

MARTIN SCHMITZ-KUHL



# BOOKS & BOOKSTER

:Bramann

DIE ZUKUNFT DES BUCHES  
UND DER BUCHBRANCHE

- 12 GESPRÄCHE:  
 JUERGEN BOOS  
 HARALD HENZLER  
 NINA HUGENDUBEL  
 JENS KLINGELHÖFER  
 BEATE KUCKERTZ  
 SASCHA LOBO  
 MATTHIAS MATTING  
 VOLKER OPPMANN  
 OKKE SCHLÜTER  
 MARTIN SCHMITZ-KUHL  
 ALEXANDER SKIPIS  
 TILL WEITENDORF



DIE ZUKUNFT DES BU  
UND DER BUCHBRAN

TIN SCHMITZ-KUHL

# BOOKS & BOO

:Bramann

- 12 GESPRÄCHE:  
 JUERGEN BOOS  
 HARALD HENZLER  
 NINA HUGENDUBEL  
 JENS KLINGELHÖFER  
 BEATE KUCKER  
 SASCH  
 MAT

Leseprobe

MARTIN SCHMITZ-KUHL  
BOOKS & BOOKSTER

Leseprobe

Leseprobe

MARTIN SCHMITZ-KUHL

# BOOKS & BOOKSTER

DIE ZUKUNFT  
DES BUCHES UND DER  
BUCHBRANCHE

AUSGEZEICHNET IM RAHMEN DER  
CROWDFUNDING-INITIATIVE »KULTURMUT«  
DER AVENTIS FOUNDATION

**:Bramann**

Leseprobe

Leseprobe

»BOOKS & BOOKSTER«  
WURDE IN EINER AUFLAGE VON  
1.000 NUMMERIERTEN  
EXEMPLAREN HERGESTELLT.

/ 1.000

Leseprobe

Ich danke Philipp Grätzel von Grätz, Nina Hugendubel,  
Hans-Jürgen Schmitz sowie allen anderen Unterstützern der  
Crowdfunding-Initiative, ohne die es dieses Buch in seiner  
gedruckten Fassung nicht gegeben hätte.

© 2015 Martin Schmitz-Kuhl, Frankfurt am Main

[www.agentur-schwarzburg.de](http://www.agentur-schwarzburg.de)

Alle Rechte vorbehalten

Verlag: Bramann, Frankfurt am Main

Buchgestaltung: Sandra Doeller, Frankfurt am Main

Fotografien: Stephan Jockel, Frankfurt am Main

Lektorat: Silke Weidner, Frankfurt am Main

Produktion: brandbook, Frankfurt am Main

Print-Auflage: 1.000 Stück

ISBN (Print): 978-3-934054-61-5

ISBN (Digital): 978-3-934054-68-4

Leseprobe

DIESES BUCH IST  
FÜR DIE MENSCHEN GEMACHT,  
DIE NOCH KEINE GENAUE  
VORSTELLUNG DAVON HABEN,  
WAS IHNEN BLÜHT.

Leseprobe

Leseprobe

## INHALT

PROLOG .....	13
--------------	----

### I – JENS KLINGELHÖFER

TAUSEND JAHRE SIND EIN TAG .....	17
----------------------------------	----

Ganz so schnell wie in diesem Songtitel von »Regenundmild« verfliegt die Zeit zwar nicht, dennoch geht der Wandel auch in der Buchbranche in einem rasanten Tempo vonstatten. Profiteure dieser Veränderung sind Leute wie Jens Klingelhöfer und sein Digitalvertrieb Bookwire.

### II – HARALD HENZLER

DAS BUCH IST TOT, LANG LEBE DAS BUCH! .....	35
---	----

Wieso wir uns von dem Begriff »Buch« verabschieden müssen. Wie sich Verlage auf die Herausforderungen einstellen sollten. Und warum Flipintu zwar auf den gläsernen, aber ebenso auf den selbstbestimmten Leser setzt. Fragen an den Münchner Berater und Start-up-Gründer Dr. Harald Henzler.

### III – OKKE SCHLÜTER

SEID INNOVATIV! .....	53
-----------------------	----

Seit Jahren – und nicht erst seit seiner Studie zum strategischen Innovationsmanagement im Buchmarkt – beschäftigt sich Prof. Dr. Okke Schlüter mit Zukunftsfragen. Er weiß, worauf es ankommt. Selbst wenn er sich, wie beim Beispiel enhanced E-Books, auch schon mal geirrt hat.

