

## »Books on Demand« – Büchern eine Chance

Digital gedruckte Bücher befreien die Verlage vom Diktat der Mindestauflage

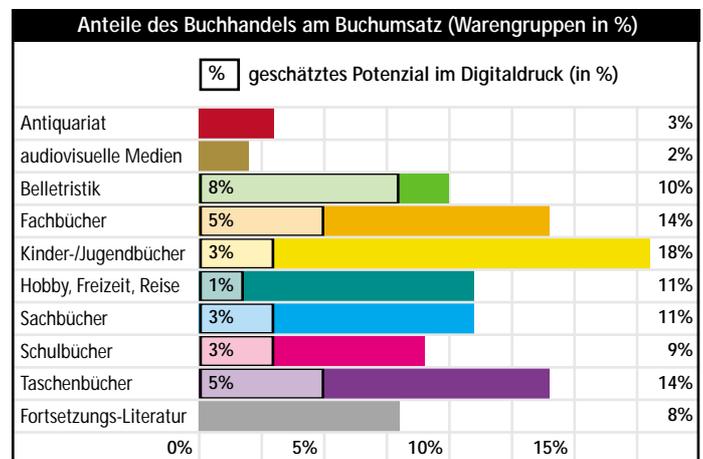
### HINTERGRUND

Das Buch als Medium hat sich seit Gutenberg kaum verändert. Es ist vielfältiger, leichter, kleiner und handlicher geworden, wird farbiger und schneller hergestellt und landet auch schneller auf dem Ramsch-Tisch. Doch im Prinzip ist alles geblieben: In hohen Auflagen bedruckte Seiten, geheftet, gebunden, mit einem Schutzumschlag versehen und eingeschweißt. Das kann jetzt anders werden: Zwar bleibt die Funktion des Buches, doch ändern sich die Anforderungen an ein Buch und seine Herstellung massiv.

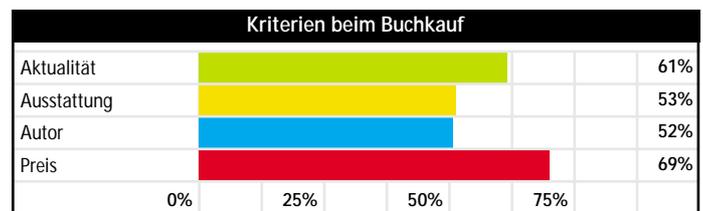
Je intensiver und differenzierter auf dieser Welt geforscht und dokumentiert wird, je öfter sich Interessent- und Berufsgruppen zu Seminaren, Kongressen, Symposien treffen, je ausgeprägter Lernen und Studieren wird, je spezifischer die Interessen und Kenntnisse einzelner Menschen werden, desto höher ist der Bedarf an spezifischen Titeln und Publikationen. Und desto geringer wird die Auflage, weil die Zielgruppe, die Interessenten- oder Leserschicht kleiner wird und nicht mehr mit allgemeinen Inhalten oder Publikationen zufrieden ist. Hier einen Verlag zu finden, der das Risiko für die Publikation trägt, ist schwierig.

Aber auch in der freien Literatur galt bislang das Diktat der Mindestauflage. Auf dem Buchsektor hatten Autoren kaum eine Chance, wenn sie nicht Werke verfassten, bei denen man von mehr als zwei- oder dreitausend kaufenden Lesern ausgehen konnte. Allenfalls Kleinverlage mit drastisch reduzierten Grundkosten und hohem Anteil an ideeller Arbeit konnten Autoren mit geringer Auflage drucken.

Dabei drängt es immer mehr Menschen, ihr Wissen oder ihre Erfahrung, ihre Ideen und Visionen in Büchern oder buchähnlichen Dokumenten niederzuschreiben und anderen verfügbar zu machen. Nicht unbedingt aus kommerziellen Gründen, sondern weil sie annehmen, dass ihre Werke für ein paar dutzend, hundert oder wenige tausend Leser interessant sein können.



