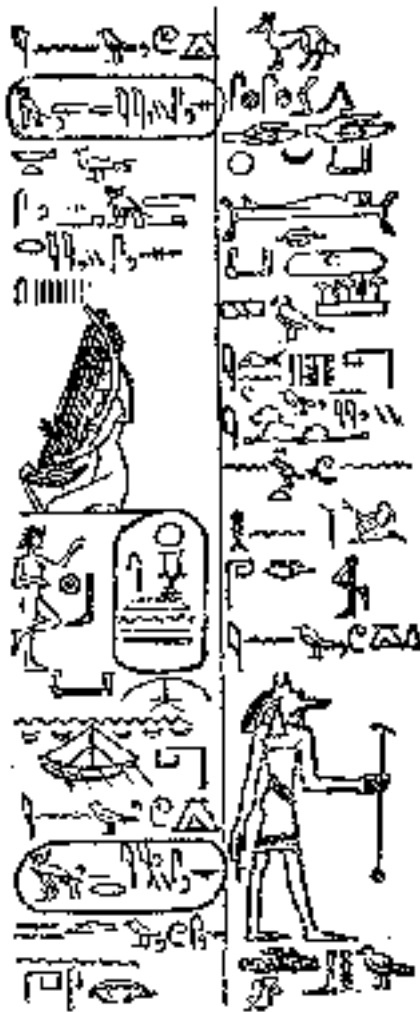


trendreport usa
mai 06

www.wolfgangharrer.com
harrer@sagapacific.com

< eBooks >



für holtzbrinck networkx

Es gehört in vielen europäischen Verlagshäusern immer noch zum guten Ton, eBooks als chancenlose Produktsparte abzutun. In dem folgenden Trendreport werde ich darlegen, weshalb diese Einschätzung verlegerisch riskant ist und welche aktuellen Entwicklungen in den USA und Japan auch dem europäischen eBook-Markt neue Impulse geben werden. Um aber gleich vorneweg die populärsten Vorurteile abzuarbeiten, hier eine kurze Liste der gängigen Argumente gegen eBooks:

1. eBooks sind kaum vor Raubkopierern zu schützen
2. eBooks bieten keine angenehme Lese-Erfahrung.
Dieses sogenannte Device-Argument dreht sich um drei Aspekte:
 - a. Die im Vergleich zu Papier niedrige und damit augenermüdende Pixelauflösung der Bildschirme
 - b. den ungenügenden Hell-Dunkel-Kontrast beim Lesen im Freien
 - c. die kurzen Batterielaufzeiten, problematisch etwa bei einem Lesetag am Strand.Die frühere Debatte um das unhandliche Gewicht der Lesegeräte hat sich inzwischen erledigt.
3. eBooks sind keine guten Geschenkartikel
4. eBooks taugen nicht als kulturelles Statussymbol, da sie nicht auf dem Wohnzimmerregal ausgestellt werden können.
5. eBooks sind u.U. weniger lang haltbar als Papier-Bücher und bedrohen damit den Fortbestand unseres Kulturerbes. Beliebte Analogie ist hier das Schicksal mehrerer zigtausend digitalisierter NASA-Fotos von einer frühen Apollo-Mission, die nun wegen zu hoher Konvertierungskosten nicht mehr geöffnet werden können.
6. eBooks werden von den Konsumenten gar nicht erwünscht
7. Eine eBook-Kampagne könnte die fragilen Beziehungen eines Verlags zu seinen Papier-Buchhändlern belasten.
8. eBooks werden erst dann populär, wenn es ein einheitliches Datei-Format und interoperable Digital Rights Management Systeme (DRM) geben wird.
9. eBooks eignen sich nicht für Großformate und reich illustrierte Bücher.
10. eBooks verletzen mit ihren DRMs die Privatsphäre der Konsumenten. Europäer werden diesbezüglich weniger tolerant sein als US-Amerikaner.

11. Eine Verlagslandschaft, die auf eBooks basiert, wird noch verwundbarer für eine Überschwemmung durch englisch-sprachige Titel und ist noch weniger in der Lage, das deutsche Kulturgut zu pflegen.

12. und falls das alles noch nicht überzeugt: eBooks benötigen Strom und sind damit eine Kulturtechnologie, die Entwicklungsländer benachteiligt. ("Digital Divide")

Bevor wir diese Argumente gleich im Einzelnen durchleuchten, ein kurzer Denkanstoß:

Das Entweder-Oder-Paradigma

Bisher wird die Produktparte eBook meist unter der Fragestellung diskutiert, ob sie das Potenzial hat, herkömmliche Print-Bücher zu verdrängen oder nicht. Auch in der derzeitigen Berichterstattung über den neuen Sony READER titelte etwa der Guardian (5.4.06) mit der irreführenden Frage: "Will we all be switching to eBooks?"

So unsinnig diese Betrachtungsweise ist, so typisch ist sie für eine Kultur, die es noch gewohnt ist, in hierarchischen Pyramiden- statt in Netzwerkstrukturen zu denken. Dass dieser falsch verstandene Darwinismus des Entweder-Oder-Paradigmas für unternehmerische Entscheidungen zunehmend untauglich ist, zeigen etliche Beispiele aus der Mediengeschichte:

Mit Erscheinen des mechanischen Walzen-Klaviers sahen Komponisten und Musikverlage einst das Ende der Live-Musik heraufziehen; nachdem dann aber erst einmal ein Lizenzierungsmodus gefunden war, verdienten Komponisten und Musikverlage mehr als je zuvor. Ähnliche Szenarien wiederholten sich mit Einführung des Radios und später mit Einführung des Audio-Kassettenrekorders. Geradezu hysterisch wurde das Entweder-Oder-Paradigma inszeniert, als Sony 1976 seinen Betamax-Videorekorder in die Läden brachte. Weil sie ihr Business-Environment nur in Kategorien von Entweder-Oder kartographierten zogen amerikanische Filmstudios damals erfolglos gegen Sony vor das U.S.-Supreme Court. Die Studiobosse waren vom unausweichlichen Ende der Kinobranche überzeugt. Heute wäre Hollywood aber ohne seine multiplen Verwertungskanäle via Videothek, Video-on-Demand, Computerspiel und Merchandise nicht mehr denkbar.

In allen genannten Beispielen wurde den Content-Eigentümern gegen deren Widerstand eine neue Distributionstechnologie aufgezwungen. In allen diesen Fällen machten die Content-Eigentümer später mehrheitlich höhere Profite als vor Einführung dieser Technologien.

Wie viel höher wäre aber ihr zusätzlicher Profit gewesen, wenn sie sich diese neuen Distributionskanäle nicht von branchenfremden und z.T. ausländischen Firmen hätten aufzwingen lassen und stattdessen selbst innovativ gewesen wären?

