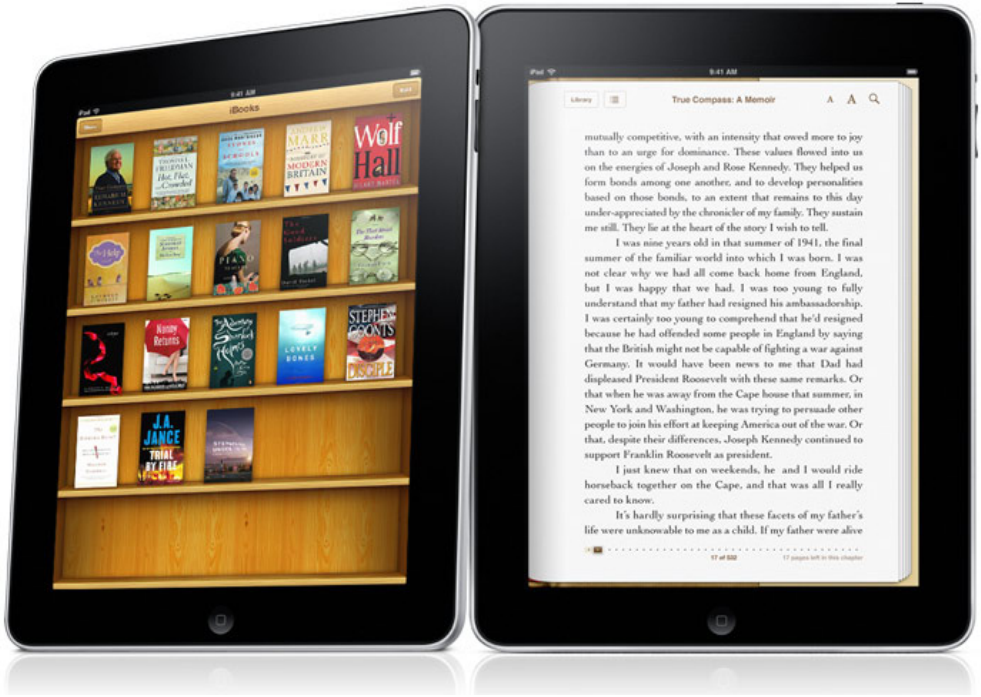
iPad, E-Book, EPUB: Bücher im digitalen Vertrieb

Hochschule Bonn-Rhein-Sieg in Zusammenarbeit mit der
MarkStein Software Entwicklungs- und VertriebsGmbH

Die Top-Fünf
Apps im Vergleich



V 1.01, Stand 25.08.2010

Lesen Sie auch unser Dossier zum Thema **iPad**.

Autoren
Dipl.-Journ. Jennifer Schwanenberg und Andreas Artmann

Wertewandel

Mit dem zweiten Dossier unsere Reihe begeben wir uns in Bücherregal. Der Schritt eines Verlages, neben gedruckten Büchern diese auch in digitaler Form anzubieten, berührt die klassischen Wertvorstellungen. Die Wertschätzung von digital vertriebenen Publikationen ist auf Anbieter- und Kundenseite nach wie vor geringer. Die Leser empfinden die Preise als zu hoch und es stört sie besonders der Kopierschutz digitaler Bücher. In Foren (z. B. Das Literatur-Café) regt sich bereits Widerstand. Beispiele aus der Filmindustrie zeigen, dass mit überhöhten Preisen kein Staat zu machen ist. Auf dem iPad konkurrieren die Medien Film, Buch, Musik und Netzinhalte um die Aufmerksamkeit der Nutzer. Umso wichtiger ist es, neue Preismodelle zu gestalten und die sich wandelnden Gewohnheiten zu betrachten. Schon 41 Prozent der iPad-Besitzer lesen Bücher am liebsten auf ihrem Tablett, so eine Umfrage von Cooper Murphy. Aus konservativer Sicht könnte man annehmen, das iPad verleite zum flüchtigen Lesen. Eine Untersuchung von Jakob Nielsen bestätigt die Annahme jedoch nicht. Lediglich die Lesegeschwindigkeit sinkt leicht um sechs Prozent.

