

Bauhaus-Universität Weimar

Fakultät Medien

Verlage unter Druck:

Analyse des Einflusses der Digitalisierung auf das Verlagswesen

E-Publishing:

Analyzing the Influence of the Emerging Digitalization on the
Publishing Industry

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer Master-
Medienmanagerin an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:

Prof. Dr. Matthias Maier

Eingereicht von:

Jessica Gösken

Ernst-Thälmann-Str. 57

99423 Weimar

Matrikel-Nr. 80520

Weimar, 01.09.2010

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1. Hinführung zum Thema	1
1.1 Digitalisierung des Verlagswesens	3
1.2 Definition E-Book und seine bisherige Entwicklung	5
2. Technische Herausforderungen	9
2.1 Standardisierung von E-Book-Formaten	9
2.2 Maßnahmen zum Digital Rights Management	12
3. Rechtliche Herausforderungen	15
3.1 Wahrung des Urheberrechts	15
3.2 Preisbindung für E-Books	17
3.3 Anpassung der Umsatzsteuer	21
4. Ökonomische Herausforderungen	24
4.1 Leistungserstellung im Verlagswesen	24
4.1.1 Leistungserstellung im traditionellen Verlagswesen	25
4.1.2 Leistungserstellung im digitalen Verlagswesen	28
4.2 Erlösgenerierung im Verlagswesen	33
4.2.1 Erlösgenerierung im traditionellen Verlagswesen	34
4.2.2 Erlösgenerierung im digitalen Verlagswesen	37
4.3 Weitere Veränderungen im Hinblick auf E-Books	43
4.3.1 Ansprache neuer Käufergruppen	43
4.3.2 Möglichkeit von Kundenfeedback	46
4.3.3 Kannibalisierung zwischen gedrucktem Buch und E-Book	46
5. Schlussbemerkungen	49
Literaturverzeichnis	IV
Ehrenwörtliche Erklärung	VIII

Literaturverzeichnis

Arrington, Michael (2010): 3 Million Amazon Kindles Sold, Apparently. Elektronisch verfügbar unter: <http://techcrunch.com/2010/01/29/3-million-amazon-kindles-sold-apparently/> [Stand: 30.06.2010]

Association of American Publishers (2010): Estimated Book Publishing Industry Net Sales 2002-2009. Elektronisch verfügbar unter: <http://www.publishers.org/main/IndustryStats/documents/S12009Final.pdf> [Stand: 01.06.2010]

Alexander, George (2008): Print On Demand and the Changing Face of Book Publishing. In: The Seybold Report. Volume 8. Issue 11. S. 9 – 15

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2006a): Buchhandlungen und Neue Medien: Chancen, Visionen und Handlungskonzepte für den stationären Buchhandel aus Sicht strategischer Zielgruppen. Elektronisch verfügbar unter: http://www.boersenverein.de/de/portal/Downloads/158384?spage=spage&lv=0&rubrik1=155729&download=155071#bv_download_ebene_details [Stand: 01.06.2010]

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2006b): Digital Rights Management (DRM). Elektronisch verfügbar unter: http://www.boersenverein.de/de/portal/Downloads/158384?spage=spage&lv=0&rubrik1=155777&rubrik2=155737&download=154786#bv_download_ebene_details [Stand: 01.06.2010]

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2006c): Preisbindungsgesetz Deutschland. Elektronisch verfügbar unter: <http://www.preisbindungsgesetz.de/content/gesetze/> [Stand: 01.06.2010]

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2008a): Buchkäufer und Leser: Profile, Motive, Wünsche. Elektronisch verfügbar unter: http://www.boersenverein.de/de/portal/Downloads/158384?spage=spage&lv=0&rubrik1=155729&download=288837#bv_download_ebene_details [Stand: 01.06.2010]

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2008b): Stellungnahme zur Preisbindung von E-Books. Elektronisch verfügbar unter: http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Preisbindung_von_E-Books_Stellungnahme_des_Vorstands.pdf [Stand: 30.06.2010]