Solange Deutschlands Verleger portable eBooks also nur als unbefriedigenden Ersatz für das Print-Buch missverstehen, wird sich die

deutsche eBook-Branche im besten Fall auch weiterhin nicht bewegen. Im für Deutschland ungünstigsten und derzeit aber wahrscheinlichsten Fall wird die deutsche Buchbranche von branchenfremden bzw. auswärtigen Größen wie Google oder Amazon in das eBook-Zeitalter geführt oder gezwungen werden. So wie Japan und Korea im mobilen Content-Geschäft eine anerkannte Pionierrolle spielen, hätte Deutschland mit seiner international starken Stellung im traditionellen Buchgeschäft eigentlich das Potenzial und die Glaubwürdigkeit, weltweit führende eBook-Nation zu werden. "...Allein es fehlt der Mut"

Zurück zu unseren 12 Argumenten gegen eBooks:

1. eBooks sind kaum vor Raubkopierern zu schützen

Stimmt. Ein Produkt, das bereits digitalisiert ist, ist noch leichter zu kopieren als sein analoges Gegenstück. Auch DRMs werden die Piraterie nicht verhindern können, sie werden sie bestenfalls nur etwas erschweren. Netscape-Gründer Marc Andreessen kommentierte das Thema mit einem Satz: "Was ein Computer darstellen kann, das kann er auch kopieren." Für den entschlossenen Produktpiraten sind DRMs kein ernstes Hindernis.

Die sehr interessante Debatte um DRMs würde den Rahmen dieses Reports sprengen. Zwei Aspekte sind aber zu erwähnen:

Der momentane Erfolg von Apples DRM-geschützten Music-Store hat in der Film-, Game- und Musikindustrie und vor allem in der Wirtschaftspresse vorübergehend den Eindruck entstehen lassen, die digitalen Content-Industrien hätten nun bereits ihr DRM-basiertes Geschäftsmodell für das Internet-Zeitalter gefunden. Tatsächlich sind DRM-Geschäftsmodelle aber auch innerhalb dieser genannten Branchen weit weniger akzeptiert als zu vermuten wäre. Selbst Apple musste lernen, dass restriktive DRMs viele ehrliche Kunden abschrecken und hat sein DRM nun so weit entschärft, dass im iTunes-Store gekaufte Songs auf beliebig viele CDs für den privaten Gebrauch gebrannt werden dürfen. Derartige Bedingungen wären bei Gründung des iTunes-Store absolut undenkbar gewesen.

In meinen Gesprächen mit Vertretern von Apple, Google, RealNetworks, der International Publishers Association, dem International Digital Publishers Forum, verschiedenen eBook-Firmen und der OECD zu diesem Thema wurde deutlich, dass DRMs zur Zeit auch zwei subtilere Funktionen erfüllen: Sie schaffen beim Kunden zumindest einmal ein Unrechtsbewusstsein für den Tatbestand der Piraterie und sie erlauben Distributoren wie Apple, Google-Video oder Overdrive, das Vertrauen der in der Regel überängstlichen Content-Eigentümer zu gewinnen.

Restriktive Business-Modelle, die alle technischen Kontrollmöglichkeiten eines DRM ausnutzen, gelten in diesen Kreisen aber längst als chancenlos.

Darüberhinaus können auch Print-Bücher heutzutage so kostengünstig und massenhaft in Raubdruck produziert und vertrieben werden wie nie zuvor. Bloomsburys Weigerung, Harry Potter als eBook oder digitales Hörbuch anzubieten, hat den Verleger nicht vor massenhafter und weltweiter Piraterie seiner analogen Produkte bewahrt.

Unter Musikverlegern, wie etwa den Mitgliedern des einflussreichen europäischen Verbandes Impala, hat sich inzwischen die Mentalität etabliert, dass die um ein Vielfaches erweiterten Absatzmöglichkeiten im digitalen Vertrieb die Gewinnaufschläge durch Piraterie mehr als wettmachen, auch wenn dies - aus verständlichen Gründen - nicht öffentlich verlautbart wird.

2. Das "Device-Issue": eBooks bieten keine angenehme Lese-Erfahrung

Vertreter der eBook-Industrie behaupten gern, das Device-Issue sei kein Thema mehr, schließlich verzeichne die Branche in den USA auch ohne ein attraktives Lesegerät ein jährliches Umsatzwachstum von mindestens 20 Prozent; außerdem gehörten Single-Use-Devices der Vergangenheit an. Diese PR-Strategie ist verständlich nachdem in den vergangenen Jahren immer wieder Geräte auf den Markt kamen, die unberechtigterweise als "iPod für eBooks" angekündigt wurden und bei ihrem Scheitern dann die ganze eBook-Branche wiederholt als den "ewigen Rohrkrepierer" erscheinen ließen.

Auch beim bevorstehenden Hype um Sonys neuen, für die USA entwickelten READER besteht diese Gefahr. Das Gerät ist zwar ein technologischer Durchbruch, dürfte aber an Sonys bekannter Neigung zu übertriebenen DRMs und überhöhten Preisen für Geräte und Content scheitern.

Nach dem Misserfolg mit dem Vorgängermodell LIBRIE in Japan hat Sony beim READER jedoch einige vielversprechende Änderungen vorgenommen. Statt nur über Sonys proprietären Memory Stick können die eBooks jetzt auch via USB-Anschluss und SD-Memory Cards auf den READER transferriert werden. Außerdem können nicht mehr nur Sonys proprietäre Dateiformate sondern auch PDFs und andere offene Formate bis hin zu XML-Feeds aus Blogs auf dem READER geöffnet werden. Sony kopiert hier das Business-Model von Apple: Das Device ist zwar offen für viele Formate, bei DRM-geschützten Formaten akzeptiert der READER aber nur eBooks, die von Sonys Connect-eBook-Store gekauft wurden. Der Store ist noch nicht in Betrieb, erste Screenshots sehen iTunes aber zum Verwechseln ähnlich. Von Harper Collins und Random House ist bekannt, dass sie jeweils circa 25 000 eBook-Titel in Sony's Connect-Store anbieten wollen. Mit Borders, der zweitgrößten amerikanischen Buchhandelskette nach Barnes&Noble, hat sich erstmals auch ein großer Einzelhändler bereit erklärt, ein digitales Lesegerät und Coupons für den Connect-Store landesweit zu verkaufen. Das größte Hindernis ist vermutlich der Preis: Der READER soll zunächst zwischen \$300 und \$450 Dollar kosten.

Auch die DRM-Bedingungen des neuen eBook-Stores sind noch nicht bekannt. Sonys japanischer LIBRIE war von einem eher bizarr anmutenden DRM geprägt, das die erworbenen eBooks nach 60 Tagen unleserlich machte.

