

Die E-Books stellen, wie oben herausgearbeitet, nicht wirklich eine direkte Konkurrenz zu den Printwerken der klassischen Verlage dar. Das ist auch anno 2009 bereits konstatiert worden und stellt damit keine neue Erkenntnis dar: *„eBooks lösen Bücher noch lange nicht ab – aber richtig genutzt können beide Formate ihre Vorteile einbringen und sich gegenseitig ergänzen. Und das kommt allen Beteiligten zugute: Autoren, Verlagen, Händlern und den Lesern.“*³²

Sie sind nicht ursächlich verantwortlich für den Besucherschwund in Buchhandlungen und die rückläufigen Verkaufszahlen von Printbüchern. Zahlreiche Verlage haben diese Zeichen der Zeit bereits erkannt und bieten zu Print-Neuerscheinungen auch deren digitale Pendant an. Verlage haben Streaming-Plattformen als Kooperationspartner gewonnen, auf denen man beispielsweise Periodika online lesen kann. Manche Verlagsreihen werden sogar komplett auf

³² Vgl. ebooknet.de: „Die Geschichte der eBooks“, 29. März 2009, Teil 4.

digitales Erscheinen umgestellt, mit der Konsequenz, dass diese Produkte den Buchhandlungen dann definitiv verloren gehen – und deren Leser natürlich auch.

Künstlich und zwanghaft darauf zu beharren, dass digitale Publikationen eine Gefahr seien und die Autoren von E-Books deshalb notorisch auszugrenzen, ist keine Haltung, die langfristig konstruktiv zu nennen ist. Vielmehr sollten alle Akteure des Buchmarktes verstehen, was sie mit E-Books und dem *Selfpublishing* wirklich vor sich haben: eine zeitgemäße, moderne Erweiterung des klassischen Buchmarktsegmentes, das ganz neue Möglichkeiten für eine Vielzahl von Akteuren bietet – sowohl die bereits etablierten, die sich in Gefahr wännen, als auch die neuen, die einen Weg suchen, ihre Werke ans Licht der Öffentlichkeit zu bringen.

Kooperation statt Furcht vor Konkurrenz heißt darum das Motto der Stunde.

Danach sollten wir alle gemeinsam handeln.

© 2018 by Uwe Lammers
Braunschweig, den 19. April – 18 . Mai 2018