

Diskurs zwischen Michael Weisser und Kathinka Nohl (Endeavour-Press Ltd. London)

Bremen am 8. Juli 2016

Liebe Frau Nohl –

am 8. April 2016 haben Sie freundlicher Weise bei mir angefragt ob ich Interesse an der Herausgabe meiner SF-Triologie als eBooks habe. Es geht um die Romane, die in den 1980er Jahren in der Phantastischen Bibliothek des Suhrkamp Verlages in der Printversion erschienen sind.

Ihr Verlag Endeavour Press Ltd. London ist auf eBooks spezialisiert und es freut mich, dass Sie Interesse an meinem Werk haben.

Da ich trotz meiner Ambitionen für neue, digitale Medien nur sehr wenig über das Medium „eBook“ weiß möchte ich nachfolgend einige Fragen an Sie richten.

Sehr gern würde ich bei meinem Interesse an der „Science Fiction“ die technischen und ästhetischen Möglichkeiten des Mediums „eBook“ erkunden und möglichst auch optimal nutzen. Nachfolgend finden Sie meine Fragen.

Ich bedanke mich für ihre Antworten - Michael Weisser

MW: Generell gefragt! Warum eBook? Was hat dieses Medium ihrer Meinung nach, was dem klassisch gedruckten Buch fehlt? Welche Qualitäten machen das eBook besonders attraktiv?

KN/Endeavour-Press: Oh, es gibt viele Vorteile, die ein eBook mit sich bringt, sowohl für die Verlage und Autoren als auch für die Leser. Durch das eBook gibt es beispielsweise keine out of print-Bücher mehr. Als Verlag hat man nur einmal Herstellungskosten, man muss nicht nachdrucken, kann Kleinigkeiten auch nach der Veröffentlichung noch anpassen, ohne dass gleich eine ganze Auflage eingestampft werden muss. Das Risiko ist also wesentlich geringer, auch Bücher zu veröffentlichen, die nicht absolut den Puls der Zeit widerspiegeln. So kann beinahe jedes Buch, das irgendwann einmal geschrieben wurde, für Verlag und Autor wieder zu einem lohnenden Projekt werden. Und der Leser hat natürlich gleichzeitig die Möglichkeit, diese Bücher wieder zu lesen. Denn einige dieser Werke gibt es nicht einmal mehr antiquarisch zu kaufen – und nicht jeder liest gerne zerfledderte second-hand Bücher.

Ein weiterer Vorteil des Mediums eBook ist, dass Verlage bereit sind, auch kürzere Formate zu veröffentlichen. Die Amazon-Sparte Kindle Singles, für die lesenswerte Kurztexte ausgewählt werden, zeigt beispielsweise, dass es auf jeden Fall einen Markt dafür gibt.

Als Viel- und Schnelleser muss ich außerdem sagen, dass eBooks phänomenal praktisch sind. Ich werde heute Abend meinen Koffer für den anstehenden Urlaub packen und statt mir meinen Rücken mit stapelweise Büchern zu ruinieren, stecke ich einfach meinen eReader ein.

MW: Das sind gute Argumente! Und was sind ihrer Meinung nach die Nachteile beim digitalen eBook? Was hat es nicht, was das klassisch-analoge Buch bietet?

KN: Ich bin zwar sehr für Praktikabilität, aber ich gebe zu, zu Hause lese ich doch lieber gedruckte Bücher. Sie sehen schön aus und das haptische und olfaktorische Moment fehlt beim eBook natürlich völlig. Wenn ich das erste Mal bei jemandem zu Besuch bin – und viele meiner Freunde machen das genauso –, steuere ich sofort auf das Bücherregal zu. Denn dessen Inhalt sagt schon eine Menge über die Person aus. Aber man wird wohl kaum fragen, ob man mal einen Blick in den eReader werfen darf.

