

Entwicklungen in Marketing und Vertrieb von Ebooks

AKEP-Jahrestagung 2013

Johanna Schaumann

Elektronisches Publizieren
Carl Hanser Verlag München

schaumann@hanser.de

- Produktion, Auslieferung und Marketing von Ebooks in der Belletristik
- Einführung und Betreuung der Ebook-Workflows im Gesamtverlag (Fachbuch und Belletristik)
- Zusammen mit Peter Schmid-Meil Leitung der Kommission Ebook im AKEP

Vertrieb und Marketing von Ebooks

- Ist ja alles ganz einfach und funktioniert automatisch.....

!!! Stopp !!!

- **Vertrieb und Marketing von Ebooks (Digitalen Publikationen)** ist viel Arbeit auf einem sich schnell entwickelnden komplexen Markt, Standards sind kaum vorhanden bzw. entwickeln sich gerade.

Digitale Publikationen müssen

- Bestimmte Dateiformate aufweisen und Qualitätskriterien erfüllen
- Man braucht eine Hardware (Reader, Tablet, PC, Smartphone..)
- Die Hardware muss eine eReadingsoftware haben mit bestimmten Funktionen (Notizen, Lesezeichen..), die der Leser erwartet.

Digitale Publikationen (er)fordern:

- Kenntnisse/Kompetenz in der Produktion und Technik (was ist technisch machbar)
- Kenntnisse/Kompetenz der Hardware und Software (wie funktionieren die Geräte...)
- Kenntnisse des Marktes
(Vertriebspartner, Geschäftsmodelle)
- Kenntnisse der Marketingmöglichkeiten
(Direkt-, Handels- und Onlinemarketing)

Digitaler Markt (be)entsteht:

- Verlage produzieren in der Regel PDF- oder Epubdateien, die auf den Ebookmarktplätzen angeboten und verkauft werden.

Wer sind meine Vertriebspartner?

- Für jeden Handelspartner gibt es einen Vertriebsvertrag, der die Zusammenarbeit mit dem Verlag (Konditionen, Vertriebsrechte, Datenanlieferung, Abrechnung..) regelt. Vertragsverhandlungen sind zeitaufwändig und komplex.
- Handelspartner untereinander vernetzt mit dem Ziel, möglichst alle Ebooks zu haben.

Wer sind meine Vertriebspartner?

- **Internationale Vertriebspartner**
(Apple, Amazon) mit *geschlossenen* Ökosystemen (Hardware, Software, Service, Content, Pricetears, DRM)
- **Internationale Vertriebspartner**
(Kobo, Barnes & Nobles, Google) mit *offenen* Systemen (Hardware, Software, Service, Content)
- **Vertriebspartner aus der Branche** (Weltbild, Hugendubel, Thalia) mit *offenen* Systemen (Hardware, Software, Service, Content) z.B. Tolino, Content cloudbasiert, Zugriff von beliebigen Endgeräten aus unterschiedlichen Shops möglich

Wer sind meine Vertriebspartner?

- **Aggregatoren**

- „Barsortimentsfunktion“, Verlage liefern Ebooks und Metadaten, der Aggregator übernimmt verlagsübergreifend die Technik, den Vertrieb und Abrechnung
- Technik für Shopanbindung z.B. für den Buchhandel, Blogger

z.B. MVB, Barsortimenten (Libri, Umbreit, KNV), Ciando, Ceebo, Bookwire

- **Digitale Auslieferung**

Konvertierung, Distribution, Remote Digital Warehouse
z.B. Bookwire, HGV, VVA ...

Wer sind meine Vertriebspartner?

- **„Reine“ Ebookhändler**
wie Ciando, beam-ebooks
- **Branchenfremde Vertriebspartner, Onlinehändler**
z.B. Telekom, Media Markt.....
- **Verkauf über eigene Verlagswebsite**
z.B. Whitelabelshop, eigene Shoplösung, Verlinkung auf Ebookpartner von Verlagswebsite

Digitaler Markt (be)entsteht:

- Verlage produzieren in der Regel PDF- oder Epubdateien, die auf den Ebookmarktplätzen angeboten und verkauft werden.
- Der „Leser“ braucht ein Endgerät mit einer eReadingsoftware um die Ebooks zu lesen.

Endgeräte, Ereadingsoftware

- Erst seit es gute Endgeräte gibt, werden Ebooks akzeptiert und gekauft, „Türöffner“ für den Ebookmarkt. Viele Gerätehersteller produzieren eine große Anzahl von unterschiedlichen Geräte- bzw. unterscheiden sich in den Displaygrößen
- E-ink-Technologie versus TFT-Bildschirm (Schwarz-weiß – farbig)
- Geräte mit mobilen Datenzugriff – **Download**
- Betriebssysteme Tablet (*iOS – Apple , Android, Windows Phone, Blackberry...*)
-

Endgeräte, Ereadingsoftware

- Ereadingsoftware wird immer besser, bietet immer neue Möglichkeiten (Socialreading, Lesen in der Cloud, Markieren, zitieren....)

