



Foto: Canon

Canon begrüßte Ende November zum fünften Future Book Forum in Poing 380 Teilnehmer aus 32 Ländern. Ziel des Forums ist es, Trends im Verlagswesen zu erkennen und Lösungen zu entwickeln, um den sich wandelnden Anforderungen an das Buch gerecht zu werden. Ob das selbst leuchtende Buch (hier in der Hand von Moderator Peter Fisk) den künftigen Bedürfnissen der Leser entgegenkommt, ist eher zweifelhaft. Aber es ist ein schöner Gag.

FUTURE BOOK FORUM 2017

SMART BOOKS: VISION ODER IRRWEG?

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Als ich vor fünf Jahren die erste Veranstaltung von Canon zur Zukunft des Buches besuchte, kurierten gerade die Prognosen: In fünf Jahren gibt es keine gedruckten Bücher mehr!

Das hat schon damals niemand geglaubt. Und auch wenn es in den zurückliegenden Jahren leichte Rückgänge gab, sind zumindest die Umsätze im deutschen Buchhandel nahezu konstant geblieben. Auch der grosse E-Book-Boom ist ausgeblieben. Derzeit lesen laut Studie des Digitalverbands Bitkom 23% aller Bundesbürger hin und wieder digitale Bücher. Im Vergleich zu den vergangenen drei Jahren ist der Anteil der

E-Book-Leser damit nahezu konstant geblieben. Vom Sterben des Buches kann also beim besten Willen keine Rede sein.

«Da der Absatz von physischen Büchern inzwischen wieder wächst, ist die Verlagswelt optimistisch und vertraut auf das Medium Buch», sagte Peter Wolff, Director Commercial Printer and Production bei Canon Europe.

Was nicht bedeutet, dass man sich nun zurücklehnen könnte. Denn die Anforderungen an Bücher verändern sich. Dies gilt weit weniger für Belletristik, Klassiker oder Sachbücher, dafür aber um so mehr für Literatur rund um die Aus- und Weiterbildung. Bildung ist generationsübergreifend durch lebenslanges Lernen gekennzeichnet und erfordert Literatur, die auf die spezifischen Bedürfnisse zu-

geschnitten sein sollte. Dieses Thema wurde auf dem Future Book Forum 2017 mit Blick auf die Zukunft der Bildung (Education 4.0) intensiv diskutiert.

Suche nach dem «Smart Book»

Unter der Leitung von Peter Fisk, Professor für Strategie und Innovation an der IE Business School, und unter dem Motto «The Smart Book» wurde nach Antworten gesucht, wie sich Verlage proaktiv den Anforderungen für einen anwenderorientierten Konsum von Inhalten über mehrere Medienplattformen hinweg anpassen können.

Dazu präsentierte das Forum Referenten aus Verlagen, Marketing und Technologie, die aus ihrer jeweiligen

Sicht die Situation und mögliche Entwicklungen der Buchbranche beleuchteten.

Da verglich etwa Sven Fund (Fullstopp) die rasante Entwicklung der Computer und IT mit der der Verlagswelt, Dr. Wolfgang Merkle (University of Applied Sciences Europe) zeigte, wie Tchibo mit einer Omnichannel-Strategie die Kunden in den Mittelpunkt der Produkt- und Dienstleistungsangebote stellt und die Produzentin Michaela Philipzen (Ullstein Verlag) und Alexander Markowetz formulierten ihre Vision einer stärkeren Integration und Standardisierung der Verlagslandschaft als Grundlage für eine digitale Transformation. Kirsti Lonka (Universität Helsinki) beschrieb die aktuelle akademische De-

batte zu Education 4.0, während Peter Revsbech und Whitney Jorgenson (Ordsbogen) erklärten, wie ihre datengestützte Content-Plattform den Bildungsbereich in Dänemark revolutioniert. Meteksan und Teknolist (Türkei) sowie Livonia Print (Lettland) berichteten von erfolgreich realisierten Projekten und gingen dabei auf die Bedeutung des «Dreiecks Fachkompetenz» zwischen Verlagen, Druckereien und Lösungsanbietern bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für das Verlagswesen ein, die durch Digitaldruck und Workflow-Technologien ermöglicht werden.