Aber auch wenn Sonys READER scheitern sollte ist das Display dieses Geräts ein beachtlicher Durchbruch. Die Technologie dafür stammt ohnehin nicht von Sony sondern von eInk aus Massachusetts und wird

in diesem Jahr noch in einigen anderen Lesegeräten zum Einsatz kommen, zum Beispiel beim chinesischen Hersteller Jinke und vermutlich auch im iRex-Iliad von Philips, einem Gerät mit WiFi-LAN. Im Gegensatz zu den 72dpi herkömmlicher LCD- und CRT-Monitore hat eInk eine Auflösung von 160dpi mit 16 Grautönen, einen sehr viel höheren Hell-Dunkel-Kontrast für das Lesen im Freien und kann außerdem auch aus schrägen Winkeln genauso gut gelesen werden wie bei frontaler Aufsicht.

Das frühere Hauptargument gegen die Lesegeräte war ihre unhandliche Größe, ihre kurzen Batterienzeiten und ihr Gewicht. Mit den heutigen stromsparenden Displays und kleineren Harddrives sind das Gewichtproblem und die kurze Batteriedauer gelöst. Die meisten Reader sind jetzt leichter als ein durchschnittliches Taschenbuch (Sony Reader: 255 Gramm) und haben Batterienzeiten, die für die Darstellung von circa 7000 Seiten bei durchschnittlicher Lesegeschwindigkeit ausreichen. Mit den neuen Display-Technologien von eInk zeichnet sich erstmals ab, dass eBooks bald einen gleichen und sogar höheren Lesekomfort bieten werden als konventionelle Bücher.

Unter den Europäern investiert vor allem Philips große Summen in das Thema und hat sich bereits bei einer Reihe vielversprechender Technologie-Entwickler eingekauft. Am interessantesten erscheinen mir neben eInk noch Polymer Vision aus Eindhoven, NL und Plastic Logic aus Cambridge, UK, die beide an flexiblen, aufrollbaren Displays mit enorm hoher Auflösung arbeiten. Auffällig aktiv als Investoren sind hier auch die Zeitungsketten Hearst, McClatchy und Gannett.

3. eBooks sind keine guten Geschenkartikel

Dieser Einwand läßt sich weder belegen noch bestreiten. Es ist noch zu früh, um zukünftiges Konsumentenverhalten absehen zu können. Die Vermutung liegt nahe, dass physische Geschenke auch in Zukunft im Vergleich zu digitalen Geschenken als authentischer und persönlicher gelten werden. Interessant ist in diesem Zusammenhang aber die enorme Verbreitung von Apples Geschenkgutscheinen für den iTunes-Store. Die Gutschein-Karten werden in den USA in fast allen großen Supermarktketten, Buchhandlungen und zum Teil sogar an Tankstellen in Nähe der Ladenkassen verkauft und waren in der letzten Weihnachtssaison beliebtes Last-Minute-Geschenk. Über die Popularität der rein digitalen Geschenkfunktion von iTunes-Songs via Geschenk-E-Mail hat Apple indessen noch keine Details preisgegeben.

4. eBooks taugen nicht als kulturelles Statussymbol, da sie nicht auf dem Wohnzimmerregal ausgestellt werden können.

Auch dieser Einwand lässt sich nicht widerlegen. Ein gut bestückter ebook-Reader ist aber zugleich ein völlig neuartiges kulturelles Statussymbol, das dazu auch noch mobil ist.

Das Phänomen aus der Online-Musikindustrie, unter Freunden nicht mehr Songs sondern nur noch Playlists auszutauschen ist dabei eine interessante Erscheinung. Die persönliche Playlist enthält heute für viele

Menschen bereits mehr Aussagekraft über eine Person und ihren sozialen Status als der einst so beeindruckende, zwei Meter hohe CD-Turm im Wohnzimmer. Während deutsche Feuilletons in ihren Promi-Interviews noch staubig fragen "was liegt bei Ihnen gerade auf dem Nachttisch?", fragen Magazine wie WIRED ihre Interviewpartner nach deren momentaner ipod-Playlist. Das eBook-Equivalent wird sein "was haben Sie gerade auf dem READER?".

5. eBooks sind weniger lang haltbar als Papier-Bücher und gefährden damit das Kulturerbe

Dies ist eine akademische Diskussion, die von zwei gegenläufigen Argumenten geprägt ist:

Die Gegner digitaler Bibliotheken warnen vor einem Kulturverlust im Fall von Katastrophen, die mit dauerhaftem Elektrizitätsverlust oder auch mit starken elektromagnetischen Impulsen einhergehen, etwa einem Atombombenangriff. Während dieses Argument hoffentlich nie den Wirklichkeitstest erlebt ist ein häufiger Einwand von seiten der DRM-Kritiker bedenkenswerter: Demnach gibt es bisher noch kein eBook-DRM, das geschützte eBooks nach Ablauf des gesetzlichen Urheberrechtsschutzes (in den USA derzeit 70 Jahre nach Ableben des Autors) automatisch wieder für die Public Domain freischaltet.

Die Befürworter einer kompletten Digitalisierung heutiger Buchbestände verweisen dagegen auf

- a. die Möglichkeit, katastrophensicherer Back-Ups von digitalen Bibliotheken
- b. die Tatsache, dass auch im heutigen analogen Buchbetrieb ständig Bücher in Vergessenheit geraten oder gar nie erst auffindbar sind. Diesem Denkmuster zufolge verursachen die heutigen analogen Bibliotheks- und Verlagssysteme sehr viel größere Kulturverluste als die zukünftigen digitalen Bibliotheken.

6. eBooks werden von den Konsumenten gar nicht erwünscht

Dies ist ein beliebtes Argument all derer, die ihr bisheriges Business-Model gerne ungestört fortsetzen würden. Es stimmt natürlich, dass die Buchbranche nicht unter demselben öffentlichen Erwartungsdruck ihrer Konsumenten steht wie einst die Musikbranche in den Zeiten von Napster-1. Typisches Argument der napsterfreundlichen Presse war damals schließlich, dass die Musikindustrie das Phänomen Napster durch ihre eigene Verweigerung digitaler Vertriebsmodelle mitverursacht habe. Die Leser werden vermutlich auch weiterhin keine eBooks von den Verlegern einfordern; dort, wo eBooks aber in ausreichendem Sortiment und Komfort angeboten werden, stoßen Sie auf beeindruckend große Nachfrage:

- a. Mehr als eintausend öffentliche Bibliotheken in den USA bieten ihren registrierten Mitgliedern mit großem Erfolg eBooks an. Die New York Public Library, eine der größten Stadtbibliotheken der USA mit über 80 Filialen, hat bereits in 2005 mehr Nutzer mit eBooks bedient als mit Print-Büchern. Die Bücherei tätigte im Jahr 2005 rund 15 Millionen

Ausleihvorgänge für Print-Bücher und rund 20 Millionen (!) Ausleihen für eBooks.