MW: Frau Nohl, Sie haben Ende ab 2014 die deutsche Sparte von Endeavour Press in London übernommen. Wann wurde dieser Verlag gegründet, wer sind die Träger und was ist ihre Mission?

KN: Endeavour-Press wurde 2012 von Matthew Lynn und Richard Foreman gegründet mit dem Ziel, Bücher, die nicht mehr aufgelegt werden, wieder einer größeren Leserschaft zugänglich zu machen. Der Markt war gerade dabei, sich Richtung eBook zu orientieren und wächst seitdem rasant. Der Zeitpunkt, einen neuen digitalen Verlag zu gründen, war also wirklich perfekt.

MW: Ihr Stammsitz ist London. Warum arbeitet ein Unternehmen mit Produkten für den deutschsprachigen Markt in England?

KN: Der Mutterverlag ist ja immer noch ein englischer. Die deutsche Sparte kam erst zwei Jahre später und war zunächst eher ein Experiment. Dass es so gut laufen würde, konnte man

ja nicht ahnen. Deswegen wurde nicht gleich ein extra Büro in Deutschland aufgemacht. So langsam denken wir aber natürlich drüber nach, unseren Standort nach Deutschland zu verlegen.

MW: Ist so eine „Verlegung“ denn überhaupt notwendig in einem Zeitalter der globalen Vernetzung. Die Mitarbeiter müssen genau genommen nicht in einem Raum, ja nicht einmal in einer Stadt sein. Man könnte doch auch über das Internet miteinander kommunizieren... oder über Telefon und Skype.

KN: Da haben Sie natürlich recht, es geht ja im Moment auch aus dem Ausland sehr gut. Aber man merkt doch, dass es oft einfacher wäre, müsste man Autorenterminen nicht alle in die zwei Tage packen, die man mal in Deutschland ist. Und auch das Vernetzen mit Agenten und Kollegen funktioniert nur, wenn man vor Ort präsent ist.

MW: Gibt es thematische Schwerpunkte bei Endeavour und wenn ja warum setzen Sie speziell auf diese Kategorien?

KN: Die Schwerpunkte ergeben sich eigentlich automatisch aus dem eBook-Markt. eBook-Leser lesen vor allem Genre-Literatur: Science-Fiction, Fantasy, Frauenunterhaltung, historische Romane, Krimis und Thriller. Deswegen setzen wir auch vor allem auf diese Genres. Nur die Fantasy fehlt uns noch.

MW: Wie wird beim eBook das überaus wichtige Thema Marketing, PR oder Kommunikation angegangen?

KN: Das eBook-Marketing unterscheidet sich selbstverständlich vom Marketing für traditionelle Bücher. Feuilletons beispielsweise interessieren sich gar nicht für eBooks. Es ist uns bislang nur einmal gelungen, eines unserer Bücher in einer Zeitung unterzubringen. Das war Jakob Walters Tagebuch eines napoleonischen Fußsoldaten, indem der schwäbische Soldat Jakob Walter seine Erlebnisse während der napoleonischen Kriege schildert. Die Schwäbische Post brachte darüber damals einen einseitigen Artikel aufgrund der regionalen Bedeutung. Aber eBook-Leser sind auch nicht unbedingt Feuilleton-Leser, sondern Leser in einem sehr digitalen Zeitalter, die sich eher auf Blogs herumtreiben, als durch Zeitungen zu blättern.

Unsere Marketing-Abteilung kümmert sich also vor allem um einen guten Blogger-Kontakt und um Internetplattformen wie LovelyBooks, Buchregen, XTME, was-lese-ich und so weiter. Unsere Leser versorgen sich außerdem auf den verlagseigenen Social-Media-Kanälen, auf dem wir Sonderangebote und Neuerscheinungen bewerben, mit neuem Lesestoff. Durch diese Social-Media-Kanäle auf Twitter und Facebook ist es auch für die Leser einfacher mit den Autoren zu interagieren – denn viele von ihnen kann man ganz einfach „antweeten“ oder auf Facebook anschreiben. Für den Autor bedeutet das ein viel direkteres Feedback und für den Leser ist es schön, den Autor kennenzulernen und ihm vielleicht sogar beim Schreiben eines neuen Buchs etwas über die Schulter zu schauen.