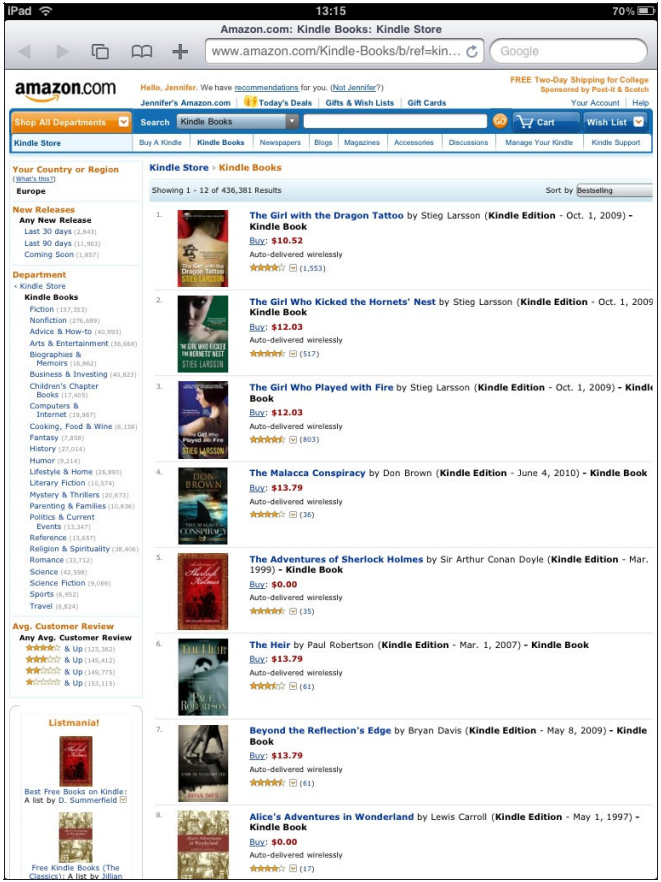
Die iPhone-App „Classics“ von Andrew Kazmierski nahm die Optik des späteren iBookstore (iBooks) vorweg.

Amazon verkündete im Juli 2010, dass sie für jedes Hardcover-Buch 1,8 E-Books verkaufen. Insgesamt nehmen E-Books heute drei Prozent des Buchmarktes ein. Der Durchbruch für die elektronischen Bücher scheint geschafft. Die Analysten von Goldmann Sachs sagen bis 2015 einen Anteil von 12,8 Prozent am Gesamtbuchverkauf voraus.

E-Books entstanden bereits in den 70er Jahren. Anfänglich für Sachbücher im IT-Bereich und als Domäne rechtefreier Literatur wie das Project Gutenberg genutzt, wurden die ersten Lesegeräte in den 90er Jahren vom Markt nicht angenommen. Erst Sony bahnt 2004 mit seinen E-Readern für Belletristik und andere Freizeitbücher den Weg für einen gewinnbringenden E-Book-Markt.

Seither entstanden zahlreiche E-Book-Stores. Allein die Hachette Book Group verweist von seiner Homepage aus direkt auf elf Händler. Apples iBookstore (iBooks) ist nicht dabei, obwohl Hachette eines der ersten Unternehmen war, das mit Apples Bücherladen kooperierte.

Fast drei Jahre nach Einführung verkauft Amazon pro 100 gedruckten Exemplaren bis zu 180 E-Books. In den drei Monaten davor betrug das Verhältnis 143 zu 100 für die E-Books.