Wie schon einst bei analogen Hörbüchern leisten die amerikanischen Stadtbüchereien auch bei eBooks wieder Pionierarbeit. Über die Bibliotheken können die Konsumenten das neue Medium kostenlos testen und vertrauen darauf, dass die von ihrer Bibliothek angebotenen eBooks keine Urheberrechtsverletzung darstellen.

Größter Technologie-Dienstleister und eBook-Verkäufer an die Bibliotheken ist die Firma Overdrive aus Cleveland, Ohio. Overdrive bietet etwa 30 000 Titel von 400 Verlagen. Registrierte Mitglieder einer Bücherei können ein eBook via Internet ausleihen und nur auf ihren zuvor registrierten PCs und mobilen Devices öffnen, die Leihfrist beträgt in der Regel 21 Tage, anschließend wird die Datei unleserlich. Um ein eBook an mehrere Leser gleichzeitig zu verleihen, muss die Bibliothek eine entsprechende Zahl von Lizenzen für diesen Titel erworben haben. Ist ein Titel verliehen, kann sich die interessierte Leserin in eine Warteliste eintragen und erhält bei Freiwerden der nächsten Lizenz automatisch via E-Mail einen Download-Link.

eBooks verzeichnen eine sehr viel höhere Auslastung (Verleihfrequenz) als Print-Bücher. Auch die anfängliche Befürchtung, dass physische Bibliotheken nun bald aussterben würden, hat sich nicht bewahrheitet. Im Gegenteil: Bibliotheken mit eBook-Programmen verzeichnen mehrheitlich steigende Besucherzahlen. Die Bibliothekare betonen auch, dass sie nun endlich mehr Zeit hätten, sich um ihre Besucher zu kümmern statt Mahnbriefe zu schreiben und Bücher aufzuräumen.

Der enorme Erfolg nicht nur digitaler Uni-Bibliotheken mit ihren überdurchschnittlich gebildeten und jüngeren Nutzerprofilen, sondern vor allem der digitalen Stadtbüchereien in den USA, Australien, Mexico City und Singapur macht deutlich, dass eBooks als Medientechnologie schon längst auf große Nachfrage stoßen.

b. Der amerikanische eBook-Markt ist zwar noch klein, verzeichnet aber seit 2002 zweistellige Umsatzwachstumsraten. Von nicht vorhandener Nachfrage kann hier eigentlich keine Rede sein.

eBook-Verkäufe US-amerikanischer Verlage in 2005:

(ermittelt vom International Digital Publishing Forum. Diese Zahlen sind noch nicht veröffentlicht worden, wurden mir aber vorab zur Verfügung gestellt)

Unit Sales: 1,692,964 (no change over 2004)

Revenue: \$11,875,783 (23% increase over 2004)

New Titles Published: 5,242 (20% increase over 2004)

c. Ein eher unauffälliger, non-kommerzieller eBook-Pionier und Indikator ist das Gutenberg-Projekt des Amerikaners Michael Hart. Die Sammlung von etwa 18 000 urheberrechtsfreien und kostenlosen eBooks und Texten verzeichnet monatlich mehr als 2 Millionen Downloads; ein weiteres Anzeichen dafür, dass schon heute eine

konstante Nachfrage nach elektronischen Texten besteht, die aber vor allem von europäischen Verlegern noch kaum beantwortet wird.

7. Ein eBook-Angebot gefährdet das bisherige Verlagsgeschäft und belastet außerdem die Beziehungen eines Verlags zu seinen Print-Buchhändlern.

Was das Verlagsgeschäft angeht, ist dieses Argument die Neu-Auflage der Kannibalisierungstheorie, die ja auch schon die Einführung digitaler Hörbücher, konkurrenzfähiger Zeitungswebsites und die Einführung nutzerfreundlicher On-Demand-Angebote bei deutschen Rundfunk- und Fernsehsendern verzögert hat bzw. zum Teil immer noch verhindert. Bisherige Erfahrungen von US-Verlagen mit eBook-Programmen deuten aber auf zwei Tendenzen hin:

Ein große Zahl von eBook-Käufern hätte bei Nicht-Vorhandensein des jeweiligen eBook-Titels nicht den Print-Titel sondern überhaupt kein Buch gekauft. Bei den Verlagen, die eBooks deutlich billiger als den zugehörigen Print-Titel anbieten, sind außerdem Up-Sales zu beobachten. Die Leser schauen sich demnach erst einmal das eBook an und kaufen bei Gefallen dann die Print-Ausgabe.

Für die Buchhändler bedeuten eBooks aber in der Tat sehr viele größere Umwälzungen als für die Verleger. Zwar sind Bücher und Musik sehr verschiedene Produktgattungen, die Entwicklung des amerikanischen Musikeinzelhandels in den letzten zehn Jahren könnte aber darauf hindeuten, dass die Digitalisierung eines Produktes nicht zwangsläufig zum Ende des physischen Einzelhandels führen muss sondern auch neue Geschäftsmodelle ermöglicht.

Dazu ein kurzer Exkurs: In den USA sind bereits in den Jahren vor Start des Apple iTunes-Stores über 1200 CD-Einzelhändler eingegangen, darunter auch große Filialketten. Die fünf bzw. vier Majors unter den Musik-Verlagen haben sich indessen auf die großen Gemischt-Einzelhandelsketten wie Wal-Mart, Target und Best-Buy verlegt. Wal-Mart allein ist inzwischen für mehr als 20 Prozent des gesamten Umsatzes aus dem Verkauf von Musik in den USA verantwortlich. Gleichzeitig umfasst das durchschnittliche CD-Angebot eines Wal-Mart-Stores aber nicht mehr als 750 Alben. Weder Tower noch Virgin können mit dem Preisniveau dieser 750 Top-Seller bei Walmart konkurrieren. Zugleich haben auch die besser sortimentierten Musik-Einzelhändler der USA in der Regel nicht mehr als zehntausend Alben auf den Regalen. In den verbleibenden Mega-Stores verlassen heute etwa zwei Drittel der Besucher die Ladenlokale ohne einen Kauf getätigt zu haben; eine Konversionsrate, die auf Dauer nicht tragbar ist.

Gleichzeitig zu dieser Entwicklung im Einzelhandel haben der iTunes-Store mit seiner Vorhörfunktion und auch CRM-basierte, hochpersonalisierte Online-Sender wie LastFM.com und Pandora.com ihren Nutzern die Entfaltung eines sehr viel differenzierteren Musikgeschmacks ermöglicht. In den letzten Monaten führte diese Ausdifferenzierung der Hörgewohnheiten nun zur Gründung vieler neuer, kleinerer Musik-Einzelhandelsläden in amerikanischen Ballungsräumen, jeweils mit einem sehr spezialisiertem Angebot.

Gleichzeitig haben auch einige der Mega-Stores ihre Grenzen erkannt und richten in ihren Läden Download-Stations ein. Die Kunden können dort nicht nur digitale Songs kaufen sondern z.B. auch Bonus-Punkte aus dem Kauf physischer Produkte geltend machen.

