Medienvertrieb 3.0

Wie Bücher und E-Medien morgen verkauft werden

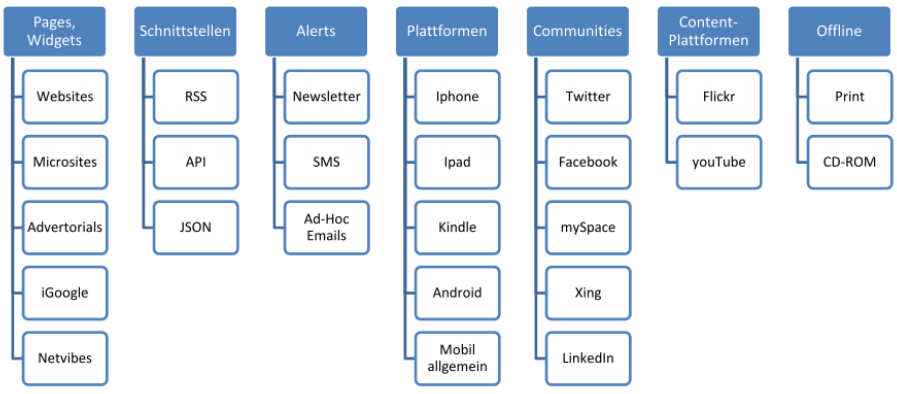
Frage

- „Welche Medienprodukte werden heute und zukünftig über welche Vertriebs- und Marketingkanäle vertrieben?“

Mehr Kanäle, mehr Formate

Hyperdistribution

Welche Kanäle gibt es? Wie unterscheiden sie sich?



Digitale Vertriebswege

AppStores

Content-Aggregatoren

Amazon

Buchhandlungen.de

Google

Downloadportale

Communitys

Weltbild.de

Ciando

Eigener Shop

Themenportale

Und das weltweit...

(Digitale) Medienlogistik

- Metadaten
- (E-)Produkte
- Abrechnungen
- Standards
- Lieferantenvorgaben
- Dienstleister

Der mehrmediale Kunde

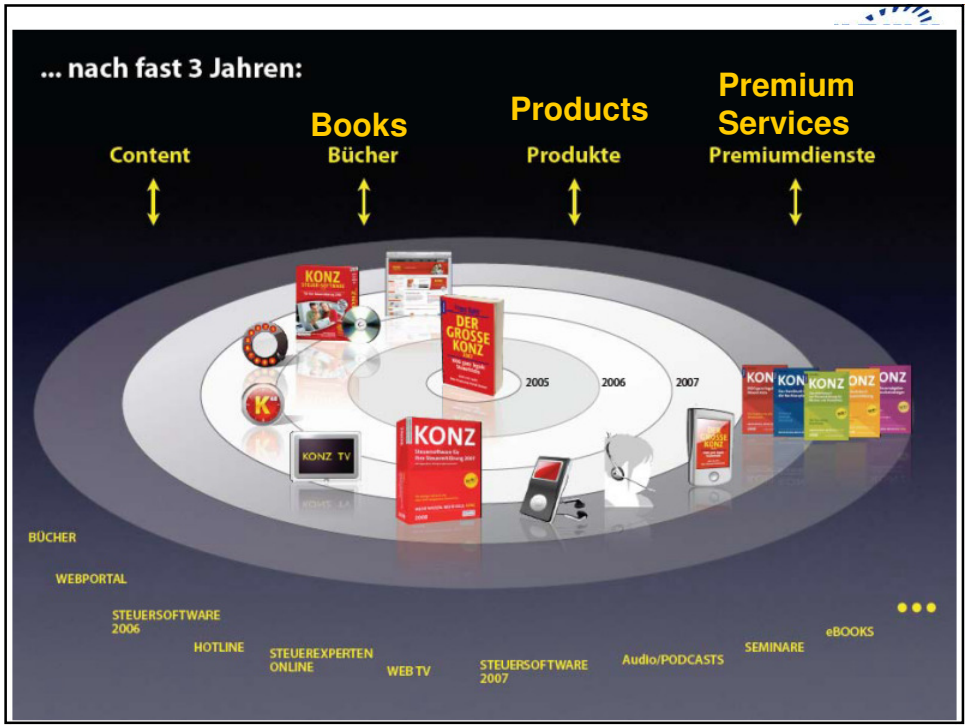
E-Book-Umfrage Universität Frankfurt

Frage:
Versuchen Sie sich bitte vorzustellen, auf welche Art Sie mit wissenschaftlicher Literatur in etwa 3-5 Jahren arbeiten werden. Welche Aussage wird am ehesten auf Sie zutreffen?

Ich werde ausschließlich mit E-Books arbeiten.	1.91%
Ich werde überwiegend mit E-Books arbeiten.	20.05%
Ich werde ausschließlich mit gedruckten Büchern arbeiten.	0.92%
Ich werde überwiegend mit gedruckten Büchern arbeiten.	27.08%
Ich werde mit E-Books und gedruckten Büchern zu gleichen Teilen arbeiten.	**50.04%**

Quelle: Dr. Junkers-Kirchen
Universität Frankfurt am Main

schweitzer Fachinformationen



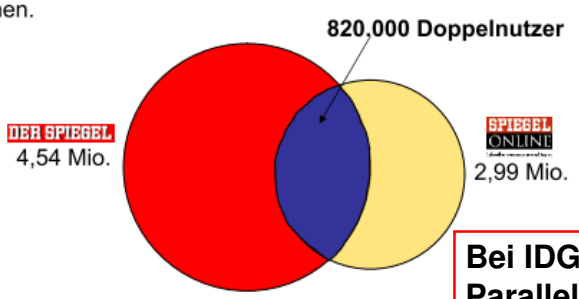
DER SPIEGEL

SPIEGEL-Leser wissen mehr.

DER SPIEGEL – das deutsche Nachrichten-Magazin.

Crossmedia – Werbung auf SPIEGEL ONLINE

Bei einer Crossmedia-Kampagne sind vor allem die Doppelnutzer wichtig. Je größer die Überschneidung, desto mehr Personen haben die Kontaktchance, die medienübergreifende Werbung auch mehrkanalig zu sehen.



Bei IDG: Nur 4% Parallelleser

DER SPIEGEL + SPIEGEL ONLINE = Erfolg!

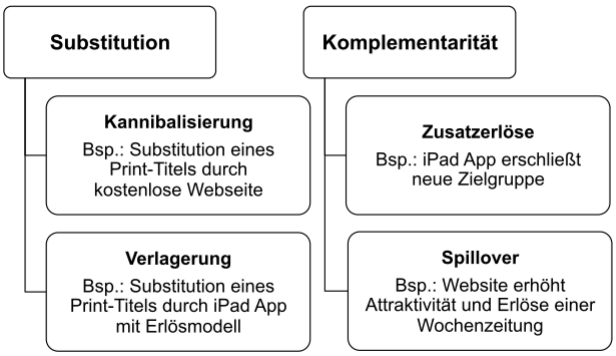
Quelle: ACTA 2008 14 – 64 Jahre

Stammleser lieben Print!

„Zeitungsleser, die ihre Tageszeitung täglich lesen bzw. abonniert haben, zeigen sich hingegen deutlich weniger interessiert an den unterschiedlichen Web- und Web 2.0-Applikationen, die ein Verlag bereitstellt. Das A und O im Haltemarketing ist hier die Beibehaltung der Qualität des Printprodukts. Selbst das innovativste Webfeature leistet in dieser Zielgruppe keinen Beitrag zur Bindung an den Titel: **Print bleibt Geschäftsbasis**."

Quelle: TNS Emnid

Vier Arten der Medien-Wechselwirkung

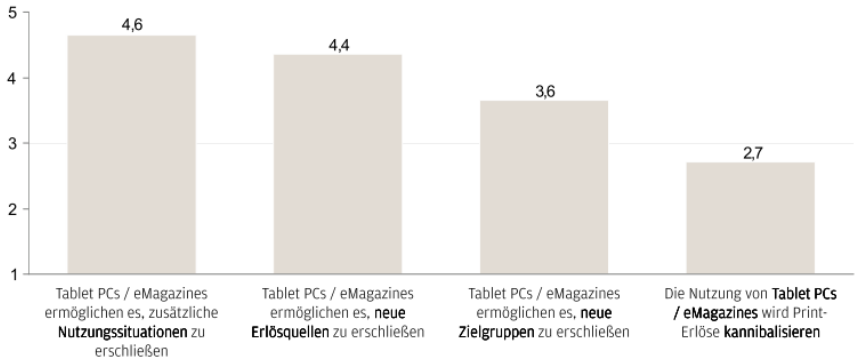


Quelle: Florian Mann

Die Hoffnung: neue Zielgruppen, neue Erlösquellen, keine Kannibalisierung

Wie schätzen Sie Tablet PCs im Vergleich zum Internet und Print ein?
1 = stimme nicht zu; 5 = stimme voll zu

N = 17



OC&C Strategy Consultants

Quelle: VDZ 2. ePublishing Umfrage; OC&C-Analyse

4

Und der Kunde?

Welche Kunden...

- ...wollen welche **Verlagsprodukte**
- ...in welcher **medialen Form** (print / digital)
- ...auf welchen **Endgeräten**
- ...in welchen **Aufbereitungsformen**
- ...auf welchen **Vertriebswegen**
- ...zu welchen **Nutzungsbedingungen**
- ...und zu welchen **Konditionen**?