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2009a): Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. Frankfurt/Main: MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2009b): Entwicklungen und Trends im Buchmarkt 50plus: Kaufverhalten, Motive und Erwartungen einer anspruchsvollen Zielgruppe. Elektronisch verfügbar unter: http://www.boersenverein.de/de/portal/Downloads/158384?spage=spage&lv=0&rubrik1=155729&download=346961#bv_download_ebene_details [Stand: 01.06.2010]

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2010): Steuerliche Gleichbehandlung gefordert. Elektronisch verfügbar unter: http://www.boersenverein.de/de/portal/index.html?meldung_id=387913 [Stand: 30.06.2010]

Bramann, Klaus W.; Münch, Roger (2000): Wirtschaftsunternehmen Sortiment. Frankfurt: Bramann Verlag

Braun, Alexander (2009): Buchbranche im Umbruch: Implikationen der digitalen Ökonomie. In: Clement, Michel; Blömeke, Eva; Sambeth, Frank [Hrsg.] (2009): Ökonomie der Buchindustrie: Herausforderungen in der Buchbranche erfolgreich managen. Wiesbaden: Gabler. S. 273 – 292

Braun, Ilja (2010): Was kauft man, wenn man ein E-Book kauft? Elektronisch verfügbar unter: <http://irights.info/index.php?q=node/870> [Stand: 30.06.2010]

BuchMarkt (2010): Buchhändlerfragen- und Antworten zum Thema „E-Books“. Elektronisch verfügbar unter: <http://www.buchmarkt.de/downloads/Ebook.pdf> [Stand: 01.06.2010]

Bundesministerium der Justiz (2007): Neues Urheberrecht tritt zum 1. Januar 2008 in Kraft. Elektronisch verfügbar unter: http://www.bmj.de/enid/Pressestelle/Pressemitteilungen_58.html?druck=1&pmc_id=4788 [Stand: 01.06.2010]

Clarida, Robert W. (2009): Electronic Copyright Rights: Do You Have What You Need?. In: Publishing Research Quarterly. Volume 25. Issue 4. S. 199 – 204

Damke, Christian (2009): Strategische Analyse neuer Technologien für die Vermarktung von Büchern. In: Clement, Michel; Blömeke, Eva; Sambeth, Frank [Hrsg.] (2009): Ökonomie der Buchindustrie: Herausforderungen in der Buchbranche erfolgreich managen. Wiesbaden: Gabler. S. 207 - 228

Datamonitor (2010): Industry Profile: Publishing in Germany. Elektronisch verfügbar unter: http://www.datamonitor.com/store/Product/publishing_in_Germany?productid=96AE19A2-3CBF-4A57-921B-05FB1054C05C [Stand: 30.06.2010]

E-Book-News.de (2010): Kindle-App wird zum Vook: Amazon reichert E-Books mit Audio- und Videoelementen an. Elektronisch verfügbar unter: <http://www.e-book-news.de/kindle-app-wird-zum-vook-amazon-reichert-e-books-mit-audio-und-videoelementen-an/> [Stand: 30.06.2010]

Guardian News and Media Ltd. (2002): Ebook timeline. Elektronisch verfügbar unter: <http://www.guardian.co.uk/books/2002/jan/03/ebooks.technology/print> [Stand: 01.06.2010]

Heinold, Wolfgang Erhardt (2001): Bücher und Büchermacher: Verlage in der Informationsgesellschaft. Heidelberg: C.F. Müller Verlag

Hess, Thomas; Ünlü, Vural; Faecks, Wolf-Ingomor; Rauchfuß, Frank (2004): Rechtemanagement als Lösungsansatz aus dem Digitalen Dilemma: Gemeinsame Studie des Instituts für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien und Capgemini. München: Ludwig-Maximilian-Universität

Hinderliter, Hal (2010): Building Files for e-Readers. In: Graphic Arts Monthly. Volume 82 . Issue 3. S. 20 – 24

