

Buchpreisbindung oder Gratisangebote? Eigenverlag oder „Gemeinsam sind wir stark“? Kindle oder Print-on-Demand? Viele Fragen sind offen, und meistens betreffen sie ein Bündel an Faktoren, die gleichzeitig wirken. Nicht technische Fragen allein, nicht Marketing allein, auch nicht die soziale Dimension der neuen Lesetechniken allein werden für die weitere Entwicklung ausschlaggebend sein. Um zu erkennen, welche Reiseroute Bücher in die Zukunft des Lesens einschlagen, müssen wir ein komplexes Bündel an Faktoren betrachten und vorsichtig gewichten.

Free Ride. Der Kulturkampf ums Buch im Netz.

TEXT: BERNHARD SEYRINGER

Literaturhinweise

¹ Robert Levine: Free Ride. How Digital Parasites are Destroying the Culture Business, and How the Culture Business Can Fight Back; Doubleday, 2011

² Benedikt Föger: Verblässen die dunklen Buchstaben auf weißem Papier? Die neuen Medien und Buchverlage; in Eder, Thomas et al.: Seitenweise. Was das Buch ist; Ed. Atelier, Wien 2010

Financial Times, July 15, 2011
Lunch with the FT: Lee Child

Free Ride – also Trittbrettfahrer, die auf Kosten anderer profitieren – ist der Todesstoß für die Kulturindustrie, so etwa Robert Levine¹, Autor des gleichnamigen Buches. Zwei Stoßrichtungen verfolgt dabei seine Argumentation. Einerseits verlieren Medienkonzerne stark an Umsätzen, da durch die mittlerweile weit verbreiteten Breitbandanschlüsse Kunden zu Internetdienstleistern abwandern. Die Provider locken mit günstigen Angeboten und dem Versprechen, dass Internet-Kunden günstig bis gratis Unterhaltungsformate abrufen können. Die schwindenden Renditen wären andererseits dafür verantwortlich, dass Menschen von der Arbeit in den Creative Industries kaum mehr leben können.

Ähnliche Argumente sind auch von Verlagen zu hören. Wenn etwa Benedikt Föger² die Leistungen und Unterstützung der

Verleger darlegt, die nicht zuletzt auch die literarische Qualität der Bücher sicherstellen sollen, muss es einen Weg geben, diese Arbeit zu bezahlen.

Lee Child, Erfinder des Revolver-Helden „Jack Reacher“, konnte über Amazon über 1 Mio. E-Books absetzen. Dennoch stößt der US-Bestsellerautor im Interview mit John Gapper (Financial Times, 15. Juli 2011) ins gleiche Horn wie Föger. Das Anwachsen des E-Book-Absatzes unterminiere den Buchhandel. „It is individual stores, independents and some chains that create new authors. They invest in them and push them. That mechanism has been finely tuned and is going to disappear completely. Where will new authors get their start?“ Auch der Absatz-Offensive durch Eigenverlag bekannter Star-Autoren kann Child



nichts abgewinnen. „It is a version of what authors sometimes do when they reach my stage and the next deal is gigantic. They get rid of their agent and do it themselves. I feel that is so disgusting ... Agents and publishers work for years at the beginning, often at a loss. You can't cut them out. That's not ethical.“

Profite mit E-Publishing dürften am Finanzmarkt aber relativ sicher erwartet werden, folgt man etwa den jüngsten Investitionen in der Branche. Facebook kaufte den E-Book-Verlag Push Pop Press. Inkling, ein Verlag für digitale Fachbücher, zog \$ 17 Mio. neues Investorengeld an. Amazon launchte einen Kindle-Buch-Verleih. In Frankreich, wo Google als digitaler Imperialist gebrandmarkt ist, konnte der Konzern einen umfangreichen Digitalisierungsvertrag mit Hachette abschließen.

LANGFRISTIGER TREND: AUFLÖSUNG VON GRENZEN

Vor über zehn Jahren lernte ich im Studium der Soziologie über Auflösung von Cluster Vorstellungen, in denen Lebensentwürfe eingeordnet würden und abliefen. Ordnungsstrukturen gliedern dabei nicht nur individuelle Entwicklungen, sondern bestimmen auch Vorstellungen von sozio-kulturellen Formationen. Technikgetriebenes Aufbrechen dieser Vorstellungen hieß damals etwa zu erkennen, dass mobiles Telefonieren nicht nur eine Erweiterung der technischen Möglichkeiten der Echtzeit-Übertragung von Sprechen bedeutet, sondern dass sich ein Medium selbst verändert und damit seine soziale und kulturelle Dimension. McLuhans Satz „The medium is the message“ richtet den Blick auf diese Gestaltungskraft der Technologie, die Gebrauch und damit die Inhalte bedingen. »

McLuhan verdeutlichte diese Vorstellung mit einer körperbezogenen Metapher. „Message“ wird dabei durch einen Vokalaustausch zu „Massage“, und dieses sinnliche Erleben, so meinte er, würde durch die technologische Disposition der Apparate bestimmt. „The Medium is the Massage“ bezieht sich daher analog auf ein spezifisches Setting von Stimulation und Reiz, das ein Medium umfasst.