© Heinold, Spiller & Partner

Stationärer Handel

Buchhandel

Buchhandel

- Welche Trends sehen Sie?

Prognosen Weltbild

- Das Erfolgsmodell der Zukunft heißt: Multichannel-Handel. Es ist das überlegene Geschäftsmodell im Einzelhandel.
- Multichannel-Vertrieb ist dann erfolgreich, wenn er sich nicht auf ein Lippenbekenntnis reduziert und ein paar Streuprospekte verteilt werden oder ein Alibi-Webshop mit 3 oder 5 Prozent Umsatzanteil neben zu betrieben wird.

Prognose Weltbild: Lokomotive Internet

- Im Medien- und Buchvertrieb der Zukunft gibt das Internet den Takt vor. Auch in den nächsten Jahren wächst dieser Kanal mit zweistelligen Raten. Weltbild verzeichnet aktuell stabile bis leicht steigende Umsätze über alle Kanäle, aber die Ausprägungen differieren stark.
- So wächst der Internetbuchhandel Weltbild.de aktuell mit 30 Prozent und verzeichnet konstant ein hohes zweistelliges Wachstum. Das wird sich auch in den nächsten Jahren fortsetzen. Das Internet wird zum dominierenden Kanal der Kaufentscheidung und Information.

Stationärer Handel: Ende der Flächenexpansion

- Im gesamten stationären Einzelhandel dagegen sieht die Entwicklung **völlig anders aus**. Der HDE berichtet von einem seit Jahren anhaltenden **Rückgang der Quadratmeter-Umsätze** im Einzelhandel.
- Überdies erweisen sich 25 Prozent der neu errichteten Einkaufscenter schon nach kurzer Zeit als Flops (GfK).
- Wohin die Reise geht, zeichnet sich heute schon ab **In den kommenden fünf Jahren werden bis zu 40 Prozent der Buchflächen im stationären Handel aufgegeben, sei es durch Geschäftsaufgabe oder durch Aufnahme von Nonbook-Sortimenten.**

Prognose Weltbild: Titelzahl / Warengruppen

- Die fortschreitende Digitalisierung der Inhalte ist eine Entwicklung, die mit sich bringt, dass **ganze Warengruppen physisch wegfallen**, ich verweise nur auf Lexika, Reiseführer und Nachschlagewerke.
- Gleichwohl bleibt der deutsche Buchhandel **reich an einer Vielfalt von Titeln**. Auch bei Weltbild gilt: Wenige Toptitel machen einen großen Umsatzanteil aus
- Zugleich verkaufen sich 40.000 Titel in der Stückzahl von einen Buch pro Tag. Das ist bemerkenswert: Noch nie in der Buchhandelsgeschichte hatten die Backlist und die Titel kleiner Verlage so hohe Chancen. Im Internet sind erst einmal alle Titel gleich („Long Tail“)

Multichannel

- Was in früheren Zeiten der Katalog allein war, ist heute **einem breiten Marketingmix** mit verknüpfter Kundenansprache über alle Kanäle gewichen. Filialen, Katalog und Internet bei Weltbild setzen auf wechselseitige Kaufimpulse.

Weltbild-Marketing-Mix

- Auch heute erscheint der Weltbild-Katalog monatlich in Millionenauflage, er inszeniert die aktuellen Highlights des Programms UND er zeigt dem Kunden die Filiale in seiner Nähe UND das Angebot von über 3 Mio. Artikeln im Internet
- 25-40 Mio. Kunden erhalten jeden Monat einen E-Mail-Newsletter mit Highlights aus dem Programm (vom „Autorenalarm“ über den Geburtstagsgruß bis zur After-Sales-Betreuung, viele Newsletter sind mit Gutscheinen für den Filialeinkauf kombiniert)
- Streuwerbung macht im Einzugsgebiet von Filialen auf Angebote aufmerksam
- • Zum POS-Marketing in den Filialen kommt der Hinweis auf die große Fülle des Angebots im Internet. Außerdem liegen in jeder Filiale Kataloge aus
- Über alle Kanäle stärken wir die Marke und die Frequenz durch TV-Werbung. Stichwort: „Ich hab dir was von Weltbild mitgebracht…“
- Das Ergebnis: Mit einer gestützten Bekanntheit von 84 Prozent ist Weltbild die populärste Buchmarke 2010 (GfK März 2010)

Me
© I

23

Weltbild-Prognose: E-Books als Nische

- Anders als viele angesichts der Vielzahl von Schlagzeilen um E-Books, Kindles und iPads vielleicht glauben mögen: Vom Geschäft mit E-Books ist auch in den kommenden Jahren noch kein großer Umsatzbeitrag zu erwarten. Ich verweise auf den Musikmarkt: iTunes spielt in den Medien eine beherrschende Rolle, wenn es um den Musikmarkt geht – aber vom Gesamtmarkt mit 1,5 Mrd. Euro Umsatz, werden gerade mal 9 Prozent im Download-Bereich umgesetzt - iTunes selbst liegt bei einem Anteil von 3-5 Prozent. Und das nach 10 Jahren Präsenz im Markt (Start 9.1.2001).
- Daher wage ich die Prognose, dass mittelfristig für uns die Zukunft fürs gedruckte Buch sicher ist. Das bestätigt uns auch die Marktforschung: Gerade haben 87 Prozent der Deutschen gesagt, sie lieben das gedruckte Buch und finden es schön, dass Bücher im Regal stehen.

M
©

e 24

Wo stehen wir heute?
..... Markt, Macht und Medien

- Strukturwandel
  - Filialisierung / Online-Handel
- Verändertes Konsumentenverhalten (Handel)
- Wandel im Lese- und Nutzerverhalten, u.a.
  - Assoziatives, verknüpftes Lesen
  - Multimedial, interaktiv, communitybildend
  - produzierend, kollaborativ
  - Verlagerung der Deutungshoheit über „adäquate“ Inhalte zu Nutzern/Leser
  - Vermischung von privat, beruflicher und öffentlicher Sphäre
- Gesellschaftlicher Wandel in der Bewertung einer Monetarisierung von Inhalten

Wohin geht die Reise?
..... fünf Elemente

1. Zielorientierung durch *Kontextbeschreibung*
2. Authentizität, Glaubwürdigkeit und „enthierarchisierte“ Kompetenz als *Bewertungsmuster*
3. Komplexitätsreduktion, Einordnung und Vertrauen als *Vermittlungsbasis*
4. Emotionalität, Situationsbezug und Echtzeit als *Aufmerksamkeitsfaktoren*
5. Individualität, Exklusivität und Communities als *Beziehungsmuster*

Wie finden Buchhandlungen neue Rollen ?
…… drei neue Handlungskonzepte

1. **Themenmentor**
   - Ausbau der *(thematischen) Spezialisierung*
   - Positionieren im Umfeld unterschiedlicher „Nutzerszenarien“
2. **Buchkommunikator**
   - Ausbau der Kompetenz „*kultureller Veranstalter* “
   - Positionieren im Umfeld „Für Begegnungen rund ums Buch sorgen“
3. **Lesecoach**
   - Ausbau der Handlungsfeldes und der Kompetenz rund ums *Lesen*
   - Positionierung im Umfeld „Leseentwickung und Leseförderung

Handlungskonzept
…… Themenmentor

Klassisches Händler-/Dienstleisterkonzept - Basismodul
- Tiefes, medienübergreifendes Sortiment auswählen, präsentieren und beschaffen
- Passende Zusatzsortimente
- Beraten
- Veranstaltungen klassischen Zuschnitt

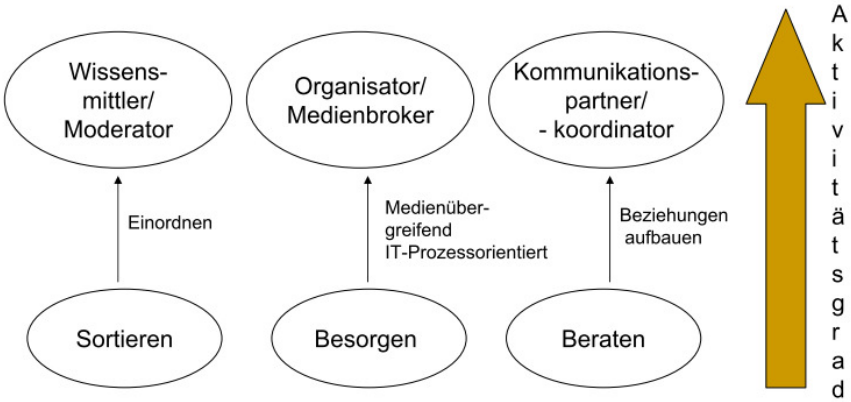
(Zusatz)modul: Themen organisieren - Rolle: Koordinator
- Aktives Beschäftigen mit Themen; Kontexte gestalten
- Neue Veranstaltungsformate Workshops, Ausstellungen mit Nutzern
- Messebeteiligungen

(Zusatz)modul: Akteure vernetzen - Rolle: Themenpartner
- Zusammenarbeit mit anderen Beteiligten
- Partner für Autoren
- Communities der Akteure aufbauen

Fachbuchhandel

Zusatz-(modul): Beschaffung organisieren
- IT-Logistiker; IT-Dienstleister

Verständigung über
..... neue Rollen des Händlers



Fachbuchhandel

"Wie kommt der Kunde zum E-Content?"
Zusatznutzen durch Fachbuchhandlungen

- Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer (freie Berufe)
- Behörden
- Bibliotheken von Instituten, Universitäten
- Unternehmen
- Studierende