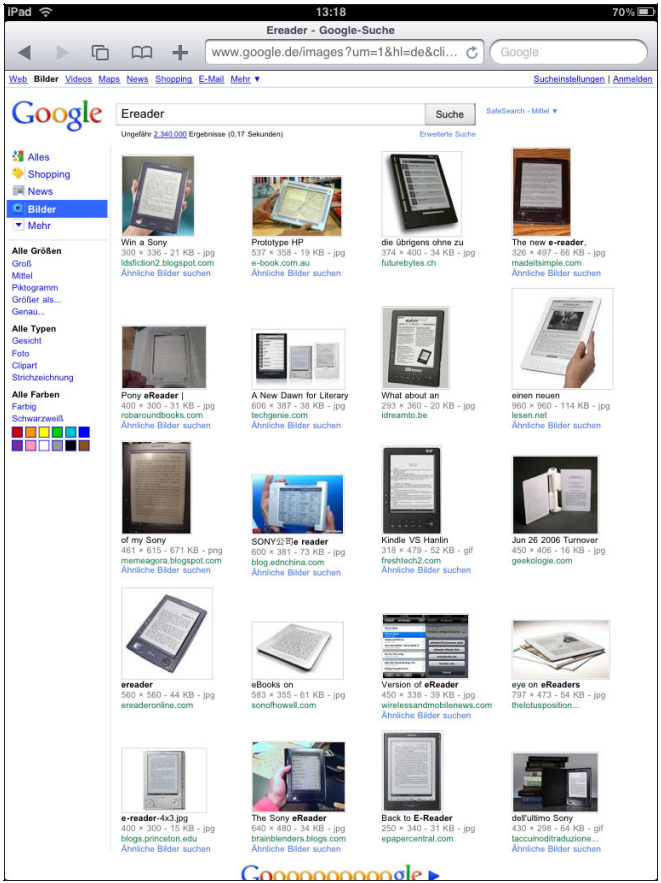


Die Zukunft der E-Book-Reader

Mit der Markteinführung des iPads und der Preissenkung für Amazons Kindle haben sich auch die Erwartungen an die zugehörigen Lesegeräte (E-Reader) geändert. Rüdiger Spies, Marktanalyst bei IDC: „E-Reader in der heutigen Form sind ein vorübergehendes Phänomen wie früher PDAs.“ Bereits Apples PDA Newton, eingeführt 1993, konnte E-Books anzeigen. Mit der Zunahme von Smartphones verloren diese Geräte und Marktführer Palm an Bedeutung. IDC geht davon aus, dass in der Lücke zwischen herkömmlichen Handys und stationären Computern ein riesiger neuer Markt entsteht. Derzeit sprechen Preis und Lesbarkeit für die speziellen E-Book-Reader. Laut den Forschern von Canalysis wird in Zukunft aber das Betriebssystem den Markt bestimmen. Im zweiten Quartal 2010 wurde im US-Markt erstmals das Betriebssystem Android Marktführer:

1. Android (Google)	34 Prozent
2. Blackberry (RIM)	32 Prozent
3. iOS (iPhone ohne iPad, Apple)	22 Prozent

Zählt man die drei Millionen verkaufter iPads dazu, die ebenfalls auf iOS basieren, zeigt sich, wie umkämpft der Markt ist.



Digitales Rechte-Management (DRM)

Auch bei E-Books stellt sich die Frage nach den Nutzungsrechten. Bislang antworten die meisten Verlage mit Digitalem Rechte-Management (DRM), einem Kopierschutz, der auch für Musik und Filme verwendet wird. iBooks verwendet die DRM-Software FairPlay, die auch schon für iTunes genutzt wird. Diese ermöglicht zwar eine begrenzte Anzahl von Kopien, bringt für den Nutzer jedoch Nachteile. Sie bedeutet die Entwöhnung von alten Buchgewohnheiten: Kein Ausleihen (Barnes and Nobles Lesegerät Nook bietet eine zweiwöchige Ausleihfunktion), kein Weiterverkaufen, kein Drucken. Aber dafür der gleiche Preis.

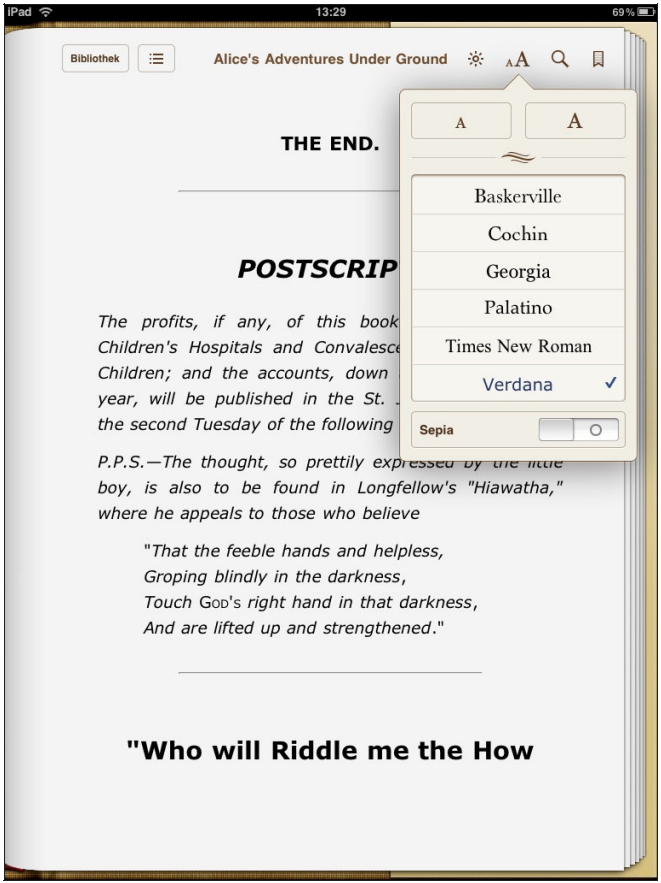
Besonders problematisch beim digitalen Rechtemanagement ist, dass dem Kunden nicht unbedingt einsichtig ist, ob und welchen Kopierschutz sein E-Book hat und dass der Händler ihm sein E-Book auch wieder entziehen kann, wie Amazon es mit zwei Orwell-Werken machte.