Am Spaziergang entlang meiner Memory Lane möchte ich mit Ihnen noch die Debatten, die damals in Bezug auf Streaming-Technologie geführt wurden, streifen. Ich erinnere mich an ein Gespräch im Jahr 2001 mit Thomax Kaulmann, der am Zentrum für Kunst und Medien (Karlsruhe) das Open-Video-Archive programmierte. Als einer der profiliertesten Medienkenner war sein zentraler Arbeitsschwerpunkt, dezentrale Content-Management-Systeme zu entwickeln, offen zugänglich und user-friendly zu gestalten. On-Demand-Datenbanken, Online-Medien, aber vor allem die sinnvolle Verknüpfung und Harmonisierung waren damals – neben dem kläglichen Bandbreitenproblem – die technischen Hürden.

Kaulmann aber ging auf diese offensichtlichen Fragen nicht ein, sondern betonte: „Die Kernfrage ist: Wie bringe ich Menschen dazu, sich in diesem Umfeld zu bewegen, einen sozialen Kontext aufzubauen?“ Diesen Fokus finde ich rückblickend erstaunlich, zumal es damals schien, als sei das WWW ein rechtsfreier Raum, nur beschränkt durch technische Gegebenheiten. Das abstrakt Virtuelle einer nicht greifbaren Welt beflügelte nicht nur Künstler, sondern zog auch massiv Investitionskapital an. Als die Dot.Com-Blase im Jahr 2000 platzte, machten viele Kommentatoren diese poetisch-schillernden, aber nicht eingelösten Versprechen dafür verantwortlich. Allenthalben war zu lesen, Nutzer hätten sich wegen der enttäuschenden Angebote vom ersten Netz abgewandt.

Als Quintessenz dieser Rückschau, wie auch aus so vielen Case Studies der Technikgeschichte zu lernen ist, möchte ich Folgendes vorschlagen: Internet-getriebene Innovation überzeugt Konsumenten durch Funkionali-

tät, Schnelligkeit UND soziale Aspekte. Wie in jedem andern Technologiezyklus verläuft auch hier der Beginn unübersichtlich, aber trotzdem unaufhaltsam. Investoren sehen offenbar noch weniger Hürden zu bewältigen als vor 10 Jahren und bringen sich in Stellung.

PRODUZENTEN – VERLAGE – PROVIDER

Den derzeitigen massiven Investitionen in Know-how und Content-Ressourcen gingen Investitionen in neue Technologien der Trägermedien voraus. Es bleibt abzuwarten, welche Standards sich hier durchsetzen werden, oder ob sich die global agierenden Konkurrenten zur Kompatibilität von Hard- und Software durchringen können. Es stehen wieder die großen Versprechen an die Konsumenten im Vordergrund. Konzerne wie Amazon oder Apple geben hier die Richtung vor. Die Rückblende auf den Umbruch des textorientierten Internet zum Multimedia-Portal deutet hier auf eventuell nur kleinlaut zugegebene Risiken hin.

Denn noch ist die Funktionalität der Geräte nicht ausgemacht und solange die neu zu entwerfenden Content-Formate sich nicht deutlich von ihren gedruckten Vorbildern unterscheiden, sind die derzeitigen Wachstumsraten in den USA am E-Book-Markt noch nicht als Basistrend zu sehen.

Absehbar aber ist, dass sich die Technologie über kurz oder lang durchsetzen wird, auch wenn es derzeit noch Risiken gibt. Apple etwa führt einen globalen Kampf, um das iPad als technologisches Muster durchzusetzen und seine Investitionen abzusichern. Ebenso ist Google im Softwarebereich als Global Player an der Etablierung seiner patentgesicherten Programme interessiert. Dass die Richtungsentscheidung noch offen ist und etwa asiatische Konkurrenten gute Chancen sehen, selbst den innovativen Lead zu übernehmen, macht den Einstieg in das E-Book-Geschäft zwar nicht einfacher, aber trotzdem unausweichlich.

