

# LESEPROBE

Okke Schlüter

Das Buch im Kontext der Medienkonvergenz

# LESEPROBE

## **BRAMANN Basics – buch & medien**

Band 5

Hg. von Klaus-W. Bramann und Anke Vogel

Okke Schlüter

**Das Buch im Kontext  
der Medienkonvergenz**

**bramann.**

# LESEPROBE

Alle Titel der Reihe werden in der *Deutschen Nationalbibliografie* angezeigt.  
Die Deutsche Nationalbibliothek bietet nach Erscheinen detaillierte bibliografische  
Informationen unter <http://dnb.d-nb.de>.

© 2020 Bramann Verlag, Frankfurt am Main  
Alle Rechte vorbehalten

## **Herstellung**

Margarete Bramann, Frankfurt am Main

## **Druck und Bindung**

Druckerei TZ-Verlag & Print GmbH  
Printed in Germany 2020

**ISBN (Print)** 978-3-95903-007-6

**ISBN (EPUB)** 978-3-95903-104-2

# LESEPROBE

## *DANK*

*unseren akademischen Mitarbeiterinnen und Hilfskräften  
Benita Geis, Nicole Fröhlich und Josefina Algieri, die uns  
sehr engagiert und ausdauernd unterstützt haben.*

*Dieses Buch wurde möglich durch ein Forschungssemester  
an der Ryerson University (GCM) und das wunderbare  
Balzac's Ryerson Image Arts.*

# LESEPROBE

## Inhalt

	<b>Vorwort der Herausgeber</b> .....	9
<b>1</b>	<b>Grundlagen und Definitionen: Was macht ein Buch aus?</b> .....	11
1.1	Einführung: Use Cases .....	12
1.2	Neuere Definitionen des Buches .....	15
1.3	Das ›Prinzip Buch‹ .....	17
1.4	Entstehungsprozess Buch .....	22
1.5	Bedeutung des Buches in der Gesellschaft .....	27
<b>2</b>	<b>Konvergenzerscheinungen im Medienkontext des Buches</b> .....	31
2.1	Arbeitsdefinition des Medienbegriffs .....	31
2.2	Abgrenzung der Medienkonvergenz von der Digitalisierung .....	34
2.3	Vordenker der Medienkonvergenz .....	35
2.4	Voraussetzungen für die Medienkonvergenz .....	36
2.5	Forschungsstand zur Medienkonvergenz .....	39
2.6	Definition der Medienkonvergenz für die Buchbranche ....	42
<b>3</b>	<b>Konvergenzdimensionen in der Wertschöpfungs- kette von Buchverlagen</b> .....	47
3.1	Technische Konvergenz .....	51
3.2	Konvergente Nutzung .....	57
3.3	Konvergente Produktion .....	61
3.4	Konvergente Vermarktung .....	67
3.5	Wirtschaftliche Konvergenz .....	71
<b>4</b>	<b>Konvergenzformen auf der Angebotsebene</b> .....	79
4.1	Typologien crossmedialer Medienprodukte .....	80

# LESEPROBE

4.2	Der Verlag als Organisation im Wandel .....	86
4.3	Nach dem Buch ist vor dem Buch: Anschluss-themen .....	89
	<b>Anhang</b> .....	
	Literaturverzeichnis .....	92
	#Spotlights .....	94
	Register .....	100
	Lösungshinweise zu den Aufgaben .....	102

## Vorwort der Herausgeber

**buch & medien**, der Untertitel der Reihe **BRAMANN Basics**, ist bewusst gewählt. Denn das Buch ist seit jeher in einem medialen Umfeld zu denken, das in Wechselwirkung mit ihm steht. Vor dem Hintergrund der digitalen Transformation sind die Verflechtungen zwischen den Medien vielfach enger geworden. Medienkonvergenz bedeutet: Bisher getrennte Medienbereiche treten auf unterschiedlichen Ebenen zusammen und verändern die Verlagsarbeit im Hinblick auf Produktion und Vermarktung. Sowohl die technische Konvergenz, die neue Geräte hervorbringt, als auch veränderte Nutzungsgewohnheiten bieten Chancen für neue Geschäftsmodelle, deren Risiken aber sorgfältig abzuwägen sind.

In diesem Band unternimmt Dr. Okke Schlüter, seit 2008 Professor für Medienkonvergenz im Studiengang Mediapublishing an der Hochschule der Medien in Stuttgart, eine konzise Analyse der Auswirkungen von Medienkonvergenz auf die Verlagsarbeit und lässt dabei immer wieder Experten aus der Branche zu Wort kommen. Seine Expertise erwarb er sich u.a. in Führungspositionen in Unternehmen der Klett-Gruppe. Schwerpunkte in der Lehre sind neben der Medienkonvergenz crossmediales Produktmanagement, digitale Geschäftsmodelle und DesignAgility (Design Thinking / Innovationsmanagement für die Medienbranche). Darüber hinaus begleitet er vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels angestoßene Innovationsinitiativen.