Apples iBookstore (iBooks) bietet den Verlagen die Möglichkeit, EPUBs und PDF-Dateien mit einem Kopierschutz zu versehen.

EPUB – der digitale Standard

Am Anfang war das Wort. EPUB (Electronic Publication) befreit den Text vom festen Layout der gedruckten Seite. Der Leser kann selbstbestimmt auf seinem Endgerät Schriften, Schriftgrößen und Hintergründe festlegen. Damit passt sich EPUB an alle Bildschirmgrößen an und wird universell einsetzbar. Technisch betrachtet werden die Inhalte des Buches in einer XHTML-Datei gespeichert.

Der EPUB-Standard wurde, basierend auf XML, 2007 vom International Digital Publishing Forum (IDPF) festgelegt. Die EPUB-Paketdateien enthalten sogenannte Metainformationen. Hier finden sich Hinweise auf Autor und Verlag. EPUB besteht aus einer Kapitel-Datei (Manuskript), Metadaten (Verfasser, Abschnitte etc.) und der Containerdatei – diese kann zum Beispiel das DRM (Kopierschutz) beinhalten. Der Vorteil dieses Formates ist, dass es auf offenen Standards aufbaut und plattformübergreifend ist. Nachteil ist eine eingeschränkte Bild- und Videodarstellung. Dem klassischen Buchdenken widerspricht auch, dass die Gestaltung weitgehend dem Leser überlassen wird.

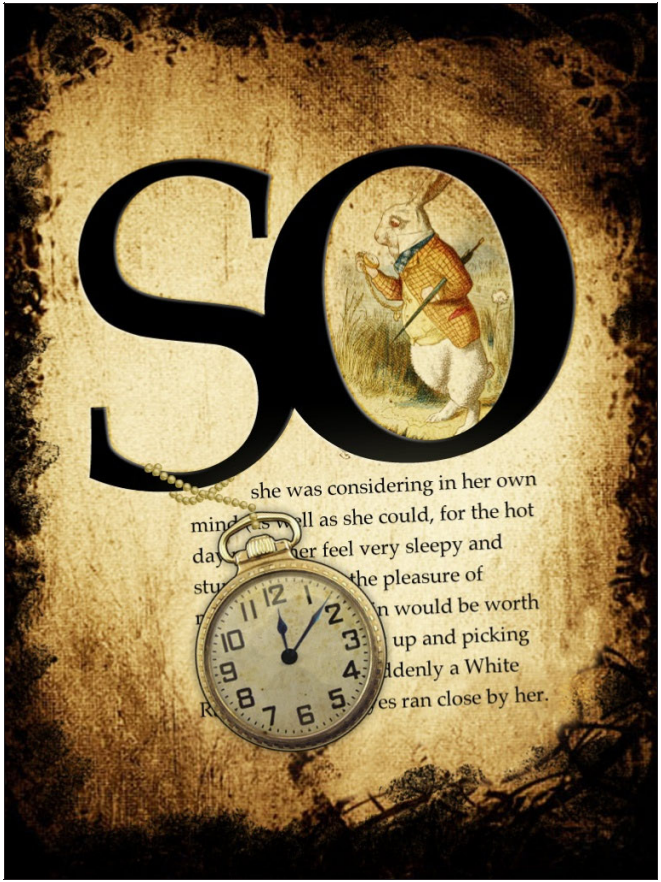


Alice im Wunderland in einer EPUB-Ausgabe des Projektes Gutenberg.