Denn durch neue Trägermedien wird eine neue Form des Lesens ermöglicht. Erinnern wir uns an McLuhans Körpermetapher: Die

Sinne werden in neuer Weise massiert. „Lesen“, wie wir es mit Büchern gewohnt sind, wird sich verändern. Nicht nur, weil wir kein Papier mehr in Händen halten bzw. kein gebundenes Kompendium, sondern auch, weil wir es mit einem Gerät tun, dessen Erscheinung/Bildschirm und Form eine andere Lesekompetenz erzwingt.

Allein die unmittelbare Verfügbarkeit einer großen Auswahl an Texten wird das mit einem Papierbuch scheinbar natürliche Lesen verändern. Es bedarf hier keiner Ausführung über bekannte Analogien, die etwa anhand von Computer oder Telefon breit diskutiert wurden und die kulturelle und soziale Dimension von Innovationsprozessen aufzeigen. Die Frage ist nicht „ob“, sondern „wie“ die Digitalisierung das Lesen verändern wird. Sichtbar sind derzeit die üblichen Verrückungen innerhalb der traditionellen Produktionsketten, das Aufbrechen bzw. Konvergieren der Märkte und das Auftauchen mannigfaltiger Übergangstechnologien.

Texte werden neu formatiert, rechtlich vertortet, als Basis-Ressource neu bewertet. Neue Player suchen nach Ressourcen-Quellen und strukturieren den neuen (Buch-)Markt. Neben der traditionellen Textproduktion existiert längst ein unübersichtliches, innovatives Milieu, das Produktionsglieder neu zusammenfügt und Content in seiner neuen Dimension begreift.

Aus dem innovativen Spiel zwischen den Möglichkeiten der Technik und der Content-Produktion werden neue Produkte entstehen, die „Buch“ und „Lesen“ in ihrer erweiterten Funktionalität zusammenführen. Die anfänglichen Versuche, aus der strukturellen Beengtheit durch die Produktionsweise des Verlagswesens auszubrechen, wie etwa Eigenverlags-Projekte, sind sicher nicht der Weisheit letzter Schluss, aber erste Andeutungen, wie die Produktionsfaktoren neu kombiniert und getauscht werden können. Verlage sind vielleicht in der derzeitigen Form nicht das Modell der Zukunft.

Aus diesem Grund ist für die Durchsetzung des E-Books gegenüber konventionellen Büchern nicht der Preis entscheidend. Selbst wenn das E-Book teurer angeboten

würde, stünde dies seiner Diffundierung meiner Meinung nach langfristig nicht im Wege (man denke etwa an die Durchsetzung der CompactDisc gegenüber Schallplatten, die auch wesentlich teurer den Musikmarkt eroberte). Ich vermute, wie oben schon angedeutet, die Risiken eher in den technologischen Hürden oder – schlicht gesagt – langweiligem Content.

KULTURKAMPF UMS LESEN

Zweifler halten an alten Vorstellungen vom Buch und seiner Produktionstechnik fest. Verschiedene Diskussionsebenen lassen sich hier unterscheiden: auf individueller Ebene etwa eine persönliche Affinität zu traditioneller Handwerkskunst; die Distinktion durch diesen bildungsbürgerlichen Habitus ist ebenfalls ein gängiges Argument der Valorisierung als Kulturkapital und spezifischer Milieus; der Rekurs auf die Metaebene der Produktionsinstanzen als Qualitätssicherung der Literaturproduktion bedeutet auch die Absicherung gebundener Investitionen als gesellschaftlich relevante Werte von höherem Rang.

Allen drei hier erwähnten Argumentationslinien, die im Einzelnen komplexere Verwurzelungen im kulturpolitischen Diskurs haben, ist eine Distanzierung der Produkte und Produktion von profanem Gewinnstreben (intellektuell oder ökonomisch) eigen. Auch hier gibt es wieder eine Parallele zu heftigen Diskussionen von vor über 10 Jahren, als man leidenschaftlich die kulturpolitische Einordnung neuer Medien in Hoch- bzw. Massenkultur vermessen wollte. Wie sich gezeigt hat, ist diese Frage obsolet und in einem bis dato herrschenden Entertainment-Komplex aufgelöst worden, der die Nachfrage nach identitätsstiftendem Konsum bedient.

Ebenso ist die Verteidigung von Büchern und der traditionellen Kulturtechnik „Lesen“ völlig unerheblich. Selbstverständlich wird das E-Book gedruckte Bücher nicht zum Verschwinden bringen. Aber auf einem veränderten Markt von Textprodukten wird das herkömmliche Buch nur eine – dazu noch eine sehr reduzierte – unter vielen Möglichkeiten. «