Noch haben Neue Medien nur eine Begleitfunktion für das Gedruckte

Books on Demand: Die Entwicklungen auf dem e-Sektor vollziehen sich mit einer geradezu unanständigen Geschwindigkeit - Serie Teil 2

Das digitale Literatur-Zeitalter ist längst angebrochen: einige wollen es nur nicht wahrhaben. Auf diese Formel lässt sich bringen, was Ende November 2000 in Helsinkis kommunalem Medienpalast "Lasipalatsi" unter dem Titel "(e)Book on Demand" über die Bühne ging. Kulturpolitiker und Copyright-Experten, Druckmaschinen-Hersteller und Software-Spezialisten, e-book- und Handy-Entwickler, Verleger und Autoren waren zusammengekommen, um die Horizonte heutigen Publizierens neu zu vermessen.

Die Entwicklungen auf dem e-Sektor passieren mit geradezu unanständiger Geschwindigkeit: Der PC steht seit kaum mehr als 20 Jahren zur Verfügung, das Internet gar erst seit einem knappen Jahrzehnt. Kein Wunder, wenn besonders bei traditionellen Verlegern Skepsis vorherrscht. Ashley W. Shemain, Leiter der Europaabteilung von Xerox-Buchdruck, wird nicht müde, auf die zusätzlichen Verdienstmöglichkeiten hinzuweisen. Sein Hauptargument ist eine Kurve in Form einer Parabel. Diese Parabel bildet ab, wie die Kosten von Offset-Büchern sich je nach Auflage und Verkauf ändern, während die von Books on Demand (BOD) konstant bleiben, sobald eine digitale Druckvorlage da ist. Noch ehe die Deckungsauflage oder auch, in den Worten Shemains, der "brake-even-point" erreicht wird, kann deshalb ein BOD-Buch mit Gewinn verkauft werden. Keine Frage, dass später, bei steigender Auflage, der Offsetdruck mehr einbringt. Doch wenn der Verkauf wieder stagniert, bei Romanen in der Regel zwischen dem ersten und dritten Tausend, steigen die Lagerkosten, und man muss verramschen. Das BOD-Buch dagegen kann lieferbar gehalten werden. Shemains Frage an die Verleger: "Warum lassen Sie sich dieses Geschäft entgehen?"

Ja, warum? Die Zurückhaltung ist jedenfalls nicht mit der Logik des Verlegens begründbar. Auch das Problem vergriffener Titel, das sowohl Kunden wie Autoren verärgert, würde ja gleich mit gelöst. Bleibt der Einwand des Copyright-Risikos im Internet. Shemain erläuterte die elektronische Textsicherung Content-Guard (auf Deutsch etwa "Inhalte-Schutz", Plural, da content sowohl Leistungsrechte als auch die Urheberrechte umfasst), die jüngst von einem Forschungsteam von Xerox und Microsoft gemeinsam entwickelt wurde. Diese neue Software biete zum einen eine Basis für den Schutz von Text, Musik, Bild, Video etc. und verhindere zum anderen mit Hilfe der neuen RC4-Chiffrierung jedwede ungebetene Kopie von copyrightgeschütztem Material; zum Dritten organisiere sie zugleich die Bezahlung.

Ähnlich äußerte sich Mikael Ahlavuo, kaufmännischer Direktor bei Adobe. Ihm zufolge chiffriert "Digital Right Management" (DRM) e-Book-Inhalte auf eine solche Weise, dass nur autorisierte Personen sie lesen können, also die, die bezahlt haben. Zusätzlich organisiere der Adobe Content Server den gesamten Vertrieb. Juristen und auch Kulturpolitiker blieben da eher zurückhaltend. Lukka Liedes, Berater im finnischen Ministerium für Kultur und Wissenschaft, sieht zwar die Zeit für globalen Urheberschutz gerade erst angebrochen, würden doch innerhalb der nächsten fünf Jahrzehnte aller Voraussicht nach volle 50 Prozent des Welthandels im Austausch geistiger Güter bestehen. Und die weltweit operierenden Medienkonzerne bräuchten Planungssicherheit für ihre Investitionen.

Doch müssten, solange die geschilderten elektronischen Sperren noch nicht wirksam seien, die Verwertungs- und Leistungsschutzgesellschaften die Honoraransprüche kollektiv wahrnehmen, und zwar mit Hilfe der schon bei Kopiergeräten und Cassettenrecordern bewährten Geräteabgabe, die auf Computer, e-Books, Palms u.ä. auszudehnen sei.

