



Themen:

- **Start des Deutschen eBook-Portals**
- **Die Themen im „Forum Innovation“ auf der Frankfurter Buchmesse**
- **Neue Studie: Relaunches – ein Allheilmittel?**
- **Vortrag: Liften oder Einstellen? Was tun, wenn die Auflage fällt? Relaunches auf dem Zeitschriftenmarkt**

Kontakt und weitere Informationen:

Ehrhardt F. Heinold
Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH BDU
Behringstraße 28a, 22765 Hamburg
Telefon: 040/3986620, Fax: 040/39866232
E-Mail: Ehrhardt.Heinold@hspartner.de, Internet: www.hspartner.de

Start des Deutschen eBook-Portals

Von Hans Kreuzfeldt, Geschäftsführer der Kreuzfeldt Electronic Publishing GmbH & Co. KG, Hamburg, eMail: hk@kreuzfeldt.de

Das totgeglaubte eBook feiert sein Comeback. Anfang August startete in Hamburg das Deutsche eBook-Portal. Unter der Adresse www.ebookportal.de bietet es erstmals eine umfassende Recherche unter den mittlerweile über 2000 Titeln in deutscher Sprache. Das Portal richtet sich an die mehr als vier Millionen Besitzer von mobilen Organizern wie zum Beispiel Palm und Pocket PC, aber auch an PC-Nutzer. Besucher des Portals können gleichzeitig die Datenbanken von acht großen eBook-Shops durchsuchen. Wollen sie ein eBook kaufen, werden sie zum entsprechenden Shop weitergeleitet. Die Suche selbst ist kostenlos.

Aktuell sind die elektronischen Bücher von amazon.de, bol.de, buch.de, ciando.de, dibi.de, franklin.com, mobipocket.com und pdassi.de über die zentrale Adresse www.ebookportal.de zu finden. Weitere Shops werden folgen. Realisiert wird das Deutsche eBook-Portal von Kreuzfeldt Electronic Publishing, Hamburg. Die Suchmaschine stammt von der mit Kreuzfeldt EP verbundenen US-amerikanischen Softwarefirma MuseGlobal, die auf die Entwicklung von Bibliothekensoftware spezialisiert ist.

Neben der Recherche im virtuellen Gesamtkatalog bietet das Portal dem Leser thematische "Schau-fenster", in denen ausgewählte eBooks in zwölf Rubriken von Belletristik bis zu Wörterbüchern vorge-stellt werden. Serviceseiten erleichtern Neueinsteigern den Weg zum elektronischen Buch und zum Download der kostenlosen eBook-Reader-Software.

Ziel dieser Initiative ist es, das mittlerweile bestehende reichhaltige Angebot an elektronischen Bü-chern für die Kunden leicht zugänglich und transparent zu machen. Denn was dem eBook-Markt im deutschsprachigen Bereich bislang fehlte, war die vom klassischen Buchhandel her so gewohnte und geschätzte Verfügbarkeit: Bei gedruckten Büchern kann der Kunde jeden in Deutschland verlegten und lieferbaren Titel in jeder Buchhandlung bekommen, notfalls über eine kurzfristige Bestellung. Dies ist bei elektronischen Büchern nicht der Fall: Hier sind die einzelnen Titel in der Regel an eine be-stimmte elektronische Buchhandlung, den eShop, gebunden, und der Kunde musste bisher im Inter-net „mit der Wünschelrute“ suchen, wo das eBook seiner Wahl zum Download erhältlich ist.

Mit der Schaffung einer zentralen Anlaufstelle für eBook-Kunden – die für die Shops keine Konkurrenz darstellt, sondern vielmehr einem gemeinsamen Ziel dient –, ist eine weitere Hürde genommen, die bislang dem breiten Erfolg von elektronischen Ausgaben von Büchern im Wege stand.



Denn eBooks haben auch hierzulande bereits eine lange Geschichte: Der erste prognostizierte Boom der eBooks liegt schon mehr als zehn Jahren zurück. Die ersten kleinen portablen Geräte, in denen man elektronische Werke als eBook „unterwegs“ lesen konnte, kamen 1992 mit dem SONY DATA-Discman auf kleinen 8-cm-CD-ROMs heraus. Der Markt war damals für diese Geräte einfach noch nicht reif; es gab zu wenig Titel und die Geräte waren zu teuer, auch wenn ihre Funktionalität damals schon beeindruckend gut war. Die kurze Ära des DATA-Discman war schnell wieder zuende. 1998/99 kamen dann das „Rocket eBook“ und weitere sog. „eBooks“ von Gemstar auf den Markt. Das waren mobile Geräte mit größerem Bildschirm, deren Inhalte über das Internet vertrieben wurden. Aber auch die Gemstar-Zeit ging in diesem Sommer vorüber: Die Firma stellte zunächst in Deutschland und kurz darauf auch in den USA den Vertrieb ihrer eBook-Geräte ein. Diese waren zu schwer und zu teuer und ihre Funktionalität war leider schlechter als die vom seligen DATA-Discman. Also eBook ade?