Der logische Schluss vieler Verleger, dass eben auch Buchhändler in Zukunft eBook-Download-Stations mit guter fachlicher Beratung anbieten müssten, ist aus Sicht der Händler wenig tröstlich, schließlich steht diese Option bald auch branchenfremden Händlern offen. Starbucks plant beispielsweise, in 2500 Filialen wifi-fähige Download-Stations mit 250 000 Musik-Titeln (Tracks) einzurichten. Die Starbucks-Planer erwägen, neben Musik auch lokal passende eBooks und digitale Hörbücher anzubieten.

Musik und Bücher sind, wie schon eingangs gesagt, nur bedingt vergleichbar. Im Vergleich der Vor- und Nachteile von eBooks gegenüber Print-Büchern genießt das Print-Buch auch weiterhin mehr USPs als etwa die CD bei Gegenüberstellung mit digitalen Music-Files.

8. eBooks werden erst dann populär, wenn es ein einheitliches Datei-Format und/oder interoperable Digital Rights Management Systeme (DRM) geben wird.

Die oft umständlichen DRMs und die fehlende Kompatibilität verschiedener eBook-Format ist in der Tat die häufigste Beschwerde in bisherigen Umfragen unter amerikanischen eBook-Käufern.

Die Forderung nach interoperablen DRMs wird auf institutioneller Ebene vor allem von der Europäischen Kommission (DG Internal Market), der OECD und der französischen Regierung erhoben. Hintergrund ist natürlich die Tatsache, dass die Online-Musikindustrie längst eine größere kulturelle und preisliche Vielfalt und deutlich höhere Umsätze verzeichnen könnte, wenn das FairPlay-DRM des iPods auch kommerzielle Downloads von anderen Quellen erlauben würde als nur von Apples Music-Store.

Nach der Erfahrung mit früheren "Format-Wars" (VHS/Betamax, WindowsMedia/RealAudio/Quicktime, BlueRay/HDVD etc.) wollen vor allem die Europäer der entstehenden digitalen Content-Economy langwierige DRM-Duelle ersparen. Die Kommission hat dabei auch eBooks im Blick, die dort in etwas verklärter Manier als "typisch europäischer Content" gelten.

Von Washington ist in der DRM-Debatte nichts harmonisierendes zu erwarten. Der letzte größere Anlauf zu einer Standardisierung in den USA galt den konkurrierenden Handy-Standards Ende der Neunziger Jahre und scheiterte kläglich am landestypischen "Market knows best"-Credo. In DRM-Fragen haben sich die US-Senatoren bisher, wenn überhaupt, dann nur mit sehr schrillen, hyper-restriktiven Vorschlägen zu Wort gemeldet, die inzwischen auch im Silicon Valley belächelt werden.

Es ist zu hoffen, dass die Europäische Kommission ihre Forderung nach interoperablen DRMs durchsetzt und die französische Regierung im Fall Apple standhaft bleibt.

Was das derzeitige eBook-Formate angeht führt der pdf-Standard bei den Bibliotheksausleihen in den USA. Die Bibliotheken erklären den Erfolg des pdf-Formats damit, dass die Microsoft-DRMs zu restriktiv seien und das pdf-Format am meisten Flexibilität bei der Einstellung beschränkter Nutzungszeiten (Ausleihdauer) biete.

Im regulären Verkauf beim derzeit (noch) größten Online-Händler eBooks.com führt das eReader-Format. Dabei handelt sich um das ehemalige "Palm Digital Media"-Format (.pdb), das auf allen gängigen PC-Plattformen und auf PocketPC, SymbianOS und PalmOS läuft.

Nummer zwei in den Bibliotheken und aussichtsreicher Kandidat für eine zukünftige Führungsstellung im kommerziellen Bereich ist aber das Format Mobipocket. Die französische Firma Mobipocket wurde im letzten Jahr von Amazon aufgekauft. Alle Unternehmens- und Verbandssprecher, mit denen ich hier zu diesem Thema kommuniziert habe, gehen auch davon aus, dass Amazon bald der größte eBook-Händler in den USA sein wird.

9. eBooks eignen sich nicht für Großformate und reich illustrierte Bücher

Für Großformate tritt dies zu. Plastic Logic, verschiedene Start-Ups von Philips, Polymer Vision und Matsushita arbeiten zwar an großen, rollbaren Displays, bis dahin unterliegen eBooks aber noch den Bildschirmgrößen der PDAs und Lesegeräten wie dem Sony READER.

Was die Farbigkeit angeht, werden eBooks vermutlich bald sehr viel farbiger sein als dies bei Print-Titeln wirtschaftlich wäre. Es gibt bereits einige Kinderbücher im eBook-Format, die sogar animierte Bilder und Illustrationen haben; eine Eigenschaft, die Print-Bücher nicht bieten können.

Eine häufige Kritik ist auch, dass eBooks nicht denselben Seitenumbrüchen folgen würden wie die Print-Titel. Vor allem beim wissenschaftlichen Arbeiten wäre dies natürlich ein großes Problem für die korrekte Zitation. Diese Kritik trifft aber ohnehin nur noch auf vereinzelte eBook-Formate zu. Adobe.pdf, Mobipocket und eReader halten sich an den Seitenumbruch der Print-Titel.

10. eBooks verletzen mit ihren DRMs die Privatsphäre der Konsumenten. Europäer sind diesbezüglich weniger tolerant als US-Amerikaner.

Dieser Einwand ist naheliegend. Immerhin berichten die meisten DRMs regelmäßig an ihre jeweiligen Heimatserver, welche Dateien von ihren Kunden wann, wie lang, wie oft und auf welchen Devices geöffnet oder kopiert wurden. So hilfreich dies für die Verleger und Händler ist, um ihre CRM-Systeme zu füttern, so ärgerlich und potenziell bedrohlich ist dies für die Kunden. (Ein etwas zynischer Buchhändler in den USA beantwortete mir diesen Hinweis mit dem berechtigten Einwand, dass dies nicht nur ein Problem von eBooks sei; schließlich habe das Homeland Security Office durch den Patriot Act inzwischen auch freien Zugriff auf die Käuferdaten aller Bibliotheken, Büchereien und Amazon-Accounts.)

Was die niedrigere DRM-Toleranz europäischer Kunden im Vergleich zu US-Amerikanern angeht ist in Deutschland zumindest eine deutlich größere öffentliche Unterstützung für die DRM-kritische Open-Source-Bewegung zu erkennen als in den USA. Dem Erfolg von Apple-DE und Audible-DE mit ihren durchaus invasiven DRMs hat dies aber bisher keinen Abbruch getan.