Okke Schlüters Fazit: Medienkonvergenz hat neue Interaktionsräume für das »traditionelle Buchgeschäft« eröffnet. Weil neue Gerätetypen entstehen und der Content sich vom Medium löst, können Buchinhalte sich frei über die Grenzen von Medien und Oberflächen hinwegbewegen. Die unterschiedlichen Medienpräferenzen einzelner Teilzielgruppen zwingen Verlage dazu, die Inhalte möglichst medienneutral zu entwickeln, um sie dann mit geringstmöglichem Aufwand in der gewünschten Form auszuspielen. Damit hat sich das Verlagsgeschäft von Grund

# LESEPROBE

auf verändert: Ein Buch verlegen bedeutet in Zukunft, einen Content zu kreieren oder erstellen zu lassen, um ihn in den von den betreffenden Zielgruppen gewünschten Medien und Formaten zu publizieren. Dabei entstehen sowohl neue Kommunikationsbeziehungen und Diskurse als auch neue Formen der Zusammenarbeit mit externen Partnern.

*August 2020*

*Klaus-W. Bramann und Anke Vogel*

# 1 Grundlagen und Definitionen: Was macht ein Buch aus?

Alle Lehrbücher, Tutorials, Massive Open Online Courses (MOOCs, Online-Lernprogramme) und dergleichen mehr, kurz gesagt alle didaktisch aufbereiteten Materialien, beginnen in der Regel mit einer Definition des Themengebietes oder des betreffenden Phänomens. Auch in diesem Kapitel geht es um Definitionen, unter anderem um die Beantwortung der Frage, was ein Buch eigentlich ausmacht. Da das übergreifende Ziel jedoch ein Handlungsziel ist, dieser Band nämlich dazu beitragen möchte, dass seine Leser erfolgreich in oder im Umfeld der Buchbranche arbeiten, beginnt dieses Kapitel mit einigen typischen Situationen, in denen Bücher bzw. Medien eine Rolle spielen.

Diese Situationen werden hier als #Use Cases bezeichnet, einem Begriff aus der Softwareentwicklung, der eine Reihe von Handlungen umfasst, die die Interaktion mit einem Gegenstand beschreiben und zu einem bestimmten Ziel führen. In den folgenden Use Cases geht es darum, wie verschiedene Nutzertypen Bücher benutzen. Die Nutzer werden als Persona bezeichnet – ein Konzept aus der Marketingpraxis, mit dem typische Nutzer portraitiert werden, die stellvertretend für eine große Zahl von realen Individuen stehen können.

## PERSONA

Das Konzept einer Persona wird Alan Cooper zugeschrieben. Sie repräsentiert einige künftige Nutzer eines zu entwickelnden Produktes oder einer Lösung. Die Nutzer werden dabei nach Art eines Steckbriefes in den für den Kontext wesentlichen Eigenschaften beschrieben. Um sie möglichst realistisch zu gestalten, fügt man oft ein Foto, einen Vornamen und weitere fiktive persönliche Details hinzu. (Goodwin 2008)

## 1.1 Einführung: Use Cases

### Persona 1 (f, 25)

Mona (25) postet auf Instagram einen Kommentar zu dem Roman, den sie als E-Book im Urlaub gelesen hat. Der Autor Felix Frasendrescher hat von Mona ein Like bekommen, er hat eine eigene Facebook-Seite, die sie regelmäßig besucht. Einer Freundin wird Mona den Roman in Kürze zum Geburtstag schenken. Dafür wird sie ihn als gedrucktes Buch kaufen, schwankt aber noch zwischen Taschenbuch und der gebundenen Ausgabe. Auf vorablesen.de hat Mona sich bereits mit einem »Leseeindruck« beworben und hofft, für eine Rezension ausgelost zu werden. Ideal wäre natürlich der neue Roman ihres Lieblingsautors, der in Kürze erscheinen soll. Auf der Facebook-Seite des Verlags hat sich Mona am Cover-Voting beteiligt und für einen Coverentwurf gestimmt, den sie bereits als Wallpaper für den Homescreen ihres Smartphones heruntergeladen hat.

VORAB  
LESEN
BÜCHER   AUTOREN   FORUM   WIE FUNKTIONIERTS   ANMELDEN   REGISTRIEREN

### Unsere aktuellen Vorablesen-Verlosungen

Diese Bücher kannst Du noch vor Erscheinen gewinnen! Dir gefällt die Leseprobe? Dann **verfasse jetzt Deinen Leseeindruck**, um an der Verlosung teilzunehmen.