„Bereitstellung aller gewünschten Informationen mit zusätzlichen Services, die vom Contentgeber nicht geleistet werden können“

Faktoren:
- Zeit (schnell): Je „elektronischer“ desto schneller
- Komplexität (Angebotsformen, Rechte, Lizenzen)
- Preis – Originalpreis des Verlages
- Abbildung interner Prozesse (Einkauf, Rechte, Rollen)

schweitzer Fachinformationen

Fachbuchhandel

- Stetiger **Umsatz- und Absatzrückgang** des Fachbuches im Buchhandel:
  - RWS: -14%
  - Naturwissenschaften, Medizin: -19
  - Geisteswissenschaften: -16%

Ursachen:

- Verlagerung zu **Internetbuchhandel**
- Internet-**Gebrauchtbuchhandel** (Studenten)
- **Digitale Inhalte** (vor allem digitale Seminarmappen)

© Heinold, Spiller & Partner

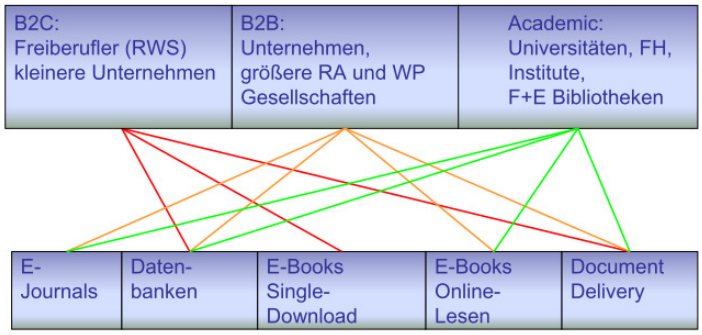
Fachbuchhandel

"Wie kommt der Kunde zum E-Content?"
Zusatznutzen durch Fachbuchhandlungen

schweitzer Fachinformationen

Fachbuchhandel

"Wie kommt der Kunde zum E-Content?"
Zusatznutzen durch Fachbuchhandlungen



Philipp Neie , Schweitzer Fachinformationen, Lenbachplatz 1, 80333 München , p.neie@schweitzer-online.de

schweitzer Fachinformationen

Fachbuchhandel

"Wie kommt der Kunde zum E-Book?"
Zusatznutzen durch Fachbuchhandlungen

Beratung ➢Lizenzen, Datenbankmodelle	**... das Dienstleistungsangebot:**
Prozessabbildung (E-Procurementlösungen) ➢EIN Prozess für alle Medienarten	**Logistik** ➢E-Content Plattform
Strukturierung (Kostenstellen, Abteilungen, Niederlassungen, Mitarbeiter) ➢Rechts- und Rollenverwaltung auf einer E-Content Plattform; Nutzeranalysen - Nutzerstatistiken	**Konfektionierung (Folierung, Etikettierung, RFID)** ➢Aufbereitung, Ergänzung von Metadaten
Dokumentation und Titelzusammenstellung (ApprovalPlan) ➢Online-Lesen ApprovalPlan	**Bündelung „alles aus einer Hand“** ➢ Web-Katalog für alle Medienarten, Single-Sign-On
	Lagerhaltung ➢Web-Katalog, Vertriebspartner-schaften

Philipp Neie , Schweitzer Fachinformationen, Lenbachplatz 1, 80333 München , p.neie@schweitzer-online.de

schweitzer Fachinformationen

„Nebenmärkte“

HTWK Leipzig

„Nebenmärkte“

Wachsende Bedeutung von nichtbuch-händlerischen Verkaufsstellen

Bereich	Verkaufsstellen
Kinderbuch	Spielwarenhandel
Geschenkbuch	Geschenkläden, Boutiquen
Ratgeber	Je nach Thema: Reiseausstatter, Kochläden

Herausforderungen

- Andere Vertriebslogistik
- Andere Vertriebspartner
- Andere Einkaufsgewohnheiten (z.B. Konditionen)

Pressegrosso

Bestandsaufnahme

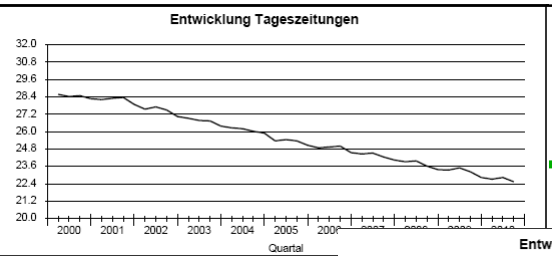
- Welche Herausforderungen hat der Vertrieb über das Pressegrosso?

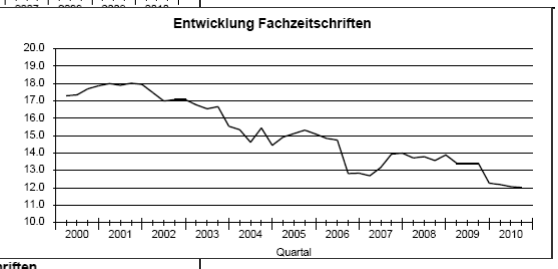
Pressegrosso

- Deutschland ist in 83 sogenannte „Grossogebiete“ aufgeteilt, in denen 75 Grossofirmen tätig sind.
- Die Grossisten besitzen ein Alleinauslieferungsrecht, also ein Monopol, lediglich in Berlin und Hamburg gibt es eine Konkurrenz zwischen Grossisten.
- Diese Ausnahme ist im Kartellrecht geregelt, erst 1993 bestätigte die Bundesregierung das spezielle Vertriebssystem nochmals.

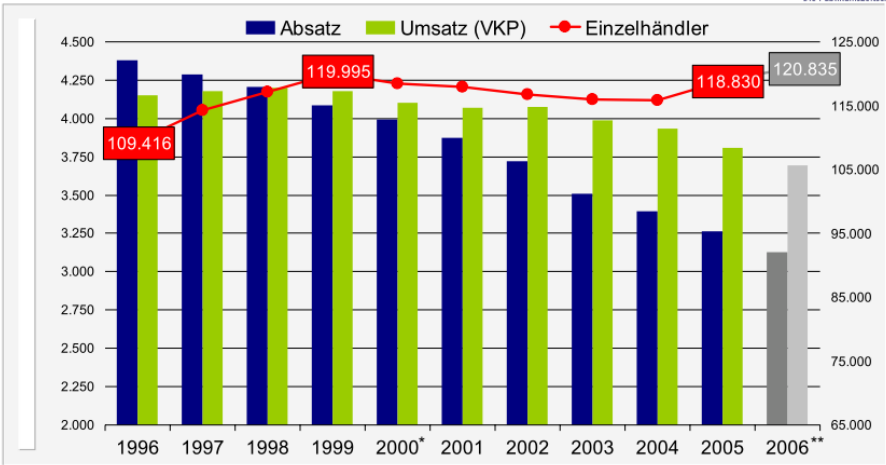
Pressegrosso

- Preisbindung
- Pressefreiheit = Distributionsverpflichtung
- Daraus abgeleitet wird das Remissionsrecht
- Reiner Handel ohne jede Beratung (im Unterschied zum Buchhandel)
- Zahlreiche Verkaufstypen: Zeitschriftenladen, Bahnhofsbuchhandel, Kiosk, Supermarkt, Discounter, Tankstelle
- Probleme: Sinkende Umsätze, steigende Zahl von Verkaufsstellen, Discounter haben nur Schmalspursortiment