Digitaler Markt (be)entsteht:

- Verlage produzieren in der Regel PDF- oder Epubdateien, die auf den Ebookmarktplätzen angeboten und verkauft werden.
- Der „Leser“ braucht ein Endgerät mit einer eReadingsoftware um die Ebooks zu lesen.
- Der „Leser“ kauft Ebooks, genauer gesagt erwirbt er ein Nutzungsrecht



Ebookmarketing = Digitales Marketing

- **Produkt-Präsentation auf Verlagswebsite, Shopwebsite**
 - Ebooks sind eigenständige Produkte und sollten auch so im Netz dargestellt werden (Autor, Titel, Cover, Inhaltsangabe, ET), Qualität der Metadaten
 - Zusatzmaterialien, die für Printprodukte erstellt und im Netz sichtbar sind, kann man auch bei Ebooks integrieren.
 - Anbieten von Leseproben (Widgets, Dateien....)
 - Social Bookmarking ermöglichen
 - Darstellung auf Mobilien Geräten

Informationen auf der Website

- Verlinkbar,
- Abonnierbar
- Weiterleitbar/“likebar“
- „einbettbar“
- Kommentierbar
- Bewertbar
- Filterbar/personalisierbar
- Nutzbar (Rechte)
- Auf mobilen Geräten lesbar

Ebookmarketing = Digitales Marketing

- **Platzierung in den Shops bzw. auf den Websites der Shoppartner, Verlagswebsite**
 - Startseiten (Banner, Teaser, Navigationslayer...)
 - Themenseiten, Autorensseiten, Verlagsseiten
 - Novitäten und Backlisttitel präsentieren

Storemanager aktiv ansprechen, Programmvorstellen, Marketing besprechen

Ebookmarketing = Digitales Marketing

- **E-Mail- und Newslettermarketing**

- Von Verlagsseite
- Von Handelspartner (Aggregatoren, Sortimenter...)
- Gestaltungs- und Platzierungsmöglichkeiten
- Zielgruppenspezifisch, Themen bzw. Aktionsspezifisch, „reguläre“ regelmäßige Newsletter

Ebookmarketing = Digitales Marketing

- **Einbindung in Social Media Netzwerke**
 - Von Verlagsseite
 - Von Handelspartner (Aggregatoren, Sortimenter...)
 - Twitter, Facebook, Pinterest, Youtube....

Ebookmarketing = Digitales Marketing

- **Kooperationspartner im Netz, Community**
 - Social Reading Platform Lovelybooks
 - Vorablesen.de
 - Book2look
 - Spezialinterest Partner (Krimiblog, Literaturblog....)

Ebookmarketing

- **Teilnahme an Marketingaktion von Handelspartner**
 - Gerätekauf und Freebook
(Preloadedcontent oder Ebookgutschein bei Kauf)
 - Leseproben auf Geräten
 - Kooperationswerbung
(Cover bei Produktwerbung...)

Ebookmarketing

- **Zusammen mit dem Sortimenter vor Ort**
 - Präsentationsfläche im Laden für Geräte
 - QR-Codes bei Lesungen mit Link zu Ebook
 - Material für Social Media, Website und Newsletter
 - Gewinnspiele, Aktionen, Ebookparty

Ebookmarketing

- **Leseproben, Produktvarianten**
 - Widgets für Leseproben, die von Partnern eingebunden werden können
 - „Extended“ Leseproben
 - Leseproben mit direkter Verlinkung in Shop
 - Altauflagen mit Probekapitel von Neuauflage

OHNE DRM, einfach zum Downloaden

Ebookmarketing

- **Freebook, „Preisaktionen“**
 - Freebook von Backlistitel, wenn Novität des Autors erscheint (meistens 1 Tag)
 - Freebook von 1. Band bei Serien, Reihen (über einen längeren Zeitraum)
 - Preisaktionen für Backlistitel, wenn Novität erscheint
 - Preisaktion für Novität
 - Kapitel eines Printbuches vorab als günstiges Ebook

OHNE DRM, einfach zum Downloaden, Zeitfaktor, Preisakzeptanz

Ebookmarketing

- **BIG DATA „Data – Driven – Discovery“**
 - Algorithmen empfehlen dem Leser das nächste Buch
 - „Linksharing“ gibt Auskunft über
 - Leser (wer beeinflusst wen?)
 - Wo ist der Leser vernetzt?
 - Wann ist der Leser im Netz aktiv....

Meine Gedanken/Fragen zu Ebooks

- **Orientierung/Suchkriterien in Shops**
 - Bekanntes aus der physischen Welt, aber wo bleiben dann die „enhanced Ebooks“, Ebook-Only, ebook-First –Kategorien, „Kurze-Ebooks“, Fortsetzungsgeschichten, Neuen Formate?
 - Auswahl nach Preis, Erscheinungstermin, Topseller, Kundenbewertung, Vorbestellen, kostenlos
- **Ebookbestsellerlisten als Orientierung?**
(Bestseller Print ist auch Bestseller Ebook, Eigene Bestsellerlisten in Shops)

Meine Gedanken/Fragen zu Ebooks

- **Marketing beginnt erst mit Erscheinen des Ebooks?**
 - Elektronische Leseexemplare für Presse und Buchhandel
 - Anzeige in den Shops, Vorbestellfunktion?
- **Marketing auch für Backlist!**
 - Vergriffen gibt es nicht mehr?
 - Autor wird zur Marke weniger der Verlag!
- **Bereit sein für den Dialog mit anderen Partnern!**

denn nicht nur in der Verlagswelt, viele Tipps zum Lesen und Ereader z.B. in Computerzeitschriften, Tageszeitungen ...

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Johanna Schaumann

Elektronisches Publizieren, Carl Hanser Verlag München

schaumann@hanser.de