## INHALT

IV – ALEXANDER SKIPIS	
WEM GEHÖRT DIE ZUKUNFT? .....	71
Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels hat den Krieg gegen Amazon aufgenommen. Dabei ist Vorwärtsverteidigung angesagt. Denn zur Wehr kann sich die Branche nur setzen, wenn die Zeichen der Zeit erkannt und die richtigen Schlüsse gezogen werden.	
V – BEATE KUCKERTZ	
KOPF IN DEN SAND? DAS IST KEINE LÖSUNG .....	95
Glaubt man Beate Kuckertz, ist der E-Book-Anteil am Gesamtmarkt heute schon dreimal so hoch wie behauptet. Und das ist erst der Anfang. Denn dem digitalen Buch gehört die Zukunft. Warum? Es ist einfach billiger und praktischer. Selbst wenn das Sachbuchleser noch nicht verstanden haben.	
VI – SASCHA LOBO	
DER LESER DER ZUKUNFT LIEST »SOCIAL« .....	113
Der Buchhandel ist der große Verlierer des Wandels. Manche Bücher sollten einfach tot umfallen. Autoren werden künftig nicht mehr so viel labern. Facebook ist Kneipe und Sobooks eher Bibliothek oder Buchhandlung. Diese und andere Lobo-Thesen hier im Interview.	

## INHALT

### VII – MATTHIAS MATTING

#### BRAUCHEN WIR EIGENTLICH NOCH VERLAGE? ..... 135

Matthias Matting ist nicht nur ein erfolgreicher Selfpublisher, er beschäftigt sich als Herausgeber der »Self-Publisher-Bibel« auch ganz intensiv mit diesem Phänomen. Damit auseinandersetzen sollte sich indes die ganze Branche, denn sie wird davon nicht unberührt bleiben.

### VIII – JUERGEN BOOS

#### DER URKNALL IN DER GUTENBERG-GALAXIS ..... 153

Als Chef der internationalen Leitmesse für die Buchwirtschaft ist Juergen Boos viel unterwegs. Sein Job ist es, die weltweiten Entwicklungen in der Branche ständig zu beobachten und zu analysieren. Das macht ihn zum gefragten Gesprächspartner, wenn es darum geht, einen Blick in die Zukunft zu wagen.

### IX – TILL WEITENDORF

#### VOLLE KRAFT VORAU! ..... 171

Dieser Mann hat einiges vor. Er will den alten Kinderbuch-Tanker Oetinger in Richtung Zukunft steuern – und das mit der Geschwindigkeit eines Schnellbootes. Wie ihm das gelingt, ohne dass der Rest der Familie über die Reling springt, berichtet er im Interview.

## INHALT

### X – NINA HUGENDUBEL

#### ÜBER DIE NEUE WELT DER BÜCHER ..... 189

Früher waren Hugendubel und Thalia des Teufels, heute ist es Amazon. Und der tolino wird gar als Rettung vor dem Bösen (alias »Kindle«) gefeiert. Was kommt noch auf den Buchhandel im Allgemeinen und Hugendubel im Besonderen zu? Und was ist zu tun?

### XI – VOLKER OPPMANN

#### I HAVE A DREAM! ..... 205

Wenn es nach Volker Oppmann geht, können sich Jeff Bezos und Co. bald warm anziehen. Denn seine Idee von LOG.OS verbindet Facebook, Amazon und die Apple-Welt zu einem Großen-Neuen-Guten. Und die Buchhandlung um die Ecke wäre auch mit von der Partie. Zu schön, um wahr zu werden?

### XII – MARTIN SCHMITZ-KUHL

#### EIN BUCH ALS SELBSTVERSUCH ..... 223

Welche Zukunft das Buch und damit die Branche hat, ist ungewiss. Deshalb hat Martin Schmitz-Kuhl elf Experten nach ihren Einschätzungen gefragt. Zu guter Letzt soll er selbst Auskunft geben: über seine Motivation, seine Eindrücke und Ergebnisse.

#### PERSONEN ..... 241

# PROLOG

Leseprobe

Leseprobe

Sie lesen gerade das Buch »Books & Bookster. Die Zukunft des Buches und der Buchbranche«. So viel steht fest. Unbekannt ist dagegen, wie Sie es lesen. Ganz klassisch, die gedruckte Version? Haben Sie das Buch als E-Book gekauft? Oder machen Sie bereits »Social Reading« und lesen die Texte in Ihrem Browser? Das wissen nur Sie selbst, aber es macht einen erheblichen Unterschied. Denn lesen ist eben nicht lesen. Ein Buch ist nicht ein Buch. Und schon sind wir beim Thema.