© Druckmarkt-Grafik. Quellen: Börsenverein, Océ.



© Druckmarkt-Grafik. Quellen: Börsenverein, Océ.

Die Bandbreite der unterschiedlichen Arten an Literatur und deren Marktanteile zeigen deutlich, wo das Potenzial für den Digitaldruck liegt: Vor allem in Nachdrucken (Belletristik und Taschenbücher) oder in Sortimentsgruppen wie Fach-, Sach- und Schulbüchern, die häufig oder permanent aktualisiert werden müssen. Fallweise werden Aktualisierungen auch bei Literatur für Freizeit oder Reise notwendig.

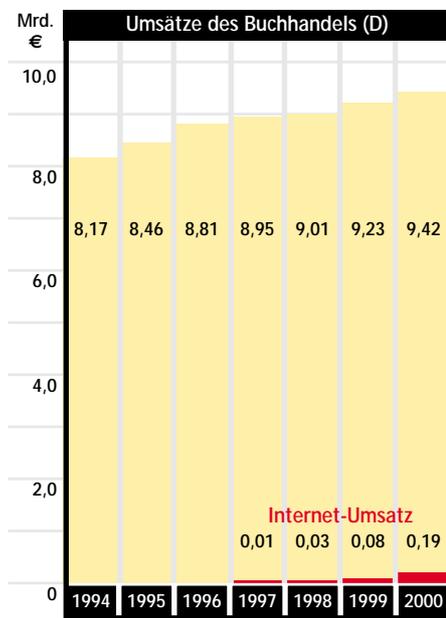
Eindeutiges Urteil der Leser: Neben einem angemessenen Preis wünscht sich der Käufer vor allem Aktualität der Bücher – ideale Voraussetzungen für den Einsatz von Digitaldruck.

### Verlage in der Zwickmühle

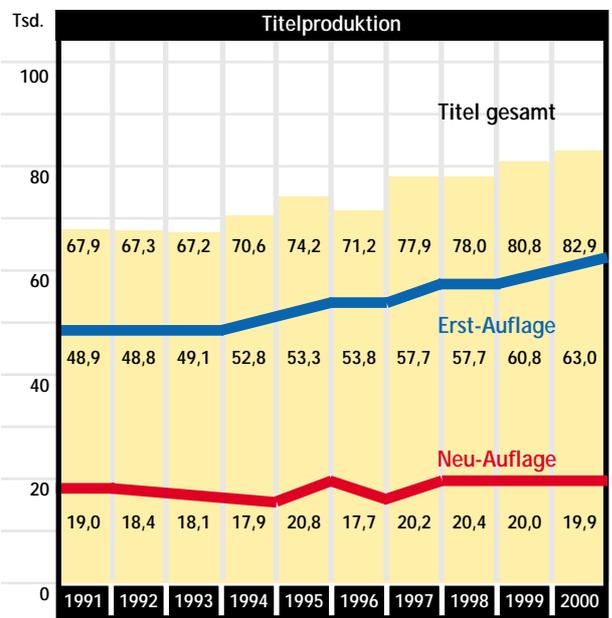
Umgekehrt stellt sich für die Verlage bei jedem Buch-Druck das gleiche Dilemma ein. Man kann trotz aller Erfahrung nicht immer und nicht genau genug wissen, warum welches Buch mit welchem Titel und zu welchem Preis über welchen Vertriebsweg wann zum Bestseller wird oder warum es wie Blei in den Regalen liegt. Experten schätzen, dass der Löwenanteil veröffentlichungswürdiger Literatur – vor allem Fach- und Sachbücher – erst gar nicht verlegt wird, weil die verkaufbare Auflage als zu gering eingeschätzt wird. Literatur, vor allem unbekannter

Die Umsätze des Buchhandels stiegen stetig in den letzten Jahren. Der Anteil der Buchverkäufe im Internet ist zwar noch geradezu vernachlässigbar gering, wächst aber überproportional.