 <p>5 Tage bis zur Verlosung</p>	 <p>5 Tage bis zur Verlosung</p>	 <p>5 Tage bis zur Verlosung</p>	 <p>5 Tage bis zur Verlosung</p>
<p><b>Das Grab unter Zedern</b></p> <p>☆☆☆☆☆ (86)</p> <p><a href="#">E-Book</a> <a href="#">Print</a></p>	<p><b>Tödliche Provence</b></p> <p>☆☆☆☆☆ (99)</p> <p><a href="#">E-Book</a></p>	<p><b>Der Kreidemann</b></p> <p>☆☆☆☆☆ (23)</p> <p><a href="#">E-Book</a> <a href="#">Print</a></p>	<p><b>Ohne ein einziges Wort</b></p> <p>☆☆☆☆☆ (24)</p> <p><a href="#">E-Book</a> <a href="#">Print</a></p>

Mehr Bücher entdecken

Buchcommunity Vorablesen (Quelle: vorablesen.de)

# LESEPROBE

## Persona 2 (m, 13)

Leon, derzeit in der 9. Klasse, hat seit jeher ein etwas zwiespältiges Verhältnis zu seinen Schulbüchern. Einerseits sind sie für ihn der Inbegriff von langweiligem Unterricht. Da die Bücher in der Schule ausgeliehen werden können, muss er auch noch schonend damit umgehen. Andererseits arbeiten zwei seiner Lehrer manchmal im Unterricht mit einem Whiteboard, da werden aus den ödesten Themen plötzlich spannende Geschichten. Die Hausaufgaben müssen dann wieder auf Papier erledigt werden. Für die Klassenarbeiten lernt Leon am liebsten mit Apps, wo immer es welche zum Thema gibt. Trotz seines zwiespältigen Verhältnisses zu seinen Schulbüchern findet Leon es schade, dass er sie am Ende des Schuljahres abgeben muss und sie in den Sommerferien dann nicht zur Verfügung hat. Letzten Sommer wollte ihm sein Onkel mal Mathe erklären, da haben sie eine ganze Weile nach Rechenaufgaben im Internet gesucht.

## Persona 3 (m, 49)

Stefan entwickelt als Ingenieur gerade einen neuen Werkstoff für bionische Linsen. Diese kann man wie Kontaktlinsen einsetzen, aber wie ein Display eines Smartphones benutzen. Um einen #Prototypen zu entwickeln, braucht Stefan Angaben zu den Eigenschaften der verwendeten Materialien. Seine Firma hat für solche Fälle eine eigene Fachbibliothek, dort findet er aber nichts zu den Materialien, die er einsetzen möchte. Die Bibliothek hat allerdings einen Datenbankzugang von einem Fachverlag lizenziert. In dieser Datenbank findet Stefan alle Materialeigenschaften, die er benötigt; sie sind zudem immer auf dem aktuellen Stand.

## Persona 4 (m, 38)

Guido postet regelmäßig auf seinem Blog Erlebnisse und Eindrücke von seinen Reisen. Über die Jahre sind eine Menge Texte zusammengekommen, z.T. mit Fotos oder Ausschnitten von Landkarten oder Skizzen, wo ein Foto taktlos gewesen wäre. Seine Eltern interessieren sich sehr für seine Reiseberichte, weil sie selbst keine weiten Reisen mehr unternehmen und Guido nicht viel fotografiert. Da sie sich jedoch mit dem Internet schwer tun, können sie das Blog nur lesen, wenn ihnen jemand die Seite aufruft. Guido hat deshalb beschlossen, die fertigen Berichte als Buch drucken zu lassen und dieses seinen Eltern zu Weihnachten zu schenken.

← Sicher https://archiveofourown.org ☆ Log In

Archive of Our Own beta

Fandoms Browse Search About Search

**Find your favorites**

- » All Fandoms
- » Books & Literature
- » Celebrities & Real People
- » Music & Bands
- » Theater
- » Video Games
- » Anime & Manga
- » Cartoons & Comics & Graphic Novels
- » Movies
- » Other Media
- » TV Shows
- » Uncategorized Fandoms

**News** [All News](#)

**Downtime Report: May 10-14**  
 Published: Fri 18 May 2018 04:19PM EDT Comments: 53  
 Following our May 10 deploy, the Archive experienced a number of issues stemming primarily from increased load during the Elasticsearch upgrade process. [Read more...](#)

**Are you Canadian? OTW Legal Wants Your Stories!**  
 Published: Thu 17 May 2018 12:42PM EDT Comments: 39  
 Are you Canadian? OTW Legal wants your stories about being a fan! [Read more...](#)

**Five Things Claire Baker Said**  
 Published: Sun 13 May 2018 11:13AM EDT Comments: 3  
 Every month or so the OTW will be doing a Q&A with one of its volunteers about their experiences in the organization. The posts express each volunteer's personal views and do not necessarily reflect the views of the OTW or constitute OTW policy. Today's post is with Claire Baker, who volunteers as a member of the OTW Board. [Read more...](#)

**A fan-created, fan-run, non-profit, non-commercial archive for transformative fanworks, like fanfiction, fanart, fan videos, and podfic**  
 more than 28330 fandoms | 1499000 users | 3856000 works  
 The Archive of Our Own is a project of the [Organization for Transformative Works](#).