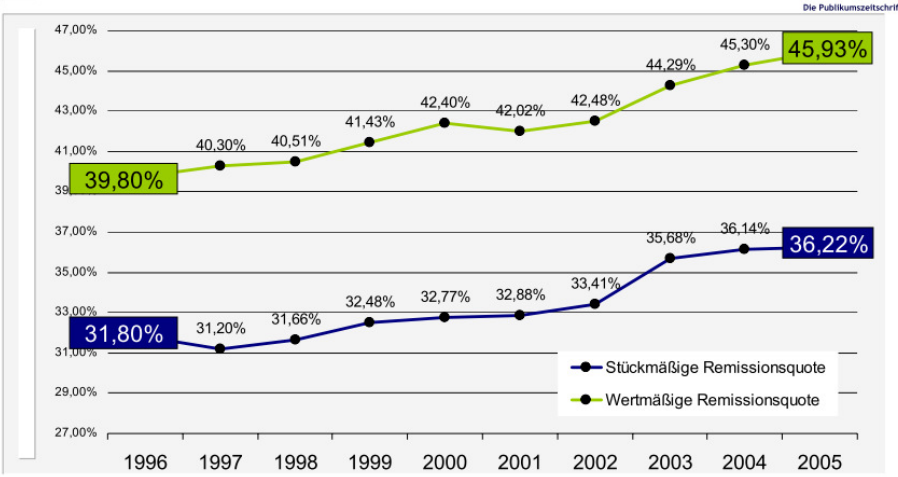


Marktentwicklung
Absatz/VKP-Umsatz 1996-2006

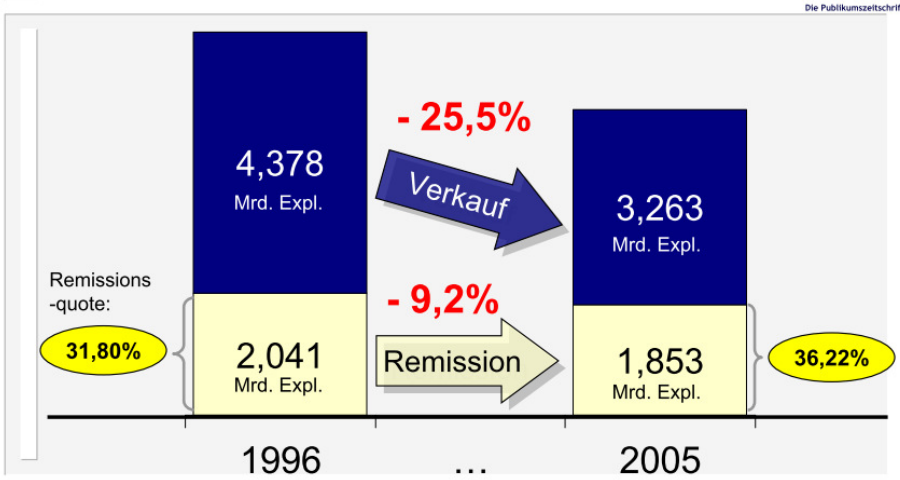


*Pokemon (2000) herausgerechnet,
**2006 Schätzung

Marktentwicklung
Remissionsquoten Gesamt 1996-2005



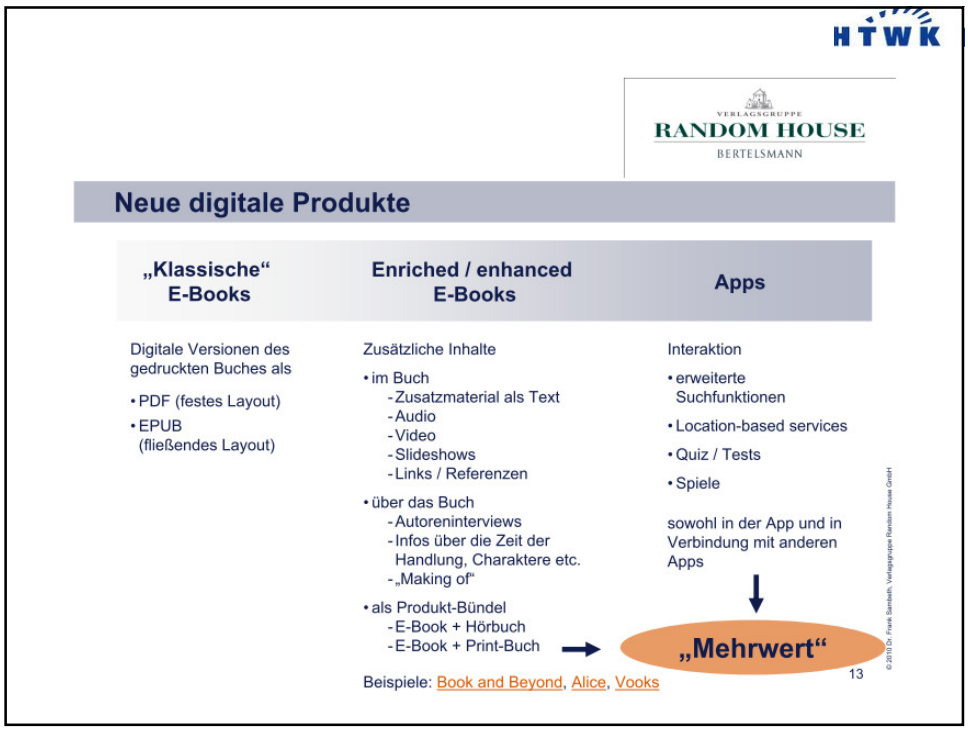
Marktentwicklung
Remission + Verkauf 1996/2005



Vertriebsforum 2006

13

E-Books



HTWK Leipzig

E-Books

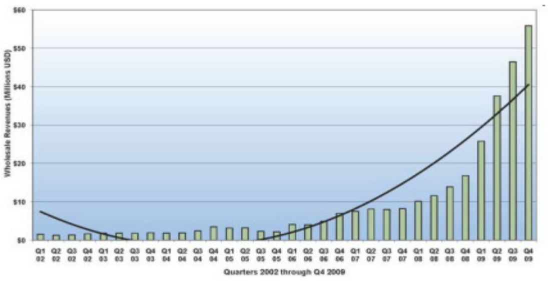
- Wer hat schon ein E-Book gekauft?
- Auf welchen Wegen können Sie E-Books kaufen?

E-Book-Markt: USA boomt, Deutschland zögert

E-Book-Marktentwicklung USA (Publikumsverlage)

International Digital Publishing Forum (IDPF):

- Verdreifachung (+210%) 2009 vs. 2008
- Januar + Februar 2010 liegen zusammen schon über Gesamtquartal Q4/09



American Association of Publishers (AAP):

- E-Book-Umsätze 2009 betrugen $313M, +177% vs. 2008

Große Publikumsverlage:

- E-Book-Umsatzanteil 2009: 3-4%
- Erwartung für 2010: Mehr als Verdopplung

Quelle: IDPF.org, AAP

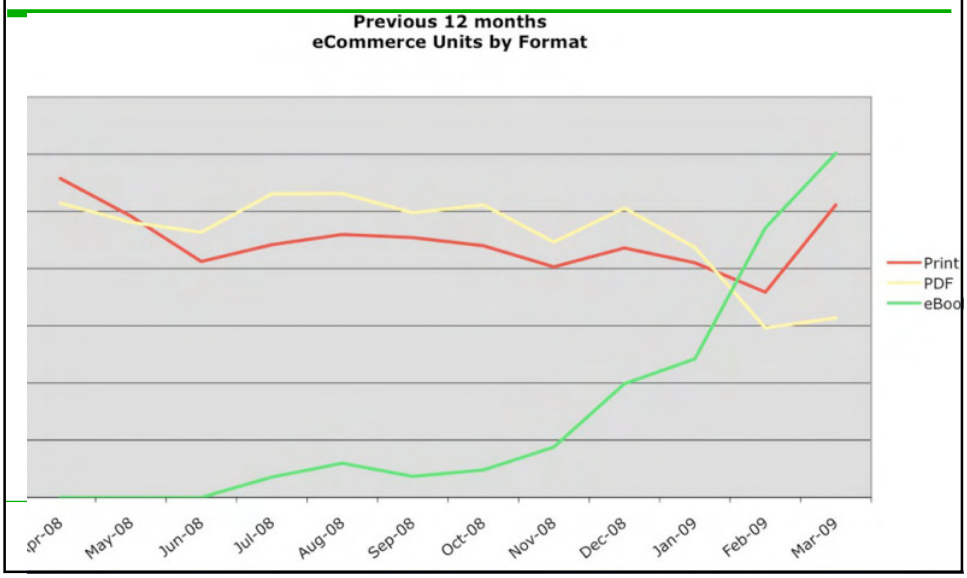
Dieses Chart kennen Sie – es hat sich nicht viel verändert...

4

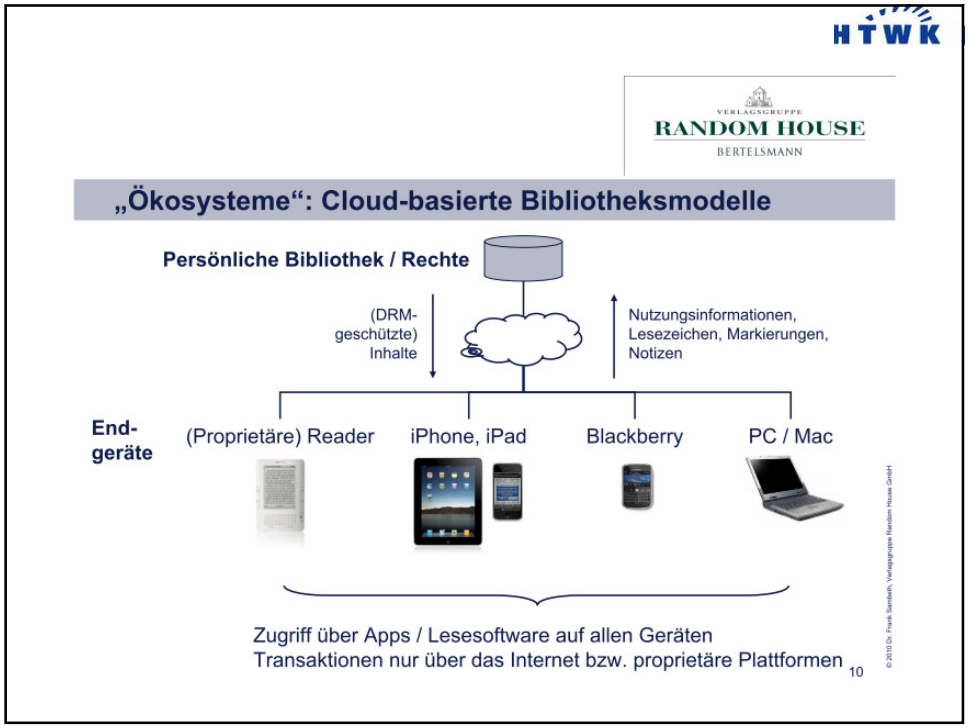
Händler vermarkten Geräte

- Amazon: Kindle (in Deutschland immer noch nur als Import erhältlich!)
- Barnes & Nobles: Nook
- Thalia: Oyo
- Libri: Acer