Grob gerechnet in einem Verhältnis von 75 : 25 liegen Erstauflage und Neuauflage (sprich Nachdruck). Auch hieraus lassen sich für den Digitaldruck eindeutige Marktchancen abzuleiten, wenn die Neuauflage in kleineren Mengen erfolgt.



© Druckmarkt-Grafik. Quelle: Börsenverein



© Druckmarkt-Grafik. Quelle: Börsenverein

Autoren, scheitert also in aller Regel an ihren Kosten.

»Wer Bücher verlegt, braucht Mut, Weitsicht oder Glück«, lautet ein alter Verlegergrundsatz. Dies gilt heute mehr denn je. Denn der kritischste Punkt beim Verlegen ist die Definition der Auflage. Bei vielen Verlagsprogrammen spielen nur rund 10% der Bücher die Kosten der Gesamtproduktion aller Titel ein. Horrorszenerario in Verlagen ist stets die Auskunft »leider vergriffen« oder »im Moment nicht lieferbar« – und die ebenso ungewisse Antwort auf die Frage, wann sich die Nachauflage lohnt. Denn eine Nachauflage zu drucken, wenn eine oft geringe, aber stetige Nachfrage besteht, ist vielen Verlegern wirtschaftlich zu riskant.

Das kann sich schlagartig ändern, wenn Druckereien und Verlage erst einmal die Dienstleistung für den digital gedruckten Bücherservice realisiert haben und flächendeckend anbieten.

### Neue Lösungsansätze

Die Senkung der Stückpreise, eine Verkürzung der Durchlaufzeiten und eine Kostenreduktion bei den Lagerkosten sind in der Druck- und Verlagszene derzeit vorherrschenden Themen. Die Gründe dafür sind das zunehmende Interesse an zielgruppenspezifischen Publikationen in geringen Auflagen und die Notwendigkeit, Bücher, Broschüren und Prospekte in immer kürzeren Zyklen zu

aktualisieren. Während die Auflagen (nicht nur für Bücher) immer kleiner werden, nimmt die Zahl an Titeln gleichzeitig zu. Von Verlagen wird daher ein hohes Maß an Flexibilität und immer schnelleres Handeln verlangt – Anforderungen, die mit dem Offsetdruck alleine nicht mehr zu erfüllen sind.

### Geschäftsmodelle jenseits des Hype

Besonders im Bereich der Buchproduktion machen Digitaldruck-Modelle von sich reden, die die Produktion flexibel gestalten und die »Auflage 1« wirtschaftlich möglich machen. Hierfür bietet der Digitaldruck eine Reihe an Vorteilen. Der Kommunikationsbedarf über neue Geschäftsmodelle der Branche ist groß, wie rund 100 Interessierte aus Verlagen und Druckereien bewiesen, die sich Mitte September in

Offenbach trafen, um sich über das Thema »Book on Demand: Geschäftsmodelle jenseits des Hypes« zu informieren und auszutauschen. Damit ging das Konzept der Veranstalter, dem Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) und dem Arbeitskreis Elektronisches Publizieren im Börsenverein des Deutschen Buchhandels (AKEP), voll auf, für Druck- und Mediendienstleister sowie Verlage ein Gesprächsforum für Zukunftsthemen anzubieten.

Die Mischung aus Hintergrundinformationen und Praxisbeispielen vermittelte ein anschauliches Bild über die vielfältigen und innovativen Einsatzmöglichkeiten von Print on Demand. Dazu Prof. Dr. Biesalski auf der Veranstaltung: »Die Nutzungsmöglichkeit von Print on Demand gehen weit über den Druck kleiner Auflagen hinaus. Die Herausforderung besteht vielmehr darin, Ideen und Geschäftsmodelle zu ent-

wickeln, die den Kunden und seine Wünsche in den Mittelpunkt stellen«.

