

Mitgliedschaft Neumitglieder-Interviews Werbemöglichkeiten in ebooks?

eure I-Verlag



© Privat

Herr Guzewicz, Sie sind einer der beiden Geschäftsführer des eure-I verlag. Warum haben Sie sich für eine Mitgliedschaft im Börsenverein des Deutschen Buchhandels ausgesprochen?

Wir haben den eure-I verlag 2007 gegründet, um mit modernen Veröffentlichungswegen jungen und unbekannteren Autoren eine Möglichkeit zu gebeten, ihre Werke zu veröffentlichen. Als einen Weg, das zu erreichen, haben wir das Online-Magazin lese@probe entwickelt. Die Idee dahinter ist, die Texte auf dem Internetauftritt des Verlages zu veröffentlichen, die dann von den Besuchern bewertet werden. Die besten Texte erscheinen schließlich in einem Buch als Sammlung.

Der Börsenverein ist ein weiterer Weg, dieses Ziel zu erreichen. Netzwerke sind in der Buchbranche sehr wichtig. Der Börsenverein bietet diese Netzwerke nicht nur zu unseren Kunden, also den Buchhandlungen, sondern auch zu anderen Verlagen. Das ist für uns

besonders wichtig, weil es gerade kleinen und mittelständischen Verlagen schwer fällt, sich im etablierten Buchgeschäft zurecht zu finden. Darüber hinaus verfügt der Börsenverein über große Beratungskompetenzen, die wir gerne nutzen möchten und natürlich auch gerne um unsere Erfahrungen bereichern.

Was sind für Sie persönlich die spannendsten Herausforderungen für die Buchbranche in den nächsten Jahren?

Mit Interesse habe ich die kürzlich geführte Diskussion über den E-Book-Shop einer Supermarktkette verfolgt, die nicht Mitglied beim Börsenverein ist. Ohne in dieser Sache Position zu beziehen, glaube ich, dass die Buchbranche in Deutschland zu traditionsorientiert ist. Wir tun uns leider etwas schwer damit, uns zu öffnen. Der Streit mit der Supermarktkette ist nur ein Beispiel dafür.

Das ganze E-Book-Geschäft wurde leider nicht von uns (Börsenverein, Verlagen und Buchhandel) vorangetrieben, sondern von Unternehmen wie Amazon. Beinahe hätten wir diese Chance sogar verpasst. Auch wenn für mich die Vorbehalte des deutschen Buchhandels zum größten Teil nachvollziehbar sind, müssen wir zukünftig schneller und flexibler neue Ideen entwickeln, um unsere Kunden nicht an andere Medien zu verlieren. Und der Trend geht nun mal Richtung Überall-Verfügbarkeit von Inhalten und das möglichst unkompliziert und günstig. Auf diese Herausforderung müssen wir jetzt reagieren.

Über welches Branchenthema würden Sie gerne kontrovers diskutieren?

Beispielsweise darüber, ob man in E-Books Werbeeinblendungen erlauben sollte, oder ob das ein Tabu bleiben muss. In Spanien gibt es bereits einen Anbieter, der Verlagen ein derartiges Modell für spanische und englischsprachige E-Books anbietet. Das Prinzip ist ähnlich wie der Suchdienst bei Google: Die Kunden bekommen die E-Books in der Regel entweder sehr günstig oder sogar kostenlos und sind im Gegenzug damit



einverstanden, dass am Buchrand Werbung eingeblendet wird. Die Verlage werden an den Werbeeinnahmen beteiligt, erhalten dafür aber kaum Tantieme aus den Verkäufen.

Bei vielen Gaming-Apps oder auch bei einer Bürosoftware ist diese Idee schon umgesetzt worden und es scheint zu funktionieren. Möglicher könnten die Verlage damit neue Käuferschichten als Kunden gewinnen und die Buchhändler als Distributoren am Gewinn beteiligt werden. Ich habe mir zu dem Thema noch keine abschließende Meinung gebildet, bin jedoch davon überzeugt, dass wir dieses Modell im eigenen Interesse ergebnisoffen diskutieren sollten.

Der eure-I Verlag hat gerade das erste Hörbuch veröffentlicht und zwar nicht nur Online, sondern auch als CD. Glauben Sie, dass die Hörbuch-CD heute noch vom Kunden angenommen wird?

Ich hoffe es. Downloadinhalte sprechen aus meiner Sicht eine andere Leserschaft an, als diejenigen, die ein Buch in der Buchhandlung kaufen wollen, oder eben eine Hörbuch-CD. Bei meinem Hörbuch Von der Kunst Pariserinnen zu küssen wollten wir beide Kundengruppen ansprechen.

Wenn man jemandem ein gutes Geschenk machen möchte – und dazu sind Hörbücher meiner Meinung nach besonders gut geeignet – dann kann man das mit einem Hörbuch auf CD besser, als mit einem fantasielosen Downloadlink. Bei Geschenken möchte man ja in der Regel etwas zum Anfassen haben und dazu benötigt man dann eben ein „echtes“ Buch oder eine „echte“ CD. Dann ist auch der Überraschungseffekt viel nachhaltiger, als wenn man bloß eine unterstrichene Textzeile anklicken muss, um das Hörbuch anschließend zu einer lange Liste von Dateien hinzuzufügen.