O‘Reilly: Marktausweitung



Mehr Formate, mehr Verkäufe


HTWK
VERLAGSGRUPPE
RANDOM HOUSE
BERTELSMANN
„Ökosysteme“: Cloud-basierte Bibliotheksmodelle
Persönliche Bibliothek / Rechte
(DRM-geschützte) Inhalte
Nutzungsinformationen, Lesezeichen, Markierungen, Notizen
End-geräte
(Proprietäre) Reader
iPhone, iPad
Blackberry
PC / Mac
Zugriff über Apps / Lesesoftware auf allen Geräten
Transaktionen nur über das Internet bzw. proprietäre Plattformen
10

Cloud E-Book-Provider
HTWK Leipzig
Safari Books Online
HOME • SUBSCRIBE NOW • FREE TRIAL
Quick Links • Category Map
[Start a New Search]
Entire Site
SEARCH
ADVANCED SEARCH
Sign In
Welcome
How It Works
Browse Safari Books Online
FREE Trial
Welcome to Safari Books Online
START YOUR FREE TRIAL
Online access to books, videos, and tutorials from O'Reilly, Peachpit, Prentice Hall, Microsoft Press, Apress and others - starting as low as $22.99.
Search • Read • Copy & Paste • Download • Watch • Learn
TOP BOOKS & VIDEOS

E-Books in der „Cloud“

- Virtuelles Buchregal
- Zugriff mit allen Geräten: PC, Smartphone, E-Reader
- Download als Option

© Heinold, Spiller & Partner

Safari: Features

- E-Books from over 40 publishers: Search and access thousands of technology, design and business reference books. Read the full content online.
- Videos: Hundreds of expert-led training videos about technology, design and business topics
- Rough Cuts:
  - Access books as they are being written.
  - Provide feedback and interact with the authors.
- Mobile Support: Mobile-friendly books directly on cell phones and mobile devices with the mobile optimized website.
- Downloads: Five free download tokens per month for the download of content to print or read offline.

© Heinold, Spiller & Partner

Safari: Personalization

- Search the entire catalog by keyword, author, publisher and more. Save any query to a Smart Folder that will automatically update as new content is added to the library.
- Organize your favorite books and videos into Favorites Folders that you create and name.
- Highlight text and attach Notes to a book or page as you are reading. Print your Notes and Highlights in a custom summary.
- Bookmark any page of any book to save your place for future reference.
- Categorize your notes and organize your content with searchable Tags.
- Contribute to the Safari Books Online community by adding Ratings and Reviews to titles, or learn from the Reviews of other subscribers.

VERLAGSGRUPPE RANDOM HOUSE BERTELSMANN

E-Book-Pricing und -Geschäftsmodelle USA

Keine Buchpreisbindung, derzeit zwei konkurrierende Modelle:

1) Traditionelles „Wholesale"-Modell

- **Verlage** legen einen "Digital List Price" fest, i. d. R. 80% bis 100% der günstigsten lieferbaren Print-Ausgabe
- **Händler** legen die Preise für den Endkunden fest ($9.99 für viele aktuelle Bestseller bei Amazon, bn.com, Sony)

- Verlage befürchten, dass Buchinhalte entwertet werden, und sehen eine grundsätzliche Gefährdung des Geschäftsmodells
- Ein (subventionierter?) Preispunkt schafft Markteintrittsbarrieren
- Reaktion: Große Verlagsgruppen verzögerten den Erscheinungstermin einiger E-Books, um die Hardcover-Verkäufe nicht zu gefährden

2) Agency-Modell

- **Verlage** legen Preise für den Endkunden fest, ggf. in Abstimmung mit dem Händler
- Der **Händler** ist nur ein „Agent", der die Transaktion im Auftrag des Verlags durchführt

- Da Verlage mit ihrem Pricing maßgeblich die Wettbewerbsfähigkeit von E-Book-Händlern beeinflussen, ist eine Umstellung auf das Agency-Modell nur gesamthaft sinnvoll

© 2010 Dr. Frank Sambeth, Verlagsgruppe Random House GmbH

6

ciando.com

- Größtes E-Book Portal mit deutschen E-Books
- Mehr als 35.000 E-Books als PDF
- Mehr als 4.000 E-Books als E-Pub
- Stark im Fachbuchsektor
- Formate
  - PDF
  - E-PUB
  - PDB
- DRM – Adobe
- Erlösverteilung: 50% ciando / 50% Anbieter

beam-ebooks.com

- 2. größtes E-Book Portal mit deutschen E-Books
- Mehr als 10.000 E-Books als PDF
- Mehr als 1.000 E-Books als E-Pub
- Formate
  - PDF
  - E-PUB
  - Mobipocket
- KEIN DRM
- Erlösverteilung: 45% beam/ 55% Anbieter

libri.de

- 3. größtes E-Book Portal mit deutschen E-Books
- Mehr als 8.000 E-Books als E-Pub (PDF)
- Formate
  - E-PUB (neues System)
  - PDF (neues System)
  - Mobipocket (altes System)
- DRM – Adobe
- Erlösverteilung: 50% libri/ 50% Anbieter

libreka.de

- E-Book Portal mit deutschen E-Books
- Mehr als 275.000 PDFs in der Volltextsuche
- Viele davon als E-Book zu verkaufen
- Formate
  - PDF
  - epub
- DRM - Adobe
- Erlösverteilung: 50% libreka/ 50% Anbieter

Libreka wird als digitale Auslieferung neu positioniert!

E-Book Verkäufer

- Alle anderen Portale bekommen die E-Books von den erwähnten Anbietern

Weltbild eBooks

buecher.de
Schnell | Günstig | Portofrei

txtr

Google Editions

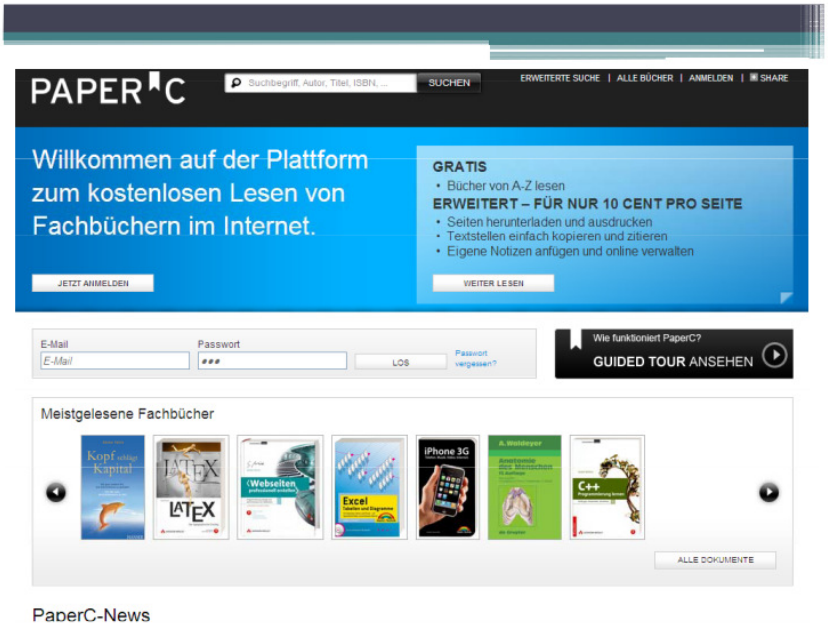
- Fortsetzung des Partnerprogramms
- Alle Titel können auch als E-Book gekauft werden, wenn Verlag zustimmt
- Bücher werden „in the cloud“ genutzt
- Start in den USA 2010, in Europa 2011 (?)
- Annabell Weisl (Google) im Börsenblatt-Interview

© Heinold, Spiller & Partner

E-Book im Wissenschaftsbereich

- Alle großen Wissenschaftsverlage bieten ihre Bücher als E-Books an (meistens PDF).
- Die E-Books werden in großen Paketen (Bundles) an Bibliotheken lizenziert.
- Beispiel SpringerLink.

© Heinold, Spiller & Partner



paperC.de

- E-Book Portal mit deutschen E-Books
- Mehr als 3938 Bücher online lesen
- Einzelseiten kaufen und runterladen
- Formate
  - PDF
- DRM - Adobe
- Erlösverteilung: ?
- Vorbilder sind:
  - safari.com
  - scribd.com
  - google.com/books

DeepDyve

- „The largest online rental service for scientific, technical and medical research“
- „Research, rent, read“: Möglichkeit, einen Artikel für 24 Stunden zu lesen und nur $ 0,99 zu zahlen (Normalpreise: $ 30 – 35) .
- Zielgruppe: Wissenschaftler, die keinen Zugang zu7 einer wissenschaftlichen Bibliothek haben
- Erster Kunde in Deutschland ist de Gruyter.