PDF – wenn das Layout entscheidet

Bereits 1993 wurde PDF als transportables Dokumentformat entwickelt, um plattformunabhängig Dokumente austauschen zu können. Heute ist die Entwicklung von Adobe Grundlage von elektronischen Zeitschriften (E-Magazines). Im Gegensatz zum EPUB soll hier ein Leser das PDF-Dokument immer so sehen, wie die Autoren es festgelegt haben. Neben Adobe bieten auch andere Anbieter eine DRM-Funktionalität an. Ein Vorteil des PDF-Formates liegt in der Marktdurchdringung und entsprechenden kostenfreien Betrachterprogrammen, welche die Inhalte einer PDF-Datei ohne größere grafische Unterschiede darstellen.

Ein weiterer Vorteil besteht in der Möglichkeit, Dateien multimedial anreichern zu können. Man spricht dann von Rich-PDF. Interaktive PDF-Dateien können mit Navigationsfunktionen und Inhaltsverzeichnissen ebenso ausgestattet werden wie mit Videos und Bildergalerien. Der Nachteil liegt im starren Umbruch. So ist zum Beispiel das Lesen von Zeitungsseiten im PDF-Format sehr unhandlich und unübersichtlich.



Eine animierte Version von Alice im Wunderland stellt das App von Atomic Antelope vor. Laut BBC „Ein Einblick in die Zukunft des digitalen Lesens“.

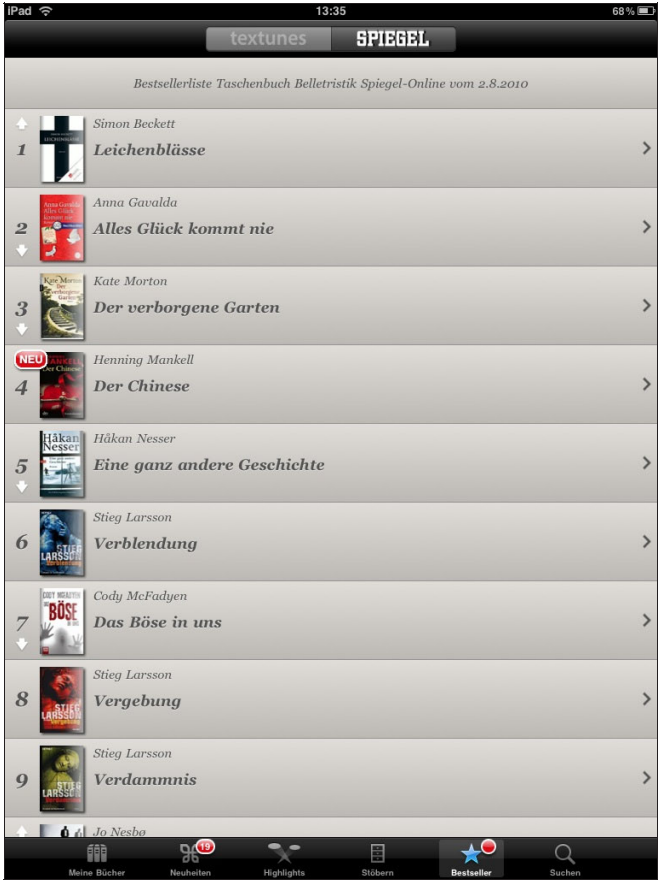
Textunes – mit Köpfchen zum Buch

Zur Buchmesse 2008 erkannten die Macher von Textunes das Potenzial von deutschen E-Books auf mobilen Geräten und veröffentlichten den ersten deutschen Roman für iPod und iPhone. Die Textunes-App dient als Katalog, Reader und weiteres:

– Zitate per Twitter und E-Mail versenden
– Kostenlose Leseproben zu allen E-Books
– Spiegel- und Textunes-Bestsellerlisten
– Integrierte Printbuchbestellung

Jedes Buch ist als einzelne Applikation (App) oder auch in einer Bücherregal-App mit mehreren Titeln darstellbar. Hat den Käufer die Leseprobe überzeugt, lädt er das Buch herunter und rechnet es über sein iTunes-Konto ab. Mit weit über 500.000 ausgelieferten E-Books ist Textunes Marktführer im deutschsprachigen Europa. Volker Oppmann, Geschäftsführer von Textunes: „Wir bringen nun unser gesamtes Angebot in einer Applikation zusammen – gut für den Leser und unsere Partnerverlage."