MW: Aus ihrer Antwort schließe ich, dass das eBook nicht nur eine Frage des Mediums (als Erscheinungsform) ist, sondern dass die gesamte Kommunikation der Besonderheit dieses neuen, digitalen Mediums folgt.

Technisch gesehen verkaufen Sie keine Bücher im klassischen Sinn sondern Datenformate, in denen Texte digital gespeichert sind. Der Nutzer lädt sich so eine Datei von einer Plattform herunter, öffnet diese mit einem Anwenderprogramm auf seinem Reader und liest den Text.

KN: Es kommt natürlich drauf an, wie man ein Buch definiert. Geht es um das physische Buch, dann haben Sie recht. Geht es aber um den Inhalt, verkaufen wir natürlich ebenso Geschichten wie andere Verlage auch. Aber keine gedruckten Bücher, sondern eben eBooks.

Und eigentlich geht es doch auch um die Geschichte, die in einem Buch/eBook steckt, und nicht um das Format, in dem man es liest. Ein schönes Leseerlebnis bleibt ein schönes Leseerlebnis, ob nun in einem Hardcover-Buch oder einem eBook.

MW: Da haben Sie recht! Aber mich beschäftigt die Frage, inwieweit die neue Technik des Mediums Einfluss über die Erscheinungsform hinaus hat auf die Form und auf den Inhalt. Als Künstler gibt es für mich eine enge Wechselwirkung von Form und Inhalt. Wie steht es mit der „Form“ bzw. mit den Formaten und ihrer Technik?

KN: Die gängigsten Formate sind MOBI und EPUB. Je nach dem welchen Reader man hat, muss man sich das eBook auf der entsprechenden Plattform kaufen. Es gibt aber auch die

Möglichkeit, sich ein eBook auf einer anderen Plattform zu kaufen, auf seinen Computer zu laden und zu konvertieren.

MW: Damit wäre der Nutzer mit ein bisschen Aufwand in seiner Buchentscheidung unabhängig vom Reader.

Wie stellt ihr Verlag eigentlich sicher, dass die Buchdateien nicht 1x gekauft und dann in massenhaften Kopien weitergegeben oder gar über das Internet an ihrer Wertschöpfungskette vorbei verkauft werden? Welche Absicherungen gibt es generell und welche haben Sie gewählt?

KN: Wir aktivieren bei der Veröffentlichung das DRM (digital rights management), das dafür sorgt, dass die Bücher nicht weitergegeben werden können. Das ist relativ umstritten und auch ich finde, dass man Bücher eigentlich an Freunde verleihen können sollte. Mit digitalen Dateien ist das aber natürlich schwierig zu kontrollieren. Hoffentlich gibt es irgendwann eine befriedigende Lösung für Verlage und Leser.

MW: Ich stimme ungebrochen für ein DRM-System, das eine Weitergabe von eBooks (wie auch von Musiktiteln) verhindert oder mindestens erschwert. Mich beschäftigt diese Frage bereits seit Mitte der 90er Jahre, weil es hier langfristig gesehen nicht nur um wirtschaftliche sondern damit zusammenhängend auch um kulturelle Folgen geht. Ich habe nicht nur als Autor (von Texten, Bildern und Musik), sondern über rund 15 Jahre hinweg als Creative Director und Mitinhaber eines Musiklabels (IC/Innovative Communication, Hamburg) gearbeitet. Auf diesem Hintergrund bin ich Nutzer, Herausgeber und Urheber zusammen und kann die verschiedenen Interessen abwägen. Ich bin (auch als Nutzer!) der Meinung, dass man bei den überaus günstigen VK-Preisen von eBooks jedem Leser zumuten kann, einen Betrag zu zahlen um in den Genuss von einer Leistung zu kommen.