- Holterhoff, Julia; Kassner, Martina** (2000): Buchpreisbindung in der EU. Elektronisch verfügbar unter: http://www.fbi.fh-koeln.de/institut/papers/kabi/vollt_exte/band027.pdf [Stand: 01.06.2010]
- Kirchner + Robrecht** (2009): eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland. Elektronisch verfügbar unter: <http://www.kirchner-robrecht.de/aktuelles/studien/ebooks-und-ereader-marktpotenziale/> [Stand: 01.06.2010]
- Kho, Nancy Davis** (2010): E-Readers und Publishing's Bottom Line: The Opportunities and Challenges Presented by the Explosion of the E-Reader Market. In: EContent. Volume 33. Issue 3. S. 30 – 35
- Kochan, Christoph; Bannert, Jennifer** (2009): Konsumentenstruktur im deutschen Buchmarkt. In: Clement, Michel; Blömeke, Eva; Sambeth, Frank [Hrsg.] (2009): Ökonomie der Buchindustrie: Herausforderungen in der Buchbranche erfolgreich managen. Wiesbaden: Gabler. S. 59 – 70
- Meyer, Arik; Treutler, Michael** (2009): Online-Distribution digitaler Bücher. In: Clement, Michel; Blömeke, Eva; Sambeth, Frank [Hrsg.] (2009): Ökonomie der Buchindustrie: Herausforderungen in der Buchbranche erfolgreich managen. Wiesbaden: Gabler. S. 241 – 258
- Milliot, Jim; Deahl, Rachel** (2009): S&S Draws Line in Digital Sand With Delay of E-book Titles. In: Publishers Weekly. Volume 256. Issue 50. S. 3 – 4
- Mohammed, Rafi** (2010): How About 'Both' Instead of 'Either/Or'? In: Publishers Weekly, Volume 257. Issue 22. S. 52
- Patalong, Frank** (2010): Schuss in den eigenen Fuß: E-Books und Buchpreisbindung. Elektronisch verfügbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,druck-674757,00.html> [Stand: 01.06.2010]
- Picot, Arnold; Janello, Christoph** (2007): Wie das Internet den Buchmarkt verändert: Ergebnisse einer Delphistudie. Berlin: Friedrich-Ebert Stiftung
- Preuß Neudorf, Achim** (1999): Preisbindung und Wettbewerb auf dem deutschen Buchmarkt. Köln: VUB Verlag
- Rapp, Katherina** (2009): E-Books 2008: Von den Anfängen bis zum Durchbruch: Eine verlagswirtschaftliche Studie. Heidelberg: Akademische Verlagsgesellschaft Aka GmbH
- Robertz, Gerd** (2009): Online Vertrieb von Büchern. In: Clement, Michel; Blömeke, Eva; Sambeth, Frank [Hrsg.] (2009): Ökonomie der Buchindustrie: Herausforderungen in der Buchbranche erfolgreich managen. Wiesbaden: Gabler. S. 229 – 240
- Roesler-Graichen, Michael; Schild, Ronald** [Hrsg.] (2008): Gutenberg 2.0: Die Zukunft des Buches. Frankfurt/Main: MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH
- Ronte, Hanno** (2001): The Impact of Technology on Publishing. In: Publishing Research Quarterly. Volume 16. Issue 4. S. 11 – 22

Schiller, Kurt (2010): Turning the Page on E-Readers. In: Information Today. Volume 27. Issue 4. S. 1 – 47

Schüssel, Sandra (2010): Enhanced verkauft sich fünfmal so gut. In: börsenblatt – Wochenmagazin für den Deutschen Buchhandel. Volume 177. Issue 33. S. 33

Shapiro, Carl; Varian, Hal R. (1999): Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. Boston: Harvard Business School Press

Sony (2010): Der Reader von Sony. Elektronisch verfügbar unter: <https://www.sonystyle.de/shop/Reader-E-Book/Reader-E-Book> [Stand: 30.07.2010]

Spring, Tom (2010): E-Book Piracy: Is Your Download Legitimate? In: PC World. Volume 28. Issue 3. S. 23 – 25

Varian, Hal R. (2005): Copying and Copyright. In: Journal of Economic Perspectives. Volume 19. Issue 2. S. 121 – 138

Weber, Bernd; Rager, Günther (2006): Medienunternehmen - Die Player auf den Medienmärkten. In: Scholz, Christian [Hrsg.] (2006): Handbuch Medienmanagement. Berlin: Springer. S.117 – 143

Wirtz, Bernd W. (2006): Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden: Gabler