Nein, denn inzwischen gibt es genug Kunden mit passenden Abspielgeräten: Es handelt sich um die in Deutschland allein schon ca. vier Millionen PDA-Besitzer, die mit ihrem Palm, Pocket-PC etc. nicht nur Termine und Adressen, sondern auch eBooks nutzen wollen. Zunächst gab es hier ein Babylon mit verschiedenen Datenstandards, die sich untereinander nicht vertrugen, und die Verleger standen vor der Frage, auf welche Hardware sie setzen sollten. Dieses Problem ist inzwischen gelöst; denn es haben sich Datenformate durchgesetzt, die auf den unterschiedlichsten Plattformen und Geräten kompatibel lesbar sind (z.B. von Mobipocket). Für den Verleger bedeutet dies: Er muss einen Titel nur ein einziges mal konvertieren lassen und erreicht damit – wenn er sich für den richtigen Standard entscheidet – nahezu alle Plattformen mit einem elektronischen Produkt, das nicht nur kopiersicher ist, sondern oftmals auch ein Mehr an Funktionalität bietet. Gerade bei Nachschlagewerken ist ein eBook in Benutzerfreundlichkeit und Ergiebigkeit seinem Print-Vetter oftmals hoch überlegen.

Das eBook-Portal widmet sich auf den ersten Blick nur der Kommunikation zwischen dem Endkunden und den eShops. Es finanziert sich über die kleine Provision, die für jeden generierten Kauf von den eShops gezahlt wird. Nebenbei bietet es dabei aber eine andere wichtige Funktion: das sehr wirksame Marketing für das neue Medium eBook.

Nachdem nun neben ausgereiften und sicheren eBook-Standards mit dem Portal auch die allgemeine Verfügbarkeit von elektronischen Büchern gegeben ist, werden auch zurückhaltende Verleger erkennen: Die neue Generation der eBooks ist erwachsen und somit attraktiv geworden.

Wie so oft mag ein Blick auf die Entwicklung der Marktzahlen in den USA nützlich sein für eine Prognose in Europe: Die Umsätze mit eBooks haben sich nach Angaben der AAP - Association of American Publishers - in den USA von Anfang 2002 auf 2003 mindestens verdreifacht und dies bei einer ständig wachsende Hardwareichte. Zusätzlich zu den PDA-Geräten werden jetzt auch die Smart Phones („PDA phones“) mit dem Symbian-Standard als Zielgruppe immer wichtiger, die mit den modernen eBook-Datenformaten kompatibel sind.

Das eBook-Portal wird von Kreuzfeldt Electronic Publishing auf dem Forum Innovation während der Frankfurter Buchmesse am 9.10.2003 um 11.00 Uhr (4.2, G 431) vorgestellt.

Das „Forum Innovation“ auf der Frankfurter Buchmesse

Die Frankfurter Buchmesse wird 2003 zum ersten Mal ein Forum Innovation veranstalten. Das Forum wird von Heinold, Spiller & Partner betreut. Auf dieser speziellen Veranstaltungsfläche werden unter dem Motto "Publishing Solutions" innovative Lösungen für das Verlagsmanagement vorgestellt. Folgende Themen werden u.a. behandelt:

- Lösungen für den sicheren, digitalen Contentvertrieb
- Content Management mit Open Source
- Content Management im Verlag am Beispiel eines Zeitungsportals
- ONIX-Lösungen für Verlage
- Das deutsche eBook-Portal
- Zukunftsorientiertes Cross Media Publishing mit XML



- Ertragsorientiertes Contentmanagement mit On-Demand-Technologie
- Digital Rights Management im Verlag
- Online-Archive für Verlage

Ort und Zeit

Das Forum Innovation / Publishing Solutions wird Mittwoch und Donnerstag stattfinden, die Information Solutions am Freitag. Das Forum befindet sich in der Halle 4.2, Stand G 431.

Weitere Informationen und das detaillierte Programm zum Forum finden Sie auf unserer Website: [Innovationsforum](#).

Neue Studie: Relaunches – ein Allheilmittel?

Meldungen über Relaunches häufen sich in den letzten zwei Jahren. Ob sie alle das halten, was sie versprechen, will eine Studie klären, die mit Unterstützung des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger e. V. (VDZ) und des Fachverbandes Fachpresse im VDZ jetzt unter Federführung der Heindold, Spiller & Partner Unternehmensberatung zusammen mit mediaone Hamburg und der Corporate Design Group Niedernhausen in Arbeit geht.

Die Studie wird im November erscheinen. Neben einem theoretischen Teil, der betriebswirtschaftliche, journalistische und graphische Fragen berücksichtigt, bilden die Ergebnisse einer Befragungskaktion sowie ausgewählte Case Studies den Inhalt.

Wer Interesse hat, sich an der Befragung zu beteiligen, kann unter www.hspartner.de den Fragebogen downloaden.

Lifeiten oder Einstellen? Was tun, wenn die Auflage fällt? Relaunches auf dem Zeitschriftenmarkt

Unter dieser Überschrift steht auf den diesjährigen Münchner Medientagen (22. – 24. Oktober 2003) eines der Panel. Die Keynote „Do`s and Dont`s im Magazin-Design“ hält Wolf Dammann (Geschäftsführer Redaktion 4, Hamburg), die Einführung zum Thema und zur nachfolgenden Podiumsdiskussion hält Ulrich Spiller, Geschäftsführer Heindold, Spiller & Partner, Hamburg. Die Podiumsdiskussion steht unter dem Titel: „Eye-Catcher gesucht: Titel, Aufmachung und Inhalt – was will der Abonnent und Leser?“. Hieran nehmen teil:

- Angelika Jahr, Journalistisches Vorstandsmitglied Gruner + Jahr, Hamburg
- Marc Kayser, Chefredakteur Qvest, Autor „Die Zeit“, Berlin
- Patricia Riekkel, Chefredakteurin „Bunte“, München
- Moderation: Claudia Reischauer, Redakteurin „Capital“, Köln.

Näheres zu dieser Veranstaltung und den Münchner Medientagen finden Sie unter: www.medientage-muenchen.de