Doch zurück zum eBook und seiner medialen Besonderheit. Die eBooks enthalten bislang keine Bilder und werden auch nur im einfarbigen schwarz/weiss Modus angelegt. Was ist der Grund für diese starke Einschränkung? Was spricht gegen die Aufnahme von Bildern und Illustrationen, um das Werk noch vielfältiger und spannender zu machen? Was spricht gegen die Nutzung von Farben oder von Klängen? Und: Kann man das eBook und die aktuellen Reader z.B. auch als Hörbuch nutzen?

KN: Die meisten eReader haben leider technische Einschränkungen, die das nicht zulassen. Das iBook lässt

Sounds und Animationen zu, aber viele andere Nutzer gehen leer aus. Für Geschichten, die stark auf Bilder und Töne setzen, sind eReader auch nicht die einzige Möglichkeit. Es gibt z.B. bereits „visual novels“ als Apps.

Bilder kann man grundsätzlich integrieren, der Mehraufwand lohnt sich für uns aber nicht. Außerdem haben viele eReader nur eine schwarz-weiße Anzeige.

MW: Für wie aufnahmefähig schätzen Sie den Markt der deutschsprachigen eBook-Szene generell ein? Wie sehen Sie die Zukunft des eBooks? Erwarten Sie eine Sättigung des Marktes? Oder ist im Gegenteil ein weiter steigendes Interesse abzulesen?

KN: Der deutsche Markt ist bei technischen Innovationen immer etwas hinterher, ganz besonders bei eBooks. Wir mögen es eben traditionell. Aber der eBook-Markt wächst, wenn auch langsam. Und peu à peu merken deutsche Leser auch, dass man sich nicht für das eine und gegen das andere entscheiden muss. eBooks und gedruckte Bücher können wunderbar nebeneinander existieren.

MW: Haben Sie eine Vision, wie das eBook und vor allem der Reader in Zukunft aussehen werden? Was wollen Kunden? Geht es nur um Leser oder sehen Sie auch Hörer und Seher und Menschen, die sich über einen multifunktionalen Reader aus dem Buchlesen heraus direkt im Internet vernetzen wollen?

KN: Alles wird immer flacher, schicker, ausgebuffter. Das gilt für Handys, Fernseher und sicher auch für eReader. Es ist für mich schwierig zu sagen, was die Kunden wollen, die einen wollen einfach nur ein Buch lesen, die anderen wollen ein Multimedia-Leseerlebnis. Beides wird mit Sicherheit in Zukunft realisierbar sein.

MW: Haben Sie vielen Dank für die Informationen und Anregungen. Ich werde mir Gedanken machen, wie meine SF-Romane formal und inhaltlich die neuen Möglichkeiten des eBooks aufgreifen und damit ästhetisch in Bewegung kommen können.

KN: Lieber Herr Weisser –
freue mich, von ihnen zu hören.
Mit freundlichen Grüßen K.N.

Nachtrag:

Der Vertrag mit Endeavour-Press London wurde abgeschlossen. Die eBooks wurden erstellt und über die Online-Plattform angeboten.

Die Verlagsleitung entschloss sich allerdings in einer Umstrukturierung, die deutschsprachige Abteilung von Kathinka Nohl aufzulösen und das komplette Verlags-Angebot unter englische Betreuung zu nehmen.

Dadurch waren die wirksame Arbeit für Kommunikation und Marketing für die deutschsprachigen Produkte nicht mehr gewährleistet und der geschlossene Vertrag wurde vom Autor mit sofortiger Wirkung gekündigt.

Die SF-Trilogie erschien im eBook-Format unter Bookrix bei WhitePaperCollection und in der Printversion im deutschen Verlag p.machinery.