Es ist nur zu hoffen, dass die deutschen Verleger jetzt nicht noch einmal die Fehler der Musik- und Filmindustrie wiederholen und ihre anfänglichen DRMs so restriktiv auslegen, dass sie die Early Adopters auf Jahre abschrecken und zu non-kommerziellen Angeboten treiben.

Es gilt, bei DRMs eine Balance zu finden, so dass eBooks zumindest gleich viele und nicht etwa weniger Verwendungsmöglichkeiten bieten als Print-Bücher; dazu gehört auch die Möglichkeit, eBooks an Freunde ausleihen und auf Wunsch auch weiterverkaufen zu können, wie dies bei Print-Büchern möglich ist.

11. Eine Verlagslandschaft, die auf eBooks basiert, ist noch verwundbarer für eine Überschwemmung durch englischsprachige Titel und noch weniger in der Lage, das deutsche Kulturgut zu pflegen.

Sind eine Vertriebsstruktur für eBooks und so etwas wie eine "digitale Lesekultur" erst einmal in Deutschland etabliert macht dies natürlich auch englischsprachigen eBook-Verlagen den Markteintritt in Deutschland sehr viel leichter.

Das gilt aber auch umgekehrt. Allein im Großraum San Francisco leben beispielsweise 50 000 deutsche Staatsbürger mit einem hohen Interesse an deutscher Literatur, das nur notdürftig gestillt wird, zum Beispiel auf Gebrauchtbuch-Börsen, an denen deutsche Verlage aber nichts mehr verdienen.

Deutschlehrer-Verbände in den USA, Europa und Asien haben mich bei Recherchen zum Niedergang von Deutsch als Fremdsprache immer wieder darauf hingewiesen, dass deutsche Literatur im Ausland de facto nicht oder nur mit abschreckend hohen Versandkosten erhältlich ist. Ein großes Angebot an bezahlbaren deutschen eBooks wäre aus Sicht der Deutschlehrer im Ausland ein Traumszenario. (In amerikanischen

Highschools ist Deutsch als Fremdsprache inzwischen auf einen fernen Platz 3 hinter Spanisch und Französisch abgesackt. Der französischen Sprache kommt noch zugute, dass Frankreich in der amerikanischen Filmbranche präsenter ist als Deutschland.)

eBooks werden die deutsche Verlagslandschaft also "verwundbarer" für Importe machen, gleichzeitig aber neue Märkte im Ausland eröffnen. Einzelne Mitarbeiter der EU-Kommission sind hier erfreulich weitsichtig und bemühen sich derzeit um ein europaweit einheitliches System von VG-Wort-ähnlichen Verwertungsgesellschaften.

Der nächste erforderliche Schritt wäre die Vereinfachung des grenzüberschreitenden elektronischen Zahlungsverkehrs mit anderen Dienstleistern als Paypal oder den Kreditkartenunternehmen. Letztere verlangen vom Karteninhaber meistens einen Wohnsitz im Land des jeweiligen Buchverkäufers und machen die Transaktion damit unmöglich. Eine weitere Hürde für den Export von eBooks sind sicher auch die veralteten Autoren-Verträge einiger Verlage, die zum Teil nicht nur Übersetzungsrechte sondern auch noch territoriale Verwertungs-Rechte limitieren.

12. eBooks benötigen Strom und sind damit eine Kulturtechnologie, die Entwicklungsländer benachteiligt.

Es ist schwieriger, in einem abgelegenen Dorf eine umfangreiche Bibliothek mit Print-Büchern zu errichten als in einer Dorfschule einen PC mit Solarbetrieb und Satelliten-ISP zu installieren, der subventionierten Zugriff auf die größten digitalen Bibliotheken der Welt erhält. Es gibt bereits zahlreiche solcher Entwicklungs-Projekte. Interessant ist auch der digital-analoge Ansatz des "Internet-Book-Mobiles" von Brewster Kahle. Der Bus mit einer mobilen Druckerei an Bord tourt durch sozial schwache Regionen der USA und druckt für Jugendliche auf Wunsch jeden Public-Domain-Titel aus dem Gutenberg-Archiv. Das mobile Projekt hat bereits Nachahmer in Uganda, die von der Weltbank unterstützt werden.

Der Vergleich von eBooks und Print-Büchern zeigt, dass die beiden Technologien äußerst unterschiedliche Stärken und Schwächen haben, die zum Teil nicht einmal verglichen werden können. Vollends sichtbar wird dies, wenn wir statt der Nachteile einmal die **Vorteile von eBooks** gegenüber Print-Büchern betrachten.

1. Wirtschaftlichkeit:

eBooks sind kostengünstiger in der Herstellung als Print-Bücher und erlauben damit mehr verlegerische Vielfalt. Ein Verleger hat nicht nur geringere Produktionskosten sondern im Vergleich zur Printbuch-Logistik auch minimale Distributionskosten.

Farbige Illustrationen verursachen bei eBooks keine höheren Druckkosten. Darüberhinaus können eBooks auch animierte Grafiken enthalten, ein Faktor, der zum Beispiel für Schul- und Kinderbücher interessant wird.

eBooks verursachen keine nennenswerten Lagerkosten, gehen nie "out of print" und erlauben einem Titel dadurch viel längere Verwertungszyklen.

eBooks erlauben einem Verleger den Direktverkauf auf der eigenen Website; allerdings dürfte dies nur für Großverlage funktionieren.

eBooks erlauben Impuls-Käufe, die im Gegensatz zur bloßen Online-Bestellung von Print-Büchern auch sofortige Erfüllung bieten.

eBooks sind dank der Volltext-Indizierung durch händlereigene Suchmaschinen oder Portale wie Google leichter auffindbar. Die bestenfalls mangelhafte Verschlagwortung durch Verleger, Händler und Bibliothekare kann mit der Volltext-Indizierung nicht konkurrieren. (Interessant ist in diesem Zusammenhang Amazons "Tag"-Funktion, die es den US-Kunden neuerdings erlaubt, alle angebotenen Print-Titel mit frei formulierbaren Schlagwörtern zu versehen.)

eBooks erlauben den modularen, sprich seitenweisen oder kapitelweisen Verkauf eines Buches.

Exkurs "modularer Verkauf":

Amazon bereitet dazu gerade eine Dienstleistung namens "Amazon Pages" vor. Die einzelnen Seiten sollen dabei aber nur für die Online-Lektüre und nicht als downloadfähige Dateien angeboten werden.