E-Zeitschriften

E-Paper

- Digitale Zeitschriften und Zeitungen
- Erst PDF, jetzt Flash als Standard
- E-Paper wird in der ivw mitgezählt
- Standard für zahlreiche Zeitschriften und Zeitungen

E-Paper / Beispiel „Livepaper“

- Scrollen
- Zoom
- Druck
- Suche
- Navigation
- Archiv
- Verlinkungen

- Diashows
- Multimedia
- Animationen
- Grafiken
- Datenbanken
- Enriched Advertisements

- Beispiel: Video Guide

E-Paper: Vertrieb

- Direktabo
- Vertrieb über digitale Kioske wie Pressekatalog.de oder Pubbles (neues Großprojekt von Gruner +Jahr)

- Beispiel PresseKatalog.de
- 1.100 Tageszeitungen / 700 on Demand
- 30.000 Zeitschriften
- 10.000 Einzelheftangebote (inkl. Backlist)
- 150.000 Aboangebote
- 1.000.000 eDocs und ePapers
- 2.000.000 Bücher

Beispiel Pressekatalog

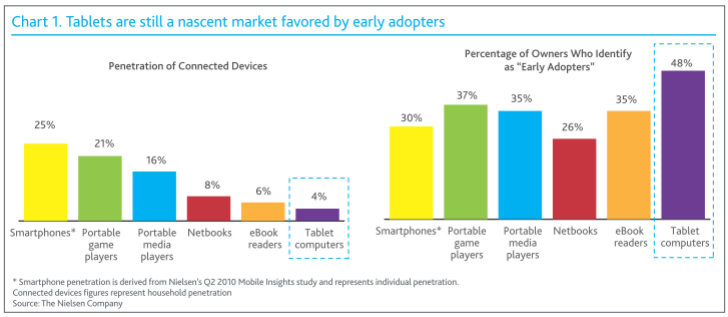
pubbles
laden und lesen
Kontakt | Presse | Über Pubbles
Neu bei pubbles? Hier registrieren
Schon registriert? Einloggen
Meine Bibliothek (0)
Meine Wunschliste (0)
Home
eBooks
eMagazine
eZeitungen
Hilfe & Infos
Suchbegriff: Titel, Autor oder ISBN
in
Suchen
KEN FOLLETT
STURZ DER TITANEN
1 2 3 4 5
DER TAGESSPIEGEL
GOLF
P.M.
Nordkurier
DIE ZEIT
Gala
Brigitte woman
Bestseller
Alle Bestseller
Beliebte eMagazine
Alle beliebten eMagazine
Beliebte eZeitungen
Alle beliebten eZeitungen
Neu: iPad App 1.2

Apps

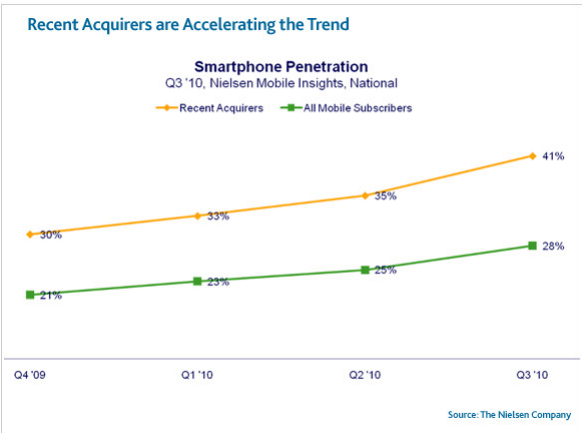
Application

- Content plus Software
- Benötigt werden Konzepte für:
  - Inhalte
  - Benutzzerführung / Usability
  - Technische Umsetzung
- Kenntnisse über Geräte bei den Kunden
- Verlage brauchen dafür Entwicklungspartner

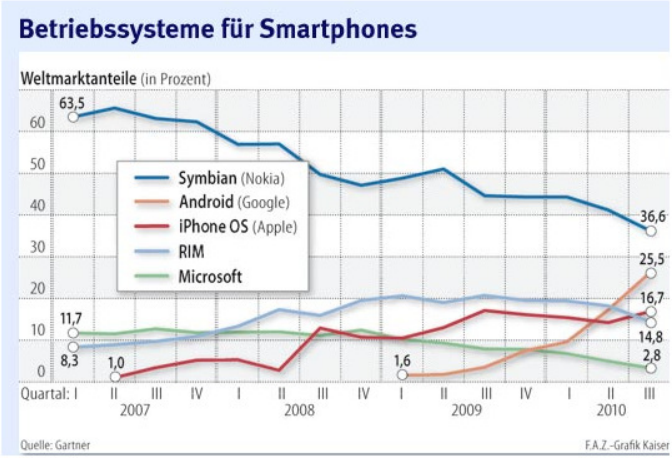
Nutzung mobiler Endgeräte



Smartphones werden Massengerät



Aufsteiger Android



Gesamtpotenzial für Tablet-PCs : ~15 Mio. Geräte in 2015

iPad	Andere Tablet-PC Anbieter / "viel Android/Google"

- In 2015 ~15 Mio. Tablet-PCs
- 30-50% Apple-Anteil

OC&C Strategy Consultants Quelle: iSupply; OC&C-Analyse

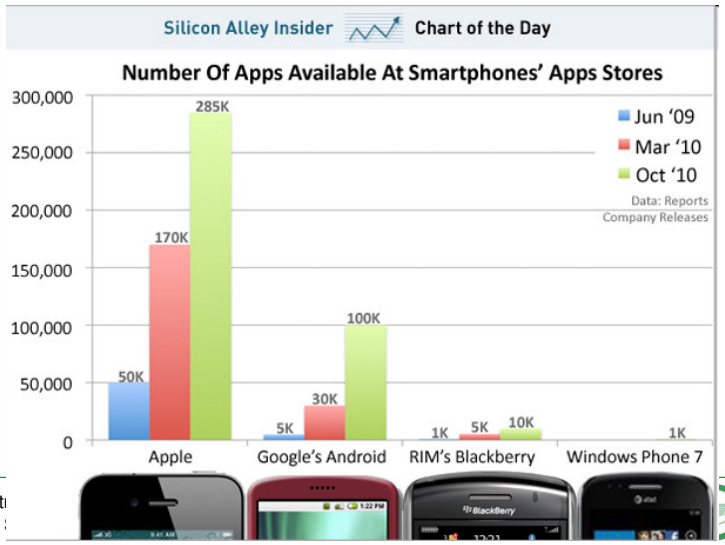
5

AppStores

Downloadshops:

- AppStore: Apple
  - Prüfung durch Apple (dauert Tage)
  - Provision 30%
- Android Market Place: Google
- OVI: Nokia

AppStore-Vergleich



„App-Renner" sind Spiele und „Productivity"-Software

iPhone und iPad kostenpflichtige Top-Apps

Top iPad-Apps

#	Name	Preis
1.	GT Racing: Rennakademie HD	0,79 €
2.	Splashtop Remote Desktop	1,59 €
3.	Ragdool Blaster 2 HD	3,99 €
4.	Spirits for iPad	3,99 €
5.	GoodReader for iPad	1,59 €
6.	Pages	7,99 €
7.	KORG iMS-20	12,99 €
8.	World Clock Pro	1,59 €
9.	Cut the Rope HD	1,59 €
10.	Keynote	7,99 €

30-40% der Top 200-Apps sind Spiele

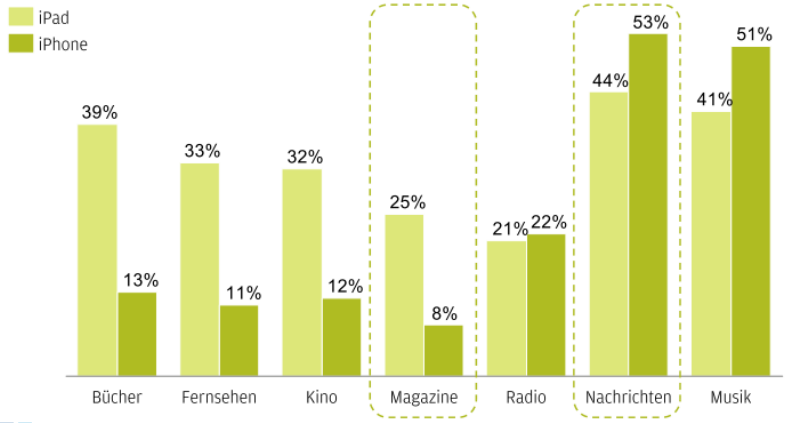
OC&C Strategy Consultants

Quelle: iTunes Stand 15.11.2010; OC&C-Analyse

7

Mehr als die Hälfte der User nutzen Print Content

Regelmäßige iPad- vs. iPhone-Nutzung



OC&C Strategy Consultants

Quelle: The Nielsen Company 2010; OC&C-Analyse

Etwa 40 Verlagsangebote für das iPad – dabei klarer Fokus auf Print-ähnliche Konzepte

Überblick iPad-Angebote deutsche Zeitungs- und Zeitschriftenverlage

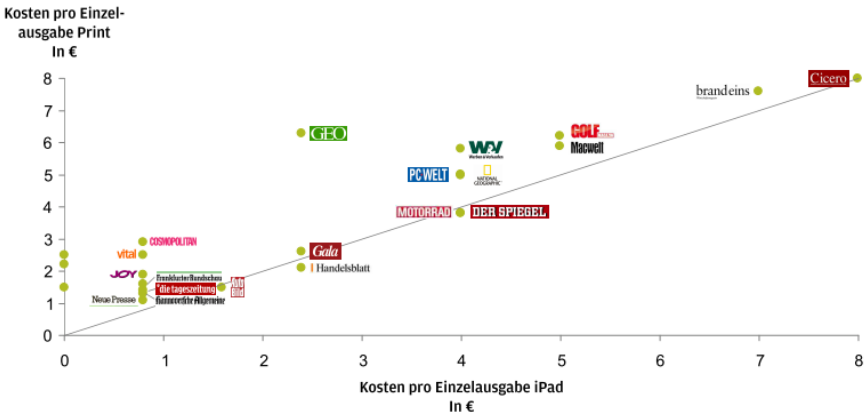
- ~40 Apps im Markt angeboten
- Meistens eng an Print orientiert
- Überwiegend kostenpflichtige Apps / Angebote
- User vom Angebot noch nicht überzeugt

OC&C Strategy Consultants

Quelle: Bulletproof Media; Unternehmensangaben; iTunes; OC&C-Analyse

Pricing überwiegend an Print orientiert

Zeitschriften – Einzelverkauf vs. iPad-Verkauf



OC&C Strategy Consultants

Quelle: Unternehmensangaben; OC&C-Analyse

13

Fallbeispiel Vogel Verlag

ZEITSCHRIFTENTAGE
2010

Drei Dinge braucht der Fachverlag

- E-Paper
- App's
- mobile Websites

ZEITSCHRIFTENTAGE
2010

E-Paper – App – mobile Website

- Blätter-PDF, Richmedia-PDF, Multimedia-Magazin?
- Desktop, Notebook, Tablet-PC, Smartphone?
- make or buy?
- redaktionelle Anreicherung?
- eigenständiges Layout?
- Refinanzierung?