Gerade die Möglichkeit, personalisierte und individuelle Drucksachen herzustellen, bietet Verlagen vielfältige Chancen, ihr Produktportfolio in Richtung Kundenorientierung zu erweitern. Mit dem Vorteil, dass sich der Preis für ein hochindividualisiertes Produkt nicht vergleichen lässt mit dem Buch aus einer Massenfertigung.

### Drucken dann, wenn bestellt ist

Bei einem einmal nach aktuellen digitalen Produktionstechniken erstellten Buch entfällt bei einer Neuauflage (von etwaigen Korrekturen oder Aktualisierungen abgesehen) die eigentliche Druckvorstufe. Durch den Zugriff auf die vorhandenen Daten werden die Durchlaufzeiten erheblich verkürzt. Und ein einzelnes Buch kann genau dann gedruckt werden, wenn eine Anfrage dafür vorliegt, der Bedarf für das Buch besteht (»Book on Demand«).

Dies spart vor allem teure Lagerkosten und sorgt dafür, dass zum Beispiel Fachliteratur immer auf dem neusten Stand ist. Diese Art des bedarfsgerechten Druckens löst gleichzeitig das Problem der Entsorgung von Remittenden. Denn wenn nur die Menge gedruckt wird, die auch wirklich gebraucht wird, gibt es keine Rückgaben mehr. Bei den im Offsetdruck nötigen üblicherweise hohen Auflagen werden einer

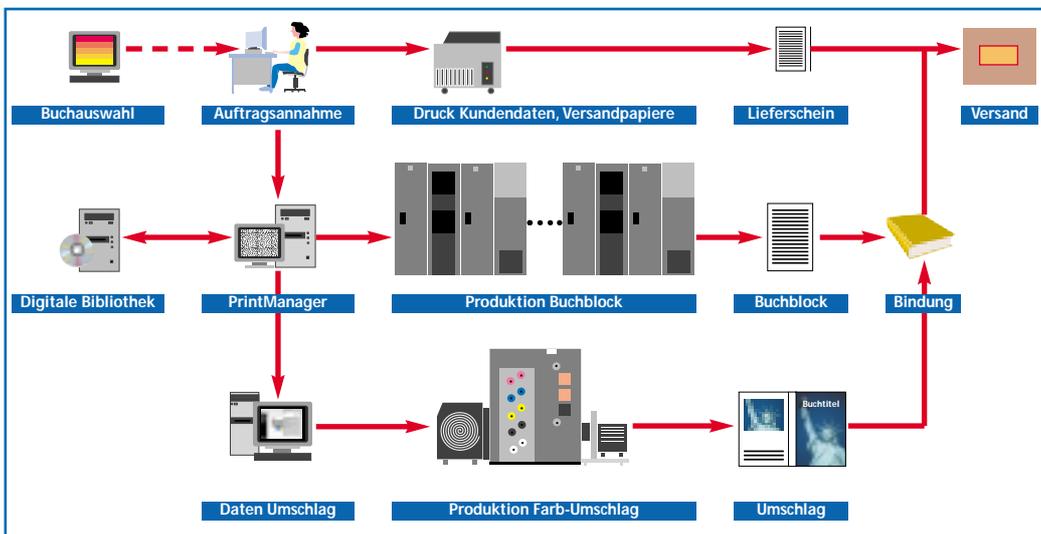
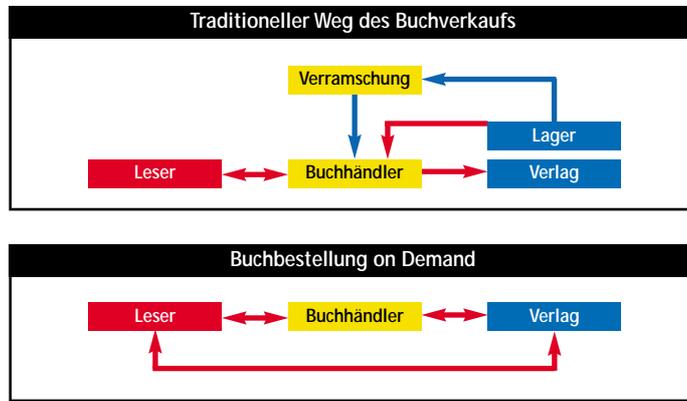