Kreuz und quer

Mit anderen Worten: Es ging kreuz und quer durch die Verlagswelt. Und von einem «Smart Book» war weit und breit nichts zu erkennen. Vielleicht lässt sich die Diskussion am ehesten mit dem zusammenfassen, was Peter Wolff gleich zu Anfang des Forums feststellte: «Der Fokus der Verlagswelt liegt derzeit auf

Innovation, während gleichzeitig dynamischere Geschäftsprozesse entwickelt werden, um die kommerziellen Risiken zu verringern, die mit analogen Verlags-Modellen verbunden sind. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen Verlegern, Druckern und Anbietern digitaler Technologien.»

So reichten die von den Teilnehmern genannten möglichen Charakteristika eines «Smart Book» von personalisierten Inhaltsformaten für ein effektives Lernen über die weitestgehend automatisierte Buchherstellung und Produktion, Kleinauflagen und On-Demand-Lieferungen bis zum Lifecycle-Management von veröffentlichten Inhalten und Vertriebswegen über das Internet.

Mit «Smart Books», so die Vision der Teilnehmer, soll eine neue Stufe erreicht werden, die physische und digitale Medien auf eine völlig neue Weise integriert, sodass der inhaltliche Nutzen mit den Bedürfnissen des Konsumenten in Einklang gebracht werden kann.

Blanke Theorie

Fest steht, dass Digitalisierung eine Strategie ist, mit der die Verlagsbranche auf Veränderungen im Markt der Buch-Publikationen reagieren und den kommerziellen Wert ihrer Inhalte maximieren kann. Die Teilnehmer des Future Book Forum 2017 teilten auch die Vision einer Zukunft, in der digitale Technologien Bücher in vielschichtige Produkte und Dienstleistungen verwandeln, die eine neue Ebene der Interaktion zwischen den Anwendern und den von ihnen gewählten Inhalten schaffen.

Das alles mag sich lesen wie ein greifbares Ergebnis. Doch es ist blanke Theorie ohne konkrete Lösungsvorschläge. Es ist für jeden etwas dabei, was er sich herauspicken kann, doch ist es insgesamt betrachtet doch eher Flickwerk.

Möglicherweise war auch der Ansatz falsch, das Vehikel «Smart Book» zu diskutieren, das in keinerlei Weise definiert ist und eher ein modischer und ans Marketing angelegter Be-

griff ist. So hat jeder eine andere Vorstellung davon, jeder setzt aus seiner Sicht andere Schwerpunkte – und alle reden aneinander vorbei.

Im Überschwang «digitaler Denkweisen» kam einfach zu kurz, dass Bücher auch in Zukunft auf Inhalte angewiesen sind. Vielleicht sogar noch stärker als bisher. Denn Inhalte sind für den Leser nach wie vor das Wichtigste an einem Buch – ganz gleich, in welcher Form er es nutzt.

Das «Smart Book», wenn es denn jemals realisiert wird, kann also nur ein personalisierter Service für den Leser sein, kein Wirkliches Produkt. Vielleicht wird das sechste Future Book Forum von Canon (voraussichtlich im November 2018) konkreter. Der Besucherzuwachs von 20% gegenüber dem Vorjahr hat zumindest gezeigt, dass die Verlagswelt die Gelegenheit, zusammenzukommen und gemeinsam über die Zukunft zu diskutieren, zu schätzen weiss.

› www.canon.de



Lehrgang Betriebsfachmann/Betriebsfachfrau Druck- und Verpackungstechnologie

Ausbildungsgang 2018–2020

Vorbereitung auf die eidgenössische Berufsprüfung

Information und Anmeldung unter
www.sfgaargau.ch oder www.sfgz.ch



SCHULE FÜR GESTALTUNG
AARGAU
MEDIEN PRINT DESIGN



Schule für Gestaltung Zürich