

Was der Siegeszug des E-Publishing für Schriftsteller bedeutet

Die Zukunft der Autoren

Früher waren Autoren stolz, wenn ihr neues Buch das am meisten Geklaute am Verlagsstand auf der Buchmesse war. Das war gewissermaßen eine Auszeichnung. Der wirtschaftliche Verlust einiger gestohlener Exemplare fiel demgegenüber nicht ins Gewicht. Erheblich schwieriger war die Sache mit den Raubdrucken.

Inzwischen befinden wir uns im Zeitalter der Elektronik. Da muss niemand mehr etwas drucken, um es zu verbreiten und der digitalen Reproduzierbarkeit sind kaum Grenzen gesetzt. Das Original ist darüber einerseits verloren gegangen, andererseits zum Urheber zurückgekehrt. Kaum ein Publikumsverlag nimmt heute noch Lyrik ins Programm, aber Poetry Slams ziehen große Zuhörerschaften an. Und wenn Herta Müller liest, wollen Tausende – im Saal oder per Live-Stream im Internet – dabei sein. Und man kann davon ausgehen, dass die ersten illegalen Mitschnitte im Netz kursieren, bevor die Veranstaltung zu Ende ist.

File sharing ist heute mit einem Anteil von 24% der zweitgrößte Dienstleistungsbereich im Internet, nach dem World Wide Web (45%), aber weit vor Telefonie (12%), E-Mail (7%) und allen anderen Diensten. In den USA kommen auf jede legal verkaufte CD drei illegale Downloads. Auch in Deutschland hat sich der Umsatz der Musikindustrie mit Tonträgern in den letzten zehn Jahren beinahe halbiert. Immerhin ist es gelungen, durch eine energische Verfolgung der Rechtsbrecher den Umsatzverfall fast zum Stillstand zu bringen. Auch die neue Angebots- und Preispolitik hat dazu beigetragen.

Mit dem Siegeszug des E-Publishing steht der Buchhandel vor ähnlichen Herausforderungen. In den USA rechnen Experten damit, dass in zehn Jahren 50% aller verkauften Bücher E-Books



Literaturagent
Ernst Piper
betrachtet die Branchenentwicklung aus Sicht der Autoren

sind. In Deutschland wird der Anteil geringer sein, aber auch hierzulande wird es darauf ankommen, einen leistungsfähigen Markt mit einem wirksamen Schutz des Urheberrechts zu entwickeln.

» In den USA rechnen Experten damit, dass in zehn Jahren 50 Prozent aller verkauften Bücher E-Books sind. «

Dieser Markt der Zukunft wird ganz anders aussehen. Kaum jemand wird eine Buchhandlung aufsuchen, um ein E-Book zu erwerben. Das ist auch den meisten Buchhändlern klar, die deshalb schon eine Menge Zeit und Geld in ihre Online-Auftritte investiert haben.

Daneben werden die Verlage ihre Anstrengungen im Direktmarketing weiter verstärken, schon um den mörderischen Rabattforderungen von Amazon, Weltbild & Co nicht schutzlos ausgeliefert zu sein. Und die Buchhändler wie Verleger werden es gleichermaßen mit Missvergnügen sehen, dass ihr eigener Verband Millionen verpulvert, um ihnen mit einer wenig tauglichen Plattform namens libreaka Konkurrenz zu machen.

Als literarischer Agent sehe ich die Welt aus der Perspektive der Autoren. Deren erstes Interesse ist es, dass

das, was sie geschrieben haben, auch wahrgenommen wird. Um das zu ermöglichen, kam bisher Verlegern und Buchhändlern eine zentrale Rolle zu.

Die Verlage hatten dabei eine wichtige Filterfunktion, aber das Internet hat die Welt in revolutionärer Weise verändert. Jetzt kann jeder alles sofort und fast ohne Kosten an die Öffentlichkeit bringen, wobei der unbekannt Autor alle Chancen hat, in einem Meer von Banalem und Bedeutungslosem unterzugehen. Den Verlagen kommt also nach wie vor eine wichtige Funktion zu: als Portal zu den potentiellen Rezipienten. Sie müssen diese Aufgabe allerdings auch aktiv wahrnehmen.

Die große Mehrheit der seit 1949 auf Deutsch erschienenen Bücher ist heute nicht lieferbar, obwohl viele der Autoren noch am Leben sind und ihre Bücher gerne verbreitet sähen. Hier greifen dann andere Marktmechanismen wie Amazon Marketplace oder auch ZVAB, was aber für den Autor den fundamentalen Nachteil hat, dass er an dem Verkaufserlösen nicht beteiligt ist. (Da ist er – via VG Wort – selbst bei Bibliotheksausleihen noch besser dran.) Deshalb war die Initiative von Google grundsätzlich zu begrüßen, den Schatz des Geschriebenen wieder allgemein zugänglich zu machen. Google ist dabei unsensibel vorgegangen. Die europäische Rechtstradition ist anders als die amerikanische. Bei uns gilt auch schon die Einspeisung von Daten als Nutzungshandlung. Daran muss man immer wieder erinnern.

Ein zweites, nicht minder elementares Interesse des Autors ist es, für sein Werk honoriert zu werden. Hier geht es zum einen um die Unterbindung illegaler Nutzungen, zum anderen um die Festsetzung eines angemessenen Honorars. Da die digitale Welt der Markt der

Zukunft ist, stand sie zuletzt im Mittelpunkt der Diskussionen. Die deutschen Verleger haben es womöglich als Erfolg verbucht, dass letztes Jahr ihr Versuch, eine Absenkung des Autorenhonorars auf 20% vom Nettoerlös durchzusetzen, zwar bei namhaften US-Agenten auf Widerspruch gestoßen ist, teilweise aber erfolgreich war. Das könnte sich schon bald als Pyrrhussieg entpuppen.

Readbox zahlt weiterhin die zuvor üblichen 30%. Ciando, der Marktführer für den Vertrieb von E-Books, zahlt den Autoren, mit denen das Unternehmen direkte Verträge hat, sogar 50%. Bei scribd bekommt der Autor sogar 80% vom Erlös. Diese Plattform funktioniert zwar eher wie ein Selbstverlag, aber auch da kann die Reichweite beachtlich sein, wie der Weg einzelner Titel von BoD auf die Bestsellerliste gezeigt hat.

Diese Situation birgt für die Autoren die starke Versuchung, wenn deren Marktanteil entsprechend gewachsen ist, ihren elektronischen Rechte erst einmal selbst zu vermarkten, bevor sie sich dann für die Papierversion nach einem Verlag umsehen. Anders als in den USA hat hier die Diskussion solcher Überlegungen noch nicht recht begonnen, aber das kann sich bald ändern.

Vielleicht liegt die Zukunft der Autoren auch in der Lesung, an deren Ende der geneigte Zuhörer sich dann das Buch an einer Espresso Buchmaschine ausdrucken lassen kann, wenn er nicht den Kauf eines Downloads vorzieht. Das ist dann Kultur unter Anwesenden und gerade heute, wo wir alle so viel Zeit vor Bildschirmen verbringen, sind persönliche Begegnungen attraktiver denn je. Organisieren kann so ein Ereignis wahlweise ein Verlag, eine Buchhandlung, eine Agentur oder die Halle, in der das Ganze stattfindet. Die Zukunft ist offen.