Für das iPad haben die Berliner wenige Wochen nach der Markteinführung über 1000 Titel optimiert.

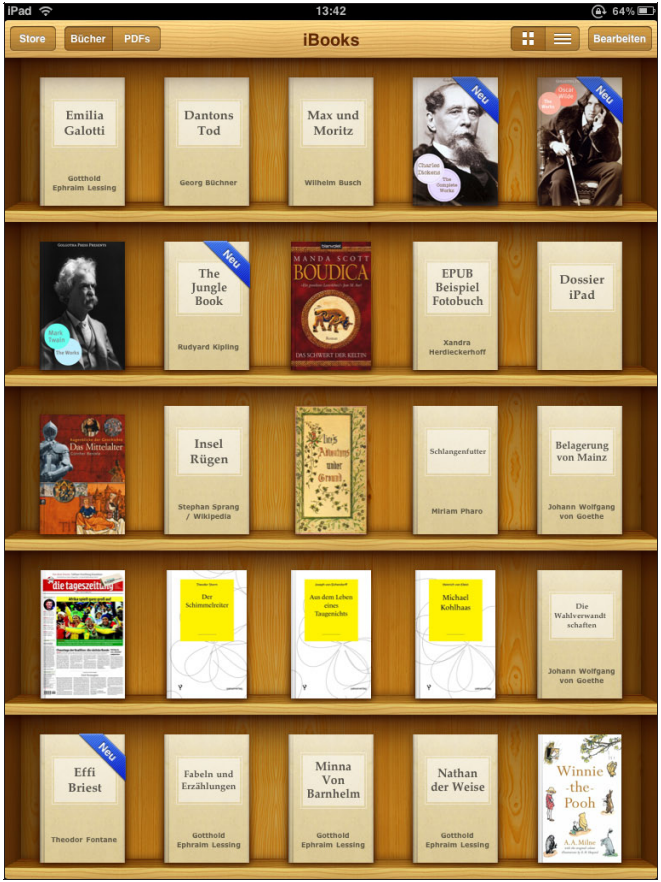


iBooks – optisches Highlight

Im Gegensatz zu Amazons umstrittener Preispolitik auf dem amerikanischen und britischen Markt lässt Apple den Verlegern die Freiheit, selbst über den Buchpreis zu entscheiden. Für eine Provision von 30 Prozent bekommen die Verleger den Platz auf der Vertriebsplattform und die DRM gestellt. In Deutschland gilt das Preisbindungsgesetz derzeit auch für E-Books, allerdings ist das Sortiment noch stark eingeschränkt. In den USA haben Amazon und Apple versucht eBook-Preise einheitlich zu gestalten. Der US-Justiz gefällt das gar nicht: wegen Preisabsprachen müssen sie sich jetzt rechtfertigen.

Auch beim Import von Dateien werden dem Nutzer Grenzen gesetzt. Nur über weitere Programme (z. B. iTunes, Stanza oder Goodreader) gelangen DRM-freie PDF- und EPUB-Dateien ins Bücherregal.

Die Übersichtlichkeit im Bücherregal nimmt mit steigender Anzahl der Bücher ab. Such- und Sortierfunktionen werden nur über die Listenansicht zugänglich.



Optisch gelungen, wird aber bei starkem Gebrauch unpraktisch. Die App iBooks von Apple.

E-Books verkaufen auf Empfehlung

Einen neuen Vertriebsansatz verfolgt die Plattform Epidu. Das in Januar 2010 gegründete Start-Up richtet sich vor allem an freie Autoren und Selbstverleger. Das Verlagskonzept setzt hier auf die „Schwarmintelligenz“. Der Leser kann mitbestimmen, welches eingereichte Manuskript anschließend verlegt wird. Hieraus folgt eine Empfehlung für das Werk. Epidu nennt das „scouten“. Aus der Summe der empfohlenen Manuskripte errechnet sich das Ranking. Schlussendlich wird eines der fünf bestplatzierten Werke am Ende einer Periode verlegt. Dieses Konzept orientiert sich am Markt, leitet einen Trend ab und verlegt nur Bücher, die der Leser akzeptiert hat. Gleichzeitig nutzt es den Social Media Effekt. Empfehler sind gleichzeitig potenzielle Käufer. Das Buch wird direkt vom Profil des Autors zum Kauf angeboten.
Die Plattform, auf der Autoren für ihre Werke werben, ist zugleich ein Buchverlag. Die eigene Hausplattform wird so auch für den Vertrieb genutzt. Auch andere Verleger haben hier die Möglichkeit, Verlagsprofile kostenlos zu erstellen, um ihre eigenen Werke zu bewerben und zu vertreiben.