ZEITSCHRIFTENTAGE
2010

E-Paper – App – mobile Website

- Web-App, Blätter-App, Richmedia-App, eigenständige Funktions-App?
- redaktionelle Anreicherung?
- eigenständiges Layout?
- Plattform?
- make or buy?
- Refinanzierung?

ZEITSCHRIFTENTAGE
2010

E-Paper – App – mobile Website

- Inhalte?
- Layout?
- Refinanzierung?
- Displaygrößenanpassung?

Fallbeispiel Langenscheidt

Kernkompetenz Fremdsprachen

- Bilinguale Wörterbücher
  Wörterbücher für 47 Sprachen, alle Formate: Bücher, CD-ROM, Download, online, mobile Applikationen

- Bilinguale Fachwörterbücher
  Über 60 Fachwörterbücher, alle Formate: Bücher, CD-ROM, Download, online, mobile Applikationen

- Umfassendes didaktisches Lehrwerksprogramm
  einzelne Formate oder in kombinierten Medienformen: für Schule, Arbeit, Freizeit, in Form von Büchern, CD-ROMs, Download, online, mobilen Applikationen

www.langenscheidt.de 4

Portale, Applikationen, Handhelds

Wörterbücher | Sprachenlernen | Reiseinformation

Integration von ausgewählten Langenscheidt Wörterbüchern und Fachwörterbüchern in

- Online-Portalen
  - Spektrum der Wissenschaft
  - GlobalEnglish
  - Englishtown
- Applikationen
  - across Systems GmbH (Terminologie-Datenbanken, Translation Memory Systeme)
  - Babylon (Premium Content innerhalb der Babylon-Software)
- Handhelds
  - Franklin / Seiko (internationale Kooperation im Consumermarkt)
  - Sharp (Partnerschaft im deutschsprachigen Schulmarkt)

vorinstallierte Wörterbücher

Wörterbücher | Sprachenlernen | Reiseinformation

Wörterbuchinhalte der Langenscheidt Verlagsgruppe bei vielen OEM-Partnern wie Asus und MEDION

- Ausgangssprachen: Deutsch und Englisch.
  Zielsprachen: Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Russisch, Dänisch, Türkisch, Brasilianisch, Japanisch, Koreanisch, Schwedisch u.a.
- Marke: Berlitz oder Langenscheidt oder White Label
- für zahlreiche Endgeräte: Smartphones, Netbooks, Laptops, PCs und viele andere

Online Wörterbuch

Langenscheidt

Wörterbücher | Sprachenlernen | Reiseinformation

Browserbasierter Zugriff auf Wörterbücher, Fachwörterbücher und Nachschlagewerke von Langenscheidt und Duden

- Applikationen für Unternehmen, Behörden, öffentliche Einrichtungen und Universitäten
- Grafische Anpassung an das Corporate Design des Firmenkunden
- Individuelle Kundenanpassungen
- Kunden (in Auswahl):
  - BASF Italia Srl
  - Deutsche Lufthansa AG
  - Friedrich-Althoff-Konsortium e.V. (Berlin)
  - Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
  - Behörden und öffentliche Einrichtungen der Bundesrepublik Deutschland
  - Autonome Provinz Bozen – Südtirol, u.v.a.

Applikationen für Smartphones

Langenscheidt

Wörterbücher | Sprachenlernen | Reiseinformation

Über 400 Langenscheidt, Berlitz, Langenscheidt Mondadori Wörterbücher für Smartphones. Entwicklung und Vertrieb durch Paragon Software Group, für alle größeren mobilen Plattformen:

- iPhone
- Android
- Symbian
- Windows Mobile
- Blackberry
- Java

Verfügbar in allen größeren Stores, z.B.: iTunes App Store, OVI, Android Market
Zielmärkte: deutsch-, englisch-, französisch-, spanisch-, italienischsprachige Märkte

Applikationen für Konsolen

Langenscheidt

Wörterbücher | Sprachenlernen | Reiseinformation

Langenscheidt goes Nintendo DS and DSi

- Langenscheidt Wörterbuch für alle deutsch-, französisch-, italienisch- und spanischsprachigen Märkte
- über 140.000 Einträge und Übersetzungen in einer Applikation, die Spaß macht und zu schnellen Übersetzungsergebnissen führt
- entwickelt in Kooperation mit Koch Media

PC-Software und Audio Downloads

Langenscheidt

Wörterbücher | Sprachenlernen | Reiseinformation

Vertriebspartnerschaft mit zahlreichen Downloadportalen plus Vertrieb über einen eigenen Downloadshop

- Downloads (PC-Software, Audio) sind ein schnell wachsender Vertriebsweg mit hoher Kundenorientierung
- Langenscheidt hat eine breite Palette von Lernprogrammen in seinem Portfolio, vom didaktisch optimierten Vokabeltraining bis zu kompletten interaktiven Sprachkursen
- Über 30 Downloadpartnerschaften plus zahlreiche Affiliates eröffnen Langenscheidt Wege zu neuen Kunden und schaffen zusätzliche Aufmerksamkeit für die Marke und die Produkte

Navigationssoftware, mobile Endgeräte

Wörterbücher | Sprachenlernen | **Reiseinformation**

Medion PNDs

- Polyglott und Berlitz Reiseinformationen vorinstalliert auf der Medion GoPAL Serie
- 90 Destinationen in Europa
- 6 Sprachen
- Add on: Sprachführer, passend zu den Reisezielen

NOKIA Maps

- Berlitz und Polyglott Reiseinformationen und Sprachführer
- 100 Destinationen weltweit, eingebunden in NOKIA Maps
- 6 Sprachen

www.langenscheidt.de 21

Preisgestaltung

Preisdruck im App-Markt

Preisklassen in €	Anzahl Titel	in %	Preisklassen in €	Anzahl Titel	in %
29,99 bis 44,98	1	1%	29,99 bis 44,98	3	2%
19,99 bis 29,98	15	10%	19,99 bis 29,98	10	8%
15,99 bis 19,98	6	4%	15,99 bis 19,98	33	25%
9,99 bis 15,98	3	2%	9,99 bis 15,98	23	18%
7,99 bis 9,98	10	7%	7,99 bis 9,98	5	4%
5,99 bis 7,98	4	3%	5,99 bis 7,98	11	8%
4,99 bis 5,98	6	4%	4,99 bis 5,98	2	2%
3,99 bis 4,98	20	13%	3,99 bis 4,98	1	1%
2,99 bis 3,98	10	7%	2,99 bis 3,98	3	2%
1,59 bis 2,98	21	14%	1,59 bis 2,98	6	5%
bis 1,59	39	26%	bis 1,59	25	19%
kostenlos	15	10%	kostenlos	9	7%
Dictionary	**150**	**100%**	**Wörterbuch**	**131**	**100%**

Preismodelle

- Pay-per-Document
- Zugang (für einen definierten Zeitraum)
- Punkte
- Abo (Produkt, Modul)
- Mitgliedschaft (Zugang zu allen Inhalten und Features)
- Produkt-Rabatte für Abonnenten
- Freier Zugang für Printabonnenten

Beispiel test.de

- Pay-per-Document:
  - Für einen Produkttest
  - Für alle getesteten Produkte
- Assets:
  - Pay € 15, get € 20
  - Abonnenten von test oder finanztest: Pay € 10, get € 20
- Flatrate:
  - € 7 p.m.
  - Abonnenten von test oder finanztest: € 3,50 p.m.
  - Abonnenten von test und finanztest: € 0 p.m.
  - Vorteil: 20% Discount auf ausgewählte Bücher und Software