Diskutierten unter der Moderation von Druckmarkt-Chefredakteur Klaus-Peter Nicolay (Mitte) die Möglichkeiten des digitalen Drucks im Verlagsbereich: Dr. Pascal Zimmer, Books on Demand GmbH, Michael Meinecke, bvdm, Prof. Dr. Biesalski, Hochschule Leipzig, Martin Rübelmann, Druckhaus Beltz, Helmut von Berg, Droemer Weltbild, und Robert Hollein, Digital Druck AG (von links nach rechts).

Die Ungewissheit darüber, welche Stückzahlen sich von einem Buchtitel verkaufen lassen, zwingen Verlage bisher dazu, Mindestmengen aufzulegen. Besteht genügend Leserinteresse, lässt sich die Auflage aus dem Lager verkaufen. Erweist sich ein Titel als Flopp, sind Verlage gezwungen, das Buch oft zu Minimalkosten zu verramschen.

Book on Demand gibt den Verlagen die Möglichkeit, Bücher entweder direkt zum Leser oder über den Buchhandel an den Mann zu bringen. In jedem Fall aber wird erst gedruckt, wenn der Auftrag vorliegt.

Die Infrastruktur im Verlag wird sich bei digital gedruckten Büchern verändern. Dabei lassen sich Bücher direkt aus dem Datenbestand drucken. Die gesamte Logistik läuft parallel. Natürlich lassen sich aus der digitalen Bibliothek auch Daten für den Offsetdruck generieren.



Mit neuen Digitaldruck-Konzepten, wie sie von IBM, Océ, Xeikon und Xerox propagiert werden, wird die Vision »Book on demand« Wirklichkeit. Bei diesen technisch orientierten Konzepten werden Schwarzweiß-Digitaldrucksysteme mit einer Vollfarb-Digitaldruckmaschine und einer direkten Anbindung zur Weiterverarbeitung und Coverherstellung kombiniert, um Bücher in einem Produktionsgang zu fertigen. Oft hat es sich auch als wirtschaftlich und praktikabel erwiesen, den Umschlag auf anderem Papier und im Offset vorzudrucken und die jeweiligen Buchblöcke einzuhängen, wenn nach einer Bestellung produziert wird. In jedem Fall automatisieren und beschleunigen Produktionsstraßen den Druckprozess.

Statistik zufolge bis zu 40% der gedruckten Exemplare nicht verkauft, sondern verramscht.

### Hohe Lagerkosten im Verlag

Nach einer Studie, die die Digital Druck AG, Frensdorf, in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Logistik an der Universität Bamberg erarbeitete, machen die Lagerkosten konventionell im Offsetdruck gedruckter und eingelagerter Bücher im Durchschnitt zwischen 20% und 50% der eigentlichen Druckkosten aus. Legt man die tatsächlich verkauften Exemplare zugrunde, übersteigen die Lagerkosten pro Stück nicht selten den Verkaufspreis im Handel – die Kosten werden bei weitem nicht gedeckt. Durch den Wegfall der Lagerkosten wird es für Verlage möglich, mit jedem Titel einen positiven

Deckungsbeitrag zu erwirtschaften, da jeder Titel zur Fixkostendeckung im Verlag beiträgt.

Nach Ansicht von Robert Höllein, Digital Druck AG, ist der Digitaldruck ein entscheidender Schritt zum »fixkostenminimierten Buch«. Im Digitaldruck könne schon die Erstauflage nach den Erfordernissen des Markts gedruckt werden. »Die Zitterpartie der Verlage um die Profitabilität eines Buchprojekts hat damit ein Ende. Jedes Buch bringt dem Verlag Gewinn«, sagt Höllein.