Random House plant ein ähnliches Angebot und will seine Bücher auch anderen Portalen mit Pay-per-View-Funktionen zur Verfügung stellen. Eine Sprecherin des Verlags sagte, der Preis für das Betrachten von 20 Seiten eines Buches könne etwa 99 Cent betragen. Bei beiden Konzepten handelt es sich noch nicht um eigentliche eBook-Angebote, die Grenzen sind hier aber fließend. Neben "Amazon Pages" plant der Buchhändler bekanntlich auch das Programm "Amazon Upgrade", das den Besitzern eines bei Amazon gekauften Print-Buches gegen Aufpreis auch die Online-Volltextsuche und -Lektüre im gleichnamigen eBook-Titel bei Amazon erlaubt. Sollte sich das Konzept des modularen Verkaufs erst einmal im digitalen Bereich durchsetzen, wären auch analoge Spin-Offs denkbar. Amazon hat im letzten Jahr eine der führenden Book-on-Demand-Druckereien, die Firma BookSurge, übernommen. Bisher hat das Unternehmen noch nicht erklären können, wie die Druckerei in sein bisheriges Angebot passt. Die Idee zu Amazon-Pages basiert indessen auf dem Erfolg von Search-Inside-the-Book (SIBT). Nach Angaben von J. Bezos sind inzwischen fünfzig Prozent der bei Amazon.com erhältlichen Print-Bücher digital durchsuchbar, sowohl via Amazon.com als auch auf der hauseigenen Suchmaschine A9.com. Im Schnitt verkaufen sich die SIBT-fähigen Titel um zehn Prozent häufiger als die übrigen Titel.

eBooks sind je nach DRM bisher nicht weiterverkäuflich. Dies ist vermutlich nicht aufrechtzuerhalten. Aus Sicht einiger Verleger ist dies aber ein weiterer Vorteil von eBooks gegenüber Print-Büchern, deren Zweitverkauf auf Half.com und ähnlichen Sites bisher weder dem Verleger noch dem Autor weitere Einnahmen beschert.

2. Nutzerfreundlichkeit

Im Gegensatz zu Print-Büchern kann ein eBook im Volltext durchsucht und mit elektronischen Notizen versehen werden. Vor allem die Volltextsuche erhöht die Produktivität wissenschaftlichen Arbeitens und den Nutzwert von Fachbüchern.

eBooks können nicht nur mit Fußnoten sondern auch mit Hyperlinks in andere Kapitel, andere eBooks und zu externen Websites versehen werden.

neue eBook-Reader haben ein geringeres Gewicht als die meisten Print-Bücher und erlauben die flexible Anpassung der Schriftgröße an die Bedürfnisse der Leserin; beides wichtige Bedingungen für ermüdungsfreies Lesen, die von Print-Büchern nicht erfüllt werden.

eBooks sind barrierefrei: sie ermöglichen automatisiertes Vorlesen (wenn auch noch mit unbefriedigender Qualität) sowie die automatische Konversion in Braille-Displays.

Für Schulkinder bieten eBooks die Möglichkeit, ein einziges Lesegerät statt zahlreicher Bücher in die sonst oft überladenen Schulranzen zu packen. Nach ihrem großen Erfolg in den Bibliotheken gehen die führenden Dienstleister wie Overdrive nun in die Schulen und Colleges. Verschiedene amerikanische Militärakademien dienen dabei als erste erfolgreiche Showcases für komplett ebook-basierte Curricula.

eBook-Verleger weisen gerne auf den besondern Nutzwert von eBooks in Schulen hin: Demnach sind Schulbücher oft notorisch veraltet und würden sich im elektronischen Abonnement kostengünstiger aktualisieren lassen. Auch inhaltlich aktuelle Print-Bücher sind im Schulgebrauch oft schon nach einem Jahr beschädigt und, falls Seiten ausgerissen wurden, nur noch bedingt einsetzbar. Die Barriere für den e-Schulbuchmarkt ist derzeit aber auch noch der hohe Preis geeigneter Lesegeräte.

eBooks können modular aktualisiert werden. Statt stets die neue Auflage eines Standardwerks erwerben zu müssen, können auch nur die relevanten Kapitel nachbestellt werden. Vor allem e-Schulbuchverlage arbeiten bereits an dieser Funktion.

eBook-basierte Bibliotheken stehen ihren Nutzern Tag und Nacht offen.

eBooks haben nicht das Hygieneproblem von Print-Büchern in Ballungsraum-Bibliotheken.

3. Autorenfreundlichkeit

Es ist eigentlich erstaunlich, dass Autoren bis heute das Abrechnungssystem von Verlagen auf Vertrauensbasis akzeptieren. Schließlich entzieht es sich i.d. Regel der Nachprüfung durch den Autor, wie viele Exemplare der Verleger tatsächlich verkauft hat und wie viele Exemplare wirklich an potenzielle Rezensenten verschickt wurden. DRM-geschützte eBooks erlauben hier ein sehr viel genaueres Reporting und evt. auch Auditing. Rezensionskopien können auch mit einem DRM-Verfallsdatum versehen werden statt später auf eBay verkauft zu werden, wie dies bei Print-Büchern immer noch gang und gäbe ist.

Zumindest in den USA erhalten Autoren für ihre eBook-Ausgaben in der Regel deutlich höhere Tantiemen als für Print-Ausgaben. Nach Angaben des International Digital Publishers Forum liegt der Autorenanteil bei bis zu 25 Prozent.

Die Argumentation des IDPF ist hier noch etwas widersprüchlich: Die verhältnismäßig geringe Preisdifferenz zwischen der eBook-Ausgabe und der Print-Ausgabe eines Bestsellers ("DaVinci Code" Taschenbuch-Ausgabe: \$7.99, eBook: \$6.29) begründet Verbandssprecher Bogaty damit, dass die Autorenhonorare schließlich der größte Kostenpunkt bei der Herstellung eines Buches seien und nicht etwa die physischen Herstellungskosten; deshalb der verhältnismäßig hohe Preis für eBooks. Auf die Frage, weshalb dann die Autorentantiemen bei eBooks so viel höher seien als bei Print-Titeln antwortet Bogaty, dass beim eBook ja keine wirklichen Herstellungskosten mehr anfallen würden. Offensichtlich ist das Preis- und Honorargefüge der eBook-Branche noch in einem ähnlichen Selbstfindungsprozess wie die Online-Musikbranche. Auch hier ist mit Apples "99 Cents per Song" noch längst nicht alles entschieden.

4. Umweltfreundlichkeit

eBooks sind - voraussichtlich - ressourcenschonender als Print-Bücher. Für die Herstellung von einer Tonne Papier werden je nach Verfahren und Qualität zwischen 200 (zweihundert) und zehn Tonnen Wasser verbraucht bzw. verunreinigt und ein bis drei Tonnen Holz benötigt. Laut World Watch Institute wird für die Herstellung von einer Tonne Papier die gleiche Menge an Energie verbraucht wie bei der Herstellung von einer Tonne Stahl. Diesen Zahlen steht aber auch die Gewässerbelastung durch immer mehr Elektronik-Schrott und extrem wasserintensive Chip-Herstellungsverfahren gegenüber.

Zumindest der Vertrieb von eBooks dürfte aber sehr viel energieeffizienter sein als die heutigen Transportsysteme für Print-Bücher. Dasselbe gilt natürlich auch für die sogenannte "Entsorgung".