Wenn Sie »Books & Bookster« als E-Book erstanden haben, entgeht Ihnen zum Beispiel ein Geschenk. Denn so sieht die gedruckte Fassung dieses Buches zumindest aus. Eingeschlagen in schönes Papier, fast zu schön, um es wegzuzwerfen. Innen Buchhandwerk vom Feinsten, eigentlich schon ein Kunstwerk. Und ein Liebhaber- und Sammelobjekt sowieso, ist doch jedes einzelne Buch ein nummeriertes Unikat – und nicht so ein beliebig oft kopierbares elektronisches Medium, wie Sie es gerade in Ihren Händen halten.

Aber ärgern Sie sich nicht. Dafür haben Sie für Ihr E-Book rund 40 Prozent weniger bezahlt. Ihr E-Reader wiegt vermutlich noch nicht einmal halb so viel wie dieser schwere Wälzer, den die Print-Käufer für teures Geld erstanden haben. Das E-Book lässt Ihr Regal auch nicht weiter überquellen. Und wenn Sie heute Abend noch ein Interview im Bett lesen wollen, wird es Ihnen Ihr Partner danken, dass Sie dies nicht Papier raschelnd und bei heller Beleuchtung tun.

Von anderen Vorteilen profitieren indes jene Leser, die »Books & Bookster« bei Sobooks oder LOG.OS lesen. Für

## PROLOG

die Augen mag das nicht so angenehm sein wie das Lesen eines Print-Buches oder eines E-Books auf einem Reader. Allerdings können Sie sich gleich mit anderen Lesern über das Gelesene austauschen. Vielleicht steht just an dieser Stelle auf Sobooks ein kluger Kommentar. Möglicherweise diskutieren genau hier gerade wichtige Menschen über das Für und Wider des Social Readings. Und all das werden Sie nicht mitbekommen – falls Sie die »falsche« Version dieses Buches in den Händen halten.

Aber kommen wir zu dem, was alle lesen können, unabhängig vom jeweiligen Format. Kommen wir zum Content, also zum einen die Zukunft des Buches und zum anderen die Zukunft der Buchbranche. Zwei Fragen, die untrennbar miteinander verbunden sind. Und zwei Fragen, auf die man sicherlich keine einfache Antwort geben kann. So gibt es natürlich nicht die *eine* Zukunft des Buches, genauso wie es nicht die *eine* Zukunft der Buchbranche gibt. Dies schon deshalb nicht, weil man auch nicht von der *einen* Buchbranche reden kann. Ganz unterschiedliche Akteure müssen sich auf eigene Weise auf die Herausforderungen der Zukunft einstellen.

»Books & Bookster« richtet sich nicht an all jene Experten, die genau wissen – oder meinen zu wissen –, was in Zukunft auf die Buchbranche zukommt. Dieses Buch ist für die Menschen gemacht, die noch keine genaue Vorstellung davon haben, was ihnen blüht. Denn dass die Branche im Wandel ist, kann sicher niemand bestreiten. Aber das muss ja gar nicht so schlimm sein.

MARTIN SCHMITZ-KUHL

Frankfurt am Main im Januar 2015

Leseprobe

I

Leseprobe

Leseprobe

TAUSEND  
JAHRE  
SIND EIN  
TAG

Leseprobe

## GESPRÄCH I

Ganz so schnell wie in diesem Songtitel von »Regenundmild« verfliegt die Zeit zwar nicht, dennoch geht der Wandel auch in der Buchbranche in einem rasanten Tempo vonstatten. Profiteure dieser Veränderung sind Leute wie Jens Klingelhöfer und sein Digitalvertrieb Bookwire.

JENS KLINGELHÖFER  
BOOKWIRE

Leseprobe

Sie haben als Jugendlicher als Buchsetzer in einem Satzbüro gejobbt. Heute sind Sie Geschäftsführer eines E-Book-Unternehmens. Werden Sie manchmal wehmütig, wenn Sie an alte Zeiten zurückdenken?

Wenn man mit Leidenschaft auf der herstellerischen Seite stand, dann tut es schon manchmal weh, zu sehen, wie manches auf der Strecke bleibt. Na klar! Aber andererseits habe ich einen guten Weg gefunden, um mich in diesem Wandel zurechtzufinden. Und wie schon Hermann Hesse sinngemäß sagte: In jedem Anfang wohnt auch ein Zauber inne.

Und wie sieht es bei Klingelhöfers heute zu Hause aus? Die Bücherregale wurden abgeschafft und gelesen wird nur noch auf dem Monitor?