Ranking auf der Beta-Seite des Aacheners Startups Epidu

Digitaler Wandel

Selbst der weltgrößte Verlag sucht noch digitale Vertriebswege. Markus Dohle, Chef bei Random House (USA), im Gespräch mit dem Nachrichtenmagazin *Spiegel*: „Der digitale Wandel wird etwa fünf bis sieben Jahre andauern. Da entscheiden nicht 100 Tage im iBook-Store über Erfolg oder Misserfolg.“

Im Handel: E-Books zum Anfassen

Geht das E-Book-Geschäft nun ganz an den Buchläden vorbei? Sollte nicht jeder Buchhändler in der Lage sein, E-Books direkt im Laden zu verkaufen (und nicht mehr nur über die eigene Website)? Libri und Libreka! bieten folgende Lösung an: Der Buchkäufer zahlt im Laden und bekommt dafür eine E-Mail mit Download-Link zugeschickt.

Die Macher von Epidu haben eine haptische Lösung erdacht: Das Aachener Unternehmen nutzt für den Vertrieb seiner Bücher sogenannte E-Book Cards, Visitenkarten für Bücher. Auf dieser Karte ist auf der Vorderseite das Buchcover abgebildet und auf der Rückseite ein kurzer Klappentext mit einer Buch-ID und einem QR-Code. Der Leser kann die am Verkaufstand oder Kasse angebotenen E-Book Cards kaufen und erwirbt damit gleichzeitig das dazugehörige E-Book. Mit dem Smartphone kann er den QR-Code auslesen oder gibt die Buch-ID ein und lädt sich direkt das gekaufte E-Book über eine App auf sein mobiles Gerät. Der Leser kann dann seinen Kaffee direkt vor Ort mit seinem neuen Buch genießen.

Für den Buchladen ergibt sich dadurch die Möglichkeit, zusätzlich zu den E-Book-Readern auch direkt passende E-Books anzubieten. So kann der Buchladen seine Beratungskompetenz ausspielen. Der Blick auf den US-Markt zeigt, dass der Buchhandel verloren geglaubtes Terrain durch Social-Marketing (z. B. Lesungen und Diskussionsrunden) zurückgewinnen kann.

Nguyen Cao Hung vom Epidu Verlag: „Wir sehen in dieser Idee reichlich Potenzial und werden sicherlich in den nächsten Monaten die ersten E-Book Cards in den Händen halten. Die Vorteile sind überzeugend und hinzu kommt, dass das E-Book so seine Haptik erhält, was viele Lesern bemängeln. Der moderne Leser hat vielleicht nicht mehr Bücher in seinem Regal, sondern Alben mit E-Book Cards?“

Analyse

Die Zukunftsfrage ist, welche Inhalte werden nachgefragt und wie sollen sie aufbereitet werden? Der Buchhandel muss neue Handelswege für die Zukunft beschreiten. Der Weg, einfach Print 1:1 zum mobilen Gerät zu übertragen, ist eine Sackgasse. Nicht die Schwächen der einzelnen Medien dürfen exportiert werden, vielmehr müssen die Stärken der jeweiligen Ausgabe-Plattform berücksichtigt sein. Macht ein Bilderbuch im EPUB-Format Sinn? Als PDF auf dem iPad kann es unter Ausnutzung des Layouts wirken. Umgekehrt ist ein wissenschaftlicher Text als PDF nur schwer erfassbar. Als EPUB mit der Möglichkeit, zu zitieren und Anmerkungen zu setzen, ist der Nutzen höher. Für jede digitale Publikation muss die Frage der Präsentation und des dafür genutzten Formates neu gestellt werden.
Für Verleger und Medienhäuser wird die Datenhaltung zur Schicksalsfrage. Medienneutrale Daten werden zum entscheidenden Faktor für die Zukunft. Diese Daten lassen sich dann an zukünftige Anforderungen anpassen und mit multimedialen Inhalten, zum Beispiel Augmented Reality, neu verknüpfen.

Nur Augmented Reality fehlt noch. Gutenberg 3.0: Das App der Bayerischen Staatsbibliothek macht Buchschätze öffentlich.