Helmut von Berg, Verlagsgruppe Droemer Weltbild, hat aus genannten Fakten die Konsequenzen gezogen: »Ein Blick in volle Lagerhallen macht deutlich, dass die Kostenvorteile der Massenproduktion im Offset gegenüber der Herstellung kleiner Auflagen im Digitaldruck schnell verbraucht sind, kalkuliert man die Lagerzeiten- und -kosten.«

Bei Droemer Weltbild fiel die Entscheidung, mit dem Nachdruck von Taschenbüchern in kleinen Auflagen zu beginnen und Book on Demand auch bei Neuauflagen einzusetzen. Von Berg: »Fangen Sie mit dem digitalen Drucken an – aber lassen Sie sich Zeit und erwarten Sie am Anfang nicht zuviel. Für einen Verlag dient der Digitaldruck zur Risikominimierung und Kostenreduzierung. Der so gewonnene Spielraum kann für Entscheidungen im konventionellen Verfahren genutzt werden.«

### Leichter Zugang zum Buch

Digitale Buchproduktionssysteme bieten ein flexibles und in Relation zum Offsetdruck kostengünstiges Produktionsverfahren, das die »Just-in-time«-Produktion und Auslieferung ermöglicht. Damit ergeben sich für Verlage auch weitreichende

Konsequenzen im Vertrieb. Kurze Druck- und Lieferzeiten können an den Kunden weitergegeben werden, wenn die Verlage zu einer Direktauslieferung von der Druckerei an den Kunden übergehen. So wird es den Verlagen möglich, ohne große Kapitalbindung durch Handlager mit beispielsweise 25 Exemplaren mit überschaubarem Risiko in Spartenmärkte vorzudringen und auch stark wechselnden Nachfragen nach einzelnen Titeln problemlos nachzukommen.

Der Digitaldruck eröffnet Verlegern noch weitere Möglichkeiten: Literarische Raritäten lassen sich jederzeit in sinnvollen Auflagen nachdrucken, auch (exotische) wissenschaftliche Bücher können stets auf dem neuesten Stand gehalten werden, vergriffene Auflagen gibt es im Idealfall überhaupt nicht mehr und Verbraucher können auch Kleinstauflagen –

etwa eine Familienchronik – zu finanziell machbaren Bedingungen drucken lassen.

Ermöglicht wird dies derzeit bei der Books on Demand GmbH. Dr. Pascal Zimmer, Geschäftsführer des Unternehmens: »Wir produzieren ausschließlich Books on Demand – und das profitabel. Dabei konkurrieren wir nicht mit den traditionellen Verlagen, da wir die typischen Aufgaben eines Verlages wie Betreuung durch Lektorat, Vermarktung etc. nicht wahrnehmen. Wir sind vielmehr ein Dienstleister, der seine Kunden nicht mit Autorenrechten bindet, sondern jedem die Möglichkeit gibt, sein eigenes Buch zu veröffentlichen.« Wird ein Produkt zum »Renner«, kann es jederzeit von einem anderen Verlag übernommen werden.

### Perspektiven en masse

Der Digitaldruck ermöglicht somit einen leichten, schnellen und kostengünstigen Zugang zum Lese-stoff. So ist beispielsweise die individuelle Zusammenstellung eines

#### **FACTS**

- Digitaldruck ermöglicht im Verlag den Druck kleiner Auflagen zu vermarktungsfähigen Kosten in professioneller Qualität. Auch Einzel Exemplare (Auflage 1) lassen sich zu akzeptablen Konditionen fertigen.
- Books on Demand können (und sollen) in einer überschaubaren Auflage gedruckt und bei Bedarf aktualisiert werden.
- Durch dynamisches Drucken können personalisierte und individualisierte Bücher gedruckt werden.
- Durch eine Kombination mit reprotchnischen Recovery-Methoden lassen sich auch vergriffene Bücher, für die es keine Druckvorlagen mehr gibt, wieder herstellen.
- Die Digitalisierung des Buches ermöglicht auch ortsverteiltes Drucken oder den Vertrieb des Inhaltes über das Internet.
- Digitaler Bücherdruck lässt sich ideal mit e-Commerce kombinieren. Bestellungen oder Individualisierungen können über das Netz erfolgen und einen automatisierten Workflow für den Digitaldruck in Gang setzen.