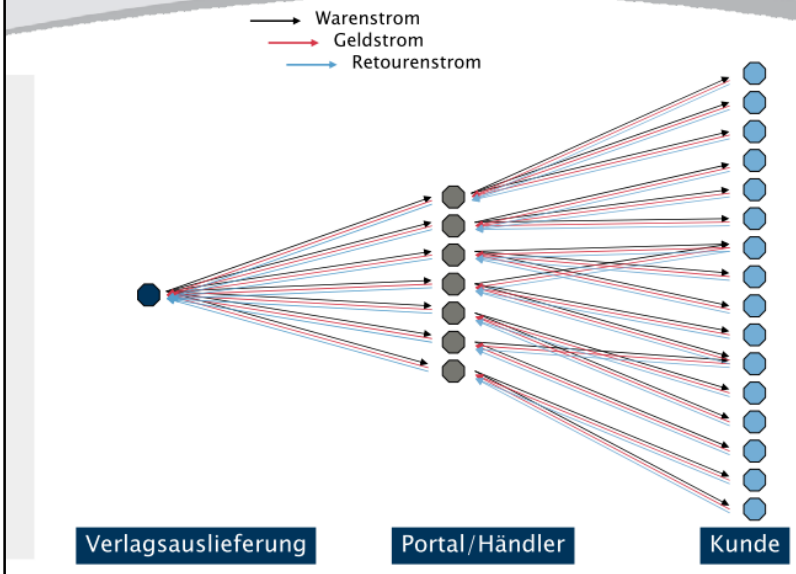
Digitale Vertriebsplattformen

Mehr als Internetbuchhändler

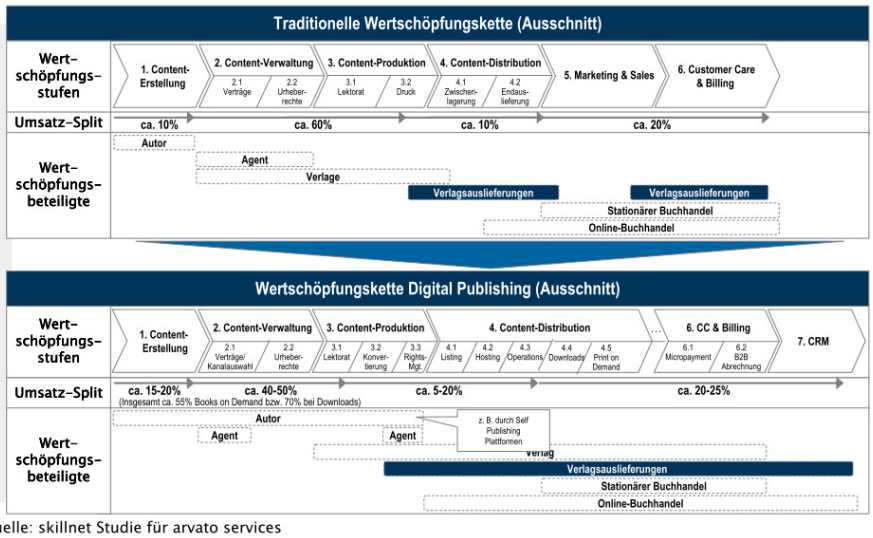
- Alle Internetbuchhändler wandeln sich zu All-Media-Distributoren.
- So hat auch Amazon E-Books und Zeitschriften im Angebot.
- Es gibt aber noch immer Medienorientierte Plattformen für E-Books (Ciando), Audiobooks (audible, hoerstern) oder Apps.

Digitale Verlagsauslieferung

1. Geschäftsansatz: Komplexitätsreduzierung



Wertschöpfungsketten



Quelle: skillnet Studie für arvato services

Elemente der Digitalen Auslieferung

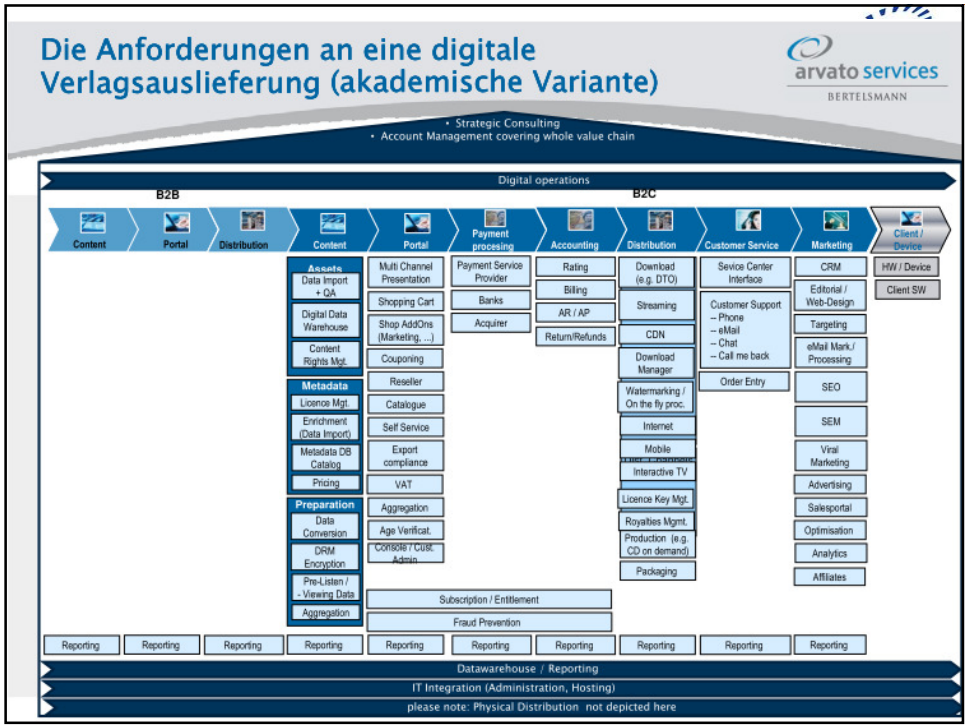
- E-Book-Daten sicher speichern und auffindbar machen
  - Datensicherung
  - Datenkonvertierung (z.B. low-res-Versionen der Cover-Abb.)
  - Anreichern mit Metainformationen
- Katalogdaten generieren
  - Für verschiedene Distributionskanäle
- E-Books und begleitende Daten distributieren
  - An Verkaufskanäle
  - An Institutionen
  - An Endkunden
- Absatzdaten aufbereiten
  - Für Faktur/Verbuchung
  - Für Honorierung

ONIX? Momentan das Metadaten-Format der Wahl für E-Books, obwohl eigentlich für Print gemacht

- Aktuelle Version 2.1 mit Schwächen fürs E-Book-Geschäft
  - z.B. Keine Möglichkeit zur Abbildung von spezifischen E-Book-Geschäftsmodellen (z.B. Lesen in verschiedenen Formaten)
  - keine Einigkeit bei Belegung spezifischer Tags (z.B. WG-Code)
  - Aber: Abgestimmtes ONIX 2.1 in Arbeit
- ONIX 3.0 mit E-Book-Verbesserungen ab Ende 2010
  - Aber: voraussichtlich langer Einführungsprozess
- Alternative: OPDS (Open Publication Distribution System)?
  - Standard-Newsfeed-Reader können interpretieren und darstellen
  - Perspektive: Offener Standard für verteilte, umfassende Kataloge
  - Aber: Ungewisse Akzeptanz
- Und aus dem Bibliotheksbereich: z.B. MARC21, Dublin Core
- Fazit: Es gibt nicht DEN Standard – verschiedene Anforderungen der Distributoren müssen beachtet werden

Die Anforderungen an eine digitale Verlagsauslieferung (akademische Variante)

arvato services
BERTELSMANN



Als One-Stop-Shopping Anbieter ist die klassische Verlagsauslieferung für Übernahme der digitalen Aufgaben prädestiniert

arvato services
BERTELSMANN

1. Auch bei wohlwollender Betrachtung wird die physische Welt den Buchmarkt auf absehbare Zeit dominieren
2. Verlagsauslieferungen werden für den überwiegenden Teil des Marktes unverändert benötigt – kurzfristig sogar von einer höheren Ousourcingquote profitieren
3. Verlage/content provider benötigen wie gezeigt für die digitale Distribution neutrale Aggregatoren/Clearingstellen
4. Sie benötigen ferner einheitliche Informationen über den verkauften Content – unabhängig vom Medium

   # Hardcover # Taschenbuch # Sonderausgaben

   # pdf # EPUB # Mobilpocket/Kindle …

5. Die Verlagsauslieferung ist damit als One-Stop-Shopping Anbieter der natürliche Aggregator auch in der digitalen Welt

Aufgaben

Arbeitsgruppenthema 1 Digitale Verlagsauslieferung

- Wie viele „digitale Verlagsauslieferungen“ gibt es?
- Zu welchen Firmen gehören diese Unternehmen?
- Welche Leistungen bieten diese an?
- Wie unterscheiden diese sich?

Arbeitsgruppenthema 2: AppStores

- Bitte recherchieren Sie alle Informationen, die Sie über folgende AppStores herausfinden können:
  - Apple
  - Android Market Place
  - OVI (Nokia)

Fragen:

- Zahl der Produkte
- Downloads
- Preisstrukturen
- Geschäftsbedingungen

Arbeitsgruppe E-Book

- Auf welchen Downloadplattformen können E-Books gekauft werden?
- In welchen Formaten werden die E-Books angeboten?
- Werden Bundles (Print und E-Book) angeboten?
- Kann kapitelweise gekauft werden?

Arbeitsgruppe

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ehrhardt F. Heinold
Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH BDU
Behringstraße 28a
22765 Hamburg
Telefon: + 49 40 3986620
Fax: + 49 40 39866232
Internet: www.hspartner.de
Blog: http://publishing-business.blogspot.com
E-Mail: ehrhardt.heinold@hspartner.de