With an AO3 account, you can:

- Share your own fanworks
- Get notified when your favorite works, series, or users update
- Participate in challenges
- Keep track of works you've visited and works you want to check out later

You can join by getting an invitation from our automated invite queue. All fans and fanworks are welcome!

[Get Invited!](#)

**Tweets**

OTW Tweets 0

A Twitter list by @otw\_status  
 The latest updates about the OTW by its committees and projects.

Transformative Works Retweeted

**Seanan McGuire** @seanarmcguire  
 So, uh, about today's adventure...  
[bleedingcool.com/2018/05/22/x-m...](http://bleedingcool.com/2018/05/22/x-m...)



Fanfiction Platform (Quelle: archiveofourown.org)

## Persona 5 (f, 19)

Vanessa ist im Erzähluniversum einer Fantasy-Trilogie zuhause. Sie findet es sehr entspannend, sich in dieser Parallelwelt herumzutreiben, gerade in der stressigen Prüfungszeit an der Uni. Für das Treffen der Cosplayer auf der letzten Leipziger Buchmesse hat sie sich extra ein Kostüm ihrer Lieblingsfigur genäht. Leider sind keine weiteren Bände der Trilogie geplant. Vanessa hat aber eine Fanfiction-Plattform entdeckt, auf der sie zusammen mit anderen Fans die Geschichte einfach selbst weiterschreibt.

## Persona 6 (f, 57)

Brigitte liest am liebsten gebundene Bücher (Hardcover) zuhause auf dem Sofa und ist stolz auf ihre Bücherwand. Auf dem Weg ins Büro möchte sie die Bücher aber nicht gerne mit sich herumtragen, dort hört sie die Romane lieber als Hörbuch. Das findet Brigitte eigentlich ganz praktisch, aber manchmal ist es mühsam, die Stelle im Buch zu finden, wo sie im Hörbuch aufgehört hat und umgekehrt. Sie versteht

außerdem nicht, warum sie das Hörbuch zusätzlich kaufen musste, wo es doch letztlich die gleiche Geschichte enthält wie das Buch.

## Persona 7 (f, 41)

Sandra lässt sich gerne durch Kochbücher und die traumhaften Fotos inspirieren. Für den Einkauf benutzt sie dann aber die App des Verlages, weil sie sich damit eine Einkaufsliste für die entsprechende Zahl an Gästen erstellen lassen kann. Auch die Suche mit bestimmten Einschränkungen, z. B. durch Allergien ihrer Gäste, funktioniert digital natürlich viel besser. Beim Kochen selbst stört Sandra noch, dass sie mit ihren oft klebrigen Fingern weder das Buch umblättern noch das Display ihres Smartphones verschmieren möchte.

## 1.2 Neuere Definitionen des Buches

Die Use Cases im vorangegangenen Abschnitt haben gezeigt, in welchen Situationen und Kontexten Bücher verwendet werden. Damit liegt nun eine Reihe von Beispielen vor, auf die im Verlauf der weiteren Ausführungen Bezug genommen werden kann. Dennoch können sie eine Definition dessen, was ein Buch ausmacht, nicht ersetzen. Eine zeitgemäße Definition des Begriffs Buch ist allerdings eine schwierige Aufgabe, was sich u. a. dadurch zeigt, dass bislang noch keine umfassende publiziert wurde. Die wichtigsten Annäherungen an dieses Problem sollen im Folgenden kurz dargestellt werden, bevor eine Definition für den vorliegenden Band formuliert wird.

Ein Buch-Begriff der Neuzeit, den man schlichtweg nicht ignorieren kann, stammt aus dem Jahr 1964 von der UNESCO. Da diese Sonderorganisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur zuständig ist, fällt eine Definition des Begriffs Buch durchaus in ihr Zuständigkeitsgebiet. Sie lautet folgendermaßen:

*A book is a non-periodical printed publication of at least 49 pages, exclusive of the cover pages, published in the country and made available to the public.*

**UNESCO** steht für United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Es handelt sich dabei um die Organisation der Vereinten Nationen (UNO), die die »Zusammenarbeit zwischen den Völkern in Bildung, Wissenschaft und Kultur zur Wahrung des Friedens und der Sicherheit« fördert.

(UNESCO o. J.)