Buches auch für Privatpersonen in Zukunft durchaus denkbar. Aus dem Online-Angebot eines Verlages stellt sich der Leser eine Sammlung verschiedener und/oder thematisch zusammenhängender Berichte zu einem bestimmten Thema zusammen und erhält diese wenige Tage später – geordnet und gebunden – als digital gedrucktes Buch zugesandt.

### Höhere Flexibilität für Verlage

Jede Organisation, jeder Verband, jede Forschungsstätte oder jede Lehreinrichtung gibt letztendlich »Bücher« heraus. Dokumentationen oder Informationen in zusammenhängender Form, die durch eine gute Bindung eine wesentlich bessere Benutzbarkeit oder Authentizität erhalten als lose Seite im schmutzigen Kopier-Look. Es muss also nicht immer der klassische Verlag der schönen Künste, der prachtvollen Bildbände oder der beeindruckend umfänglichen Fachliteratur sein, der die Technologien und Fertigungsvorteile des Digitaldrucks nutzt, sondern es kann jedes Unternehmen sein, das seine Informationen und Dokumentationen in Buchform auf den Markt, an seine Interessenten und Leser bringen will.

Der digitale Bücherdruck wird zwar die klassischen Produktionsmethoden nicht ablösen – zu vielfältig ist das Sortiment. Digitaler Bücherdruck stellt aber eine sinnvolle Ergänzung für den Markt, die Verlage und Druckereien dar. Die im Buchhandel übliche Verramschung (wenn sie nicht aus Marketing-Gründen erwünscht ist) entfällt, Lager- und Verwaltungskosten sind gering, der Nachdruck ist auflagenunabhängig, Vorlaufzeiten in Druckvorstufe und Dipoosition fallen praktisch weg und Änderungen können bis zur letzten Sekunde vor dem Druck durchgeführt werden. Selbst wenn der Digitaldruck noch qualitative Schwächen gegenüber den konventionellen Verfahren hat, überwiegen seine Vorteile und die zukunftsweisenden Konzepte. Denn künftig werden Kunden immer mehr nach Angeboten suchen, die genau auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.



# „Der hat aber auch wirklich auf alles eine Antwort.“



So schnell sich Techniken, Systeme und Funktionen verändern, so schnell entstehen neue Begriffe. Hier ist ein Nachschlagewerk, das kurz und knapp das Wesentliche erläutert. Englische Grundbegriffe ebenso wie die endlose Litanei spezifischer Bezeichnungen und Abkürzungen aus digitaler Fotografie, Publishing, Multimedia, Neuen Medien, Druck, der Computer- und Internetwelt. Ein idealer Begleiter am Arbeitsplatz, bei der Ausbildung, in Schule und Beruf. Kompetent und knackig-kurz, umfassend in der Wortauswahl und branchenübergreifend zugleich. Ein ideales Geschenk übrigens – für Firmen wie für Privatpersonen.

144 Seiten, Format 10,5 x 29,5 cm. 10 € plus Versandkostenpauschale. Bei Bestellung ab 10 Exemplaren Sonderkonditionen!

Leicht bestellt im Internet: <http://www.druckmarkt.com> oder direkt beim Druckmarkt-Vertrieb (Fax: 0 26 71-38 50).

**Ja, ich will den Glossar! Senden Sie mir \_\_\_\_\_ Exemplare.**

Name \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_