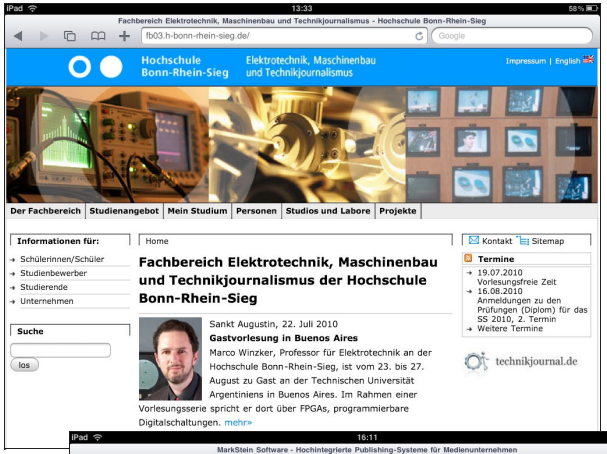
Impressum

Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
Fachbereich EMT
Technikjournalismus/PR
Prof. Dr. Andreas Schümchen
Dipl.-Journ. Jennifer Schwanenberg
Grantham Allee 20
53757 Sankt Augustin
Tel. +49 (2241) 865–315 / -757
www.h-brs.de

MarkStein Software
Entwicklungs- und VertriebsGmbH
Dipl.-Ing. Michael Stühr
Andreas Artmann
Marienburgstraße 27
64297 Darmstadt
Tel. +49 (6151) 39687–0
info@markstein.com
www.markstein.com

Medienpartner: **wwww.turi2.de**

Die PDF-Variante dieses Dossiers referenziert auf die genannten Studien. Vielen Dank für Ihr Interesse. Fotos: Apple, Artmann



	eReader*	iBooks	Stanza*	Kindle*	textunes	Txtr
Allgemein	Zur Ansicht kostenfreier E-Books geeignet. Gehört Barnes & Noble	iTunes angebunden, deutsche Auswahl noch eingeschränkt (Verlagskooperationen)	Zahlreiche Stores eingeunden (z. B. Gutenberg-Project, Fictionwise, O'Reilly)	Bezug über Browserfenster, Deutsche Literatur noch sehr eingeschränkt und schlecht zu finden (german editions)	Deutsche Auswahl eingeschränkt (Verlagskooperationen), *Spiegel*-Bestseller-Liste, Ausgabe im eigens entwickelten Format „EPUB++“	Eigenständiges Kooperation-Modell. Kauf über Konto oder Kreditkarte
Plattform (Hardware)	neutral	iPad, iPhone, iPod	neutral	Kindle, iPad etc., Android	neutral	Txtr, iPad etc., Android
Vertriebsmodell	Frei	iTunes	Frei	Amazon (Bezug über US), Bezahlung via iTunes	Stores eingeb., Bezahlung via iTunes	eig. Store, Bankeinzug, Kreditkarte
Sprache (System)	Englisch	Deutsch	Englisch	Englisch	Deutsch	Deutsch
Empfehlungsmarketing f = Facebook, t = Twitter,	f, t, E-Mail	int. Bewertung	t, E-Mail		t, E-Mail	Txtr-Community
Suchfunktionen dict = Wörterbuch, doc = Dokument, goo = Google, wiki = Wikipedia	dict (engl.) muss nachgekauft werden	dict (engl.), doc, goo, wiki	dict (engl.), kein Zugriff auf einzelne Worte	dict (engl.), doc, goo, wiki		
Scrollen			X		X	
Blättern	X	X		X		X
Textanpassung	X	X	X		X	X
Nachtmodus (Invertiert)	X		X		X	X
Notizen	X	X	X	X	X	
AUSGABE-FORMATE						
Comic Book Archive			X			
EPUB	X	X	X		X **	X
Kindle .azw				X		
Palm .prc .pdb	X		X	X		
PDF .pdf		X	X	X		X
Microsoft (MS) Lit .lit			X			
MS Text .txt			X			
MS Word .doc			X	X		X
Rich Text Format .rtf			X			
Mobipocket .mobi, prc			X	X		

iPad, E-Book, EPUB: Bücher im digitalen Vertrieb

Stand: 20. August 2010, * ohne Gewähr – keine Bestätigung durch Betreiber erfolgt, ** eigenes Format „EPUB++“