Abschließend noch ein Wort zu Google-Books. Ich hatte Gelegenheit, sowohl mit Google-Gründer Sergey Brin als auch mit dem Direktor für Google Book Search Europe, Jens Redmer, über die Bedenken vieler europäischer Verleger zu diskutieren. Auch Google ist sich inzwischen

darüber im Klaren, dass es seine Absichten zu Anfang des Projekts sehr unklar kommuniziert hat. Schon allein die ursprüngliche Namensgebung "Google-Print" war ein Desaster. Die Angst, dass Google nun durch die Hintertür zum größten digitalen Buchhändler der Welt wird, geht dennoch am eigentlichen Problem vorbei. Google sieht sich nicht als potenzieller Buchhändler. Die Links von den Buch-Ergebnisseiten zu den verschiedenen Online-Stores sind auch nicht einmal Affiliate-Links. Google könnte es sich gar nicht leisten, Verkaufsprovisionen zu kassieren. Die Suchmaschine würde sich dadurch sofort dem Verdacht aussetzen, jene Suchergebnisse höher zu plazieren, bei denen es eine höhere Amazon-Provision kassieren könnte. Einen inhaltlich verwandten Vorwurf erheben Google-Mitarbeiter immer wieder gegen den Erzkonkurrenten Yahoo, wo ja auch schon die garantierte Aufnahme in den regulären Suchindex gegen Bezahlung möglich ist. (Produkt: "Yahoo Paid Inclusion").

Google hat derzeit ein ganz anderes Problem: Die Nachfrage der Kunden nach Werbeflächen, also keyword-relevanten Webpages, ist bei vielen beliebten Suchbegriffen sehr viel größer als das Angebot an auffindbaren, passenden Webpages. Im Werbe-Jargon hat Google also ein Inventar-Problem und kann sein Umsatz-Wachstum nur halten, wenn es genügend neue Werbeflächen für seine Adwords erschließt. Google verfolgt dabei zwei Ansätze: Die Erschaffung neuer, keyword-reicher Webpages zu erleichtern und gleichzeitig vorhandene keyword-reiche Datenbestände wie z.B. Bücher zu digitalisieren oder hinter den Firewalls hervorholen.

Mit der Übernahme des damals größten Blogdienstleisters Blogger.com erschloss sich Google bestehende Werbeflächen bei vielen keyword-relevanten Fachblogs. Dieselbe Absicht steht auch hinter Froogle, Google-Calendar und z.B. Google-Mail, wo passend zum Inhalt der jeweiligen Mail Textwerbung eingespielt wird.

Mit GoogleBooks erschließt Google sich jetzt hochwertigen, also extrem keyword-reichen Content. Google erschließt sich damit mehr "Inventar" für Kunden die z.B. Pay-per-Click-Werbung für immer spezialisiertere medizinische oder juristische Fachbegriffe schalten. Oft handelt es sich hier um Keywords, die im bisherigen Internet selten verwendet werden, in einschlägigen Fachbüchern aber mit hoher Dichte vorkommen. Die potenziellen Affiliate-Einnahmen für Google aus dem Verkauf von Büchern sind im Vergleich mit Adword-Tarifen von inzwischen bis zu \$100 pro Klick fast vernachlässigbar, weshalb einige amerikanische Verleger auch erwägen, einen Anteil dieser Werbeeinnahmen zu verlangen.

Bedenklich aus europäischer wie aus amerikanischer Sicht scheint die Vorstellung, dass Google einmal die primäre Anlaufstelle für Literaturrecherchen werden könnte. Schon heute beklagen sich amerikanische Journalismus-Professoren über die Mentalität ihrer Studenten, wonach eine Quelle nicht existiere oder nicht relevant sei, wenn sie nicht in den Google-Resultaten auftauche.

Um die Suchanfragen seiner Nutzer möglichst schnell zu beantworten, durchsucht Google schließlich nicht das Web, sondern seine eigene Datenbank, in der es eine Index-Kopie des Web pflegt und ständig aktualisiert. Google hat schon mehrmals demonstriert, dass es nicht

davor zurückschreckt, missliebige Websites aus diesem Index zu verbannen und damit für Google-Nutzer unauffindbar zu machen. Bisher galten diese Strafaktionen vor allem Websites, die unlautere Methoden zur Verbesserung ihres Rankings verwendeten, etwa die deutsche Site von BMW, die vorübergehend gesperrt war. Seit wenigen Tagen ist aber klar, dass nicht nur Yahoo sondern auch Google keine Berührungsängste gegenüber politischer Zensur hat und etwa auf seiner neuen chinesischen Site zahlreiche regierungskritische Websites unauffindbar macht. Es ist unwahrscheinlich, dass Google eines Tages auch Bücher zensieren bzw. der Weltöffentlichkeit vorenthalten würde. Bedenklich ist aber auch schon allein die Tatsache, dass Google technisch dazu in der Lage wäre. Hier als Europäer nur auf das rechtzeitige Erscheinen eines neuartigen Google-Konkurrenten zu vertrauen ist fatal wenn Europa sich gleichzeitig aus der Such-Branche weitgehend verabschiedet hat.

Immerhin hat Googles Book-Search Initiative aber der europäischen Verlagsbranche den nötigen Schrecken eingejagt, um mit ihren eBook-Plänen endlich in Bewegung zu kommen. Schließlich speichert ein Großteil der europäischen Verlage seinen gesamten Katalog ohnehin schon seit vielen Jahren in einem eBook-nahen pdf-Format.

In den nächsten Jahren werden wir nun also eine allmähliche Neu-Definition des Begriffs "Buch" miterleben, deren Ergebnis noch niemand absehen kann. Aus historischer Sicht war diese Neu-Defintion aber schon des öfteren erforderlich und stets von Machtkämpfen begleitet.

Als Gutenberg beispielsweise anfang, Bücher zu drucken, weigerten sich viele anerkannte Bibliotheken in Europa noch jahrzehntelang, diese Druckwerke überhaupt als "echte Bücher" anzuerkennen. Als "echte Bücher" galten bis Mitte des 14. Jahrhunderts - und noch lange darüberhinaus - nur Bücher, die von Hand abgeschrieben und illustriert waren. Gedruckte Bücher galten noch jahrzehntelang als minderwertig, nutzerunfreundlich und inhaltlich weniger glaubwürdig. "Schließlich kann nun ja jeder etwas produzieren und behaupten, es sei ein Buch", lautete damals eine typische Kritik an dem neuen, gedruckten Medium.

Wir stehen heute wieder an einer solchen Weggabelung; nur werden eBooks und Print-Bücher mit ihren sehr verschiedenen Vorzügen auf absehbare Zeit nebeneinander existieren.

Gruß aus San Francisco,
Wolfgang Harrer

"the next big thing is always the thing that makes the last big thing more usable"