Das Buch hat es geschafft zu bleiben – im Gegensatz zu den CDs, die in der Tat abgeschafft wurden. Das ist vielleicht auch ein Sinnbild und letztendlich der Grund, warum ich in der Buchbranche gelandet und nicht in der Musikbranche geblieben bin, in der ich jahrelang gearbeitet habe. Denn die Koexistenz von Print und Digitalem funktioniert für mich beim Buch viel besser. Ich gebe zwar zu: Ich kaufe viel weniger Bücher als früher und ich sortiere auch meine Regale viel radikaler aus. Aber die für mich wichtigsten Bücher stehen nach wie vor in einem großen, schönen Regal im Wohnzimmer.

Es wird viel über die Vorteile von E-Books gesprochen. Im Gegensatz zu einem gedruckten Buch können Nutzer die Datei aber zum Beispiel nicht weiterverkaufen, verleihen oder verschenken.

Stattdessen erhalten sie strenggenommen nur eine Lizenz zum Lesen. Und das bei beinahe gleichem Preis.

Ja, das stimmt. Das E-Book ist auch keinesfalls in allen Belangen dem Print-Buch überlegen. Das würde ich sofort unterschreiben. Ich glaube auch nicht, dass die gegeneinanderspielen. Das sind keine Gegner! Die gehören beide zur Buchwelt. Ich versuche immer, dieses Pro und Kontra Buch beziehungsweise E-Book zu vermeiden. Für mich hat beides klare Vorteile. Ich selbst bin ein Hybridleser, ich lese sowohl digitale als auch gedruckte Bücher.

Sie haben Ihre Tätigkeit in der Musikbranche bereits erwähnt. Die Turbulenzen, die dort die digitale Revolution auslöste, sind bekannt.

Wo sehen Sie die Parallelen zur Buchbranche?

Ich fang mal mit den Unterschieden an. Denn es werden oft Parallelen gezogen, die wirklich schief sind. Zum Beispiel kann man das Buch und die CD einfach nicht vergleichen. Das Buch ist ein richtig tolles Hightech-Produkt. Es funktioniert ohne Abspielgerät, ohne Batterie, ohne Licht. Da kann die CD überhaupt nicht mithalten, sie ist einfach nur ein hässliches Stück Plastik. Zweitens ist die Zielgruppe eine komplett andere. Auf der einen Seite Teenager, die früher ihr ganzes Geld in CDs investierten, und auf der anderen Seite – in der Kernzielgruppe – Frauen ab 25 Jahre. Die sind viel loyaler, haben mehr Geld und ein ganz anderes Verhältnis zur Piraterie. Und drittens war die Musikbranche auch schlicht und einfach die erste, die es erwischt hat – und die von der Digitalisierung wie von einem Tsunami mitgerissen wurde. Musik lässt sich nun mal

sehr viel einfacher in das digitale Format überführen, so dass innerhalb von ein bis zwei Jahren plötzlich die gesamte Musikwelt vernetzt und umsonst verfügbar war.

Was bedeutete das damals für Sie persönlich?

Ich selbst habe als junger Typ in unserem kleinen, mittelständischen Musikunternehmen unter diesem Wandel extrem gelitten. Wir haben zum Beispiel mal ein eigentlich erfolgreiches Album produziert und vermarktet; das wurde 20.000 Mal verkauft, aber gleichzeitig 400.000 Mal illegal runtergeladen. Da fragst du dich dann schon: Was mache ich hier eigentlich? Warum kriege ich für meine Arbeit keinen fairen Lohn?

Sind kostenpflichtige Streaminglösungen – wie Spotify – dann eine Antwort auf diese Frage?

Vielleicht war das die Antwort für die Industrie – aber nicht für die Kreativen. Denn bei den Künstlern kommt ja von den Erlösen bislang recht wenig an. Aber das ist natürlich auch ein Prozess, ein radikaler Wandel, die Branche erfindet sich komplett neu. Und wenn mit Diensten wie Spotify einhergeht, dass die Menschen wieder mehr Geld für Musik ausgeben, ist das vermutlich insgesamt ein Erfolg.

Sie sind finanziell an Readfy beteiligt, das nach dem Spotify-Prinzip funktioniert.

Was verdiene ich als Autor, wenn dort jemand mein Buch liest?

Ich hatte vor ein paar Jahren mit zwei Partnern die Idee, so einen Buch-Streamingdienst zu entwickeln. Allerdings habe ich mich dann irgendwann entschlossen, mich operativ komplett zurückzuziehen und mich auf Bookwire zu