Giuseppe Vitiello vom Europarat in Strassburg, der seit 1999 regelmäßige internationale Workshops zu "Print-on-Demand" leitet, sieht die bisherige Entwicklung ziemlich nüchtern: "Die kommerziellen Erträge des elektronischen Publizierens sind bis heute eher an Erwartungen geknüpft als an Tatsachen." Elektronische Medien hätten meist nur Begleitfunktion für Gedrucktes, statt dass das Neue das Alte ablöse. Auch die Politik hinke hinterher: "Nicht weniger als 500 Jahre waren nötig, damit aufgeklärte Politiker die Bedeutung des gedruckten Buchs für die Gesellschaft erkannten und entsprechende Gesetze formulierten. Es steht zu hoffen, dass die Formulierung von gesetzlichen Grundlagen für elektronische Inhalte (...) weniger Zeit erfordert."

Jali Heilmann vom Technischen Forschungsinstitut Finnland berichtete zunächst alles Negative über e-Bücher. Egal, ob Rocket- oder GlasBook oder Palm-Griffelcomputer, die niedrige Auflösung der Buchstaben auf dem Bildschirm mache sie schwer lesbar und reduziere damit Lesegeschwindigkeit und Lesebehagen. Außerdem seien sie wasserempfindlich und zerbrechlich. Fazit: Das Papierbuch sei besser. Allerdings kommen e-Bücher ohne Papier und Abfall aus und lassen sich elektronisch jeweils auf den neuesten Stand bringen. Somit sind sie aktueller und billiger als das preiswerteste Taschenbuch. Und: Da ein e-Buch jede Menge Text speichern kann, lässt sich eine ganze Bibliothek in der Aktentasche mitführen, egal, wohin man reist. Fazit nunmehr: Obwohl die frühesten e-books erst 1998 vorgestellt wurden, prophezeit die International Data Corporation bereits für das Jahr 2004 einen Verkauf von 2,8 Millionen Stück.

Schließlich die konkrete Utopie von Nokia : Der "Communicator", schon jetzt so etwas wie ein tragbares Büro, werde demnächst auch für e-books nutzbar sein. Unabhängig von Telefon- oder Kabelnetzen habe man damit jederzeit Zugang zu sämtlichen digital angebotenen Texten der Welt - mit einem Gerät, das kleiner sei als eine vollgestopfte Brieftasche. Zu wünschen sei allerdings, dass der Preis fürs mobile Telefonieren weiter sinke. Wann denn dieses Wunder auf den Markt komme, wollte einer der anwesenden Studenten wissen. In zwei, drei Jahren dürfe man damit rechnen, meinte Nokia-Geschäftsführer Koponen.

Der Webmaster Mart Marend betreibt auf der Insel Gotland erfolgreich einen "cultural server". Ihm zufolge brauchen BOD-Bücher nur eine erkennbare Ansiedlung im Internet, mit möglichst vielen Links zu den verschiedensten Online-Anbietern, dazu eine digitale Druckerei, die zugleich Versand und Inkasso tätigt, und als wichtigste Person den Autor selbst: schon sei der Verleger alten Stils überflüssig.

Tatsächlich, da ist ja noch die Möglichkeit des "networking". Selbst Mini-Unternehmen können ohne grössere Investitionen zusammenarbeiten, über Ländergrenzen hinweg. So im Fall eines Theaterstücks, das mit großem Erfolg in Helsinki uraufgeführt wurde, aber keinen Verleger fand. PODium schickte aus Stockholm den Text via Internet an seinen Partner Lasipalatsi. Die aus dem Datensatz vor Ort gedruckten Bücher gingen bei den Theaterbesuchern "weg wie warme Semmeln". Und kaum noch verwundert vernahmen die Teilnehmer, dass der 50000-Dollar-Preis für e-Literatur, vergeben auf der letzten Frankfurter Buchmesse, nicht etwa von einem Mediengiganten gewonnen wurde, sondern von einem amerikanischen Miniverleger. Er druckt und bindet seine Bücher auf einer Maschine namens "InstaBook Maker". Sie ist nicht größer als eine Kühltruhe.

- *Uwe Friesel*