

Ein rotes, vier blaue, ein weißes, zwei in zartem Rosa, drei grüne... Es dauert lange, bis ich begreife, was mich an der Trockenschnecke der Buchbindemaschine so fesselt. Sie schiebt im Sekundentakt einzelne Exemplare verschiedenster Paperback-Titel aufs Förderband in Richtung Dreiseitenschneider. Woher, bitte, weiß diese Maschine, wann sie nach welchem Einband greifen muss? Welcher Buchblock in den Umschlag kommt? Während ich grübele, fährt das nächste Buch heran und ich bin sicher, jetzt hat die Maschine auch noch meine Gedanken gelesen: „Wunder kommen leise“ prangt auf dem blauschwarzen Cover.

Wir sind zu Besuch bei BoD – Books on Demand in Norderstedt bei Hamburg, und was sich an der Bindemaschine abspielt, ist die vorletzte Produktionsstufe in einem komplett durchdigitalisierten Herstellungsprozess für Bücher, der nahtlos in einen ebensolchen Distributionsprozess übergeht. „Digitale Buchpublikation für Autoren und Verlage“ nennt BoD seine Dienstleistungen in der Unternehmenssprache und meint hier mit digital nicht nur E-Books, sondern die gesamte moderne Produktion von Büchern, unabhängig davon, in welcher Publikationsform sie am Ende zum Leser kommen.

In Druckauflage denken ist passé

Das blauschwarze Wunderbuch war ein Einzelstück im Produktionsdurchlauf. Seine Mutterdatei liegt mit weiteren 3,6 Millionen druckbereiten Titeln auf dem Server von BoD. Es wurde erst gedruckt, nachdem eine Bestellung dafür da war. „Wir denken nicht mehr in Auflage. Davon muss man sich komplett lösen. Wir produzieren nach Bedarf – on demand. Die Auflage spielt keine Rolle mehr“, so Dr. Gerd Robertz, Sprecher der Geschäftsführung von BoD.

An diese Buchproduktion auf Nachfrage hat BoD einen Komplettservice für alles angeschlossen, was nach der Fertigstellung des Manuskriptes durch den Autor/die Autorin kommt: auf der Bestellseite automatisierte Auftragsannahme, auf der Vertriebsseite weltweiten Vertriebsservice sowie den physischen Buchversand. Nur den Verkauf machen die Norderstedter nicht, besser gesagt, nicht in jeder Sparte. Für den Bereich Selfpublishing gibt es den BoD-Buchshop² mit derzeit rund 100.000 Buchangeboten, gedruckt oder als E-Book. Die anderen Buchbestellungen kommen entweder von einem Verlag, von einem Autor, aus dem stationären Buchhandel, einem Buchhandels-Onlineshop, oder von einer Firma, die ihre Unternehmenspublikationen mit BoD auflegt. Taschenbücher sind in der Regel ein bis zwei Tage nach



Gegründet 1998 von Libri als Digitaldienstleister für Verlage, beschäftigt BoD heute rund 80 Mitarbeitende in der Verwaltung und etwa 100 in der Produktion. Im vergangenen Jahr wurde die Produktionskapazität in der Druckerei um 50 Prozent erweitert.

der Bestellung, Hardcover drei bis vier Tage später beim Leser. Nach Unternehmensangaben hat das Vertriebsnetz von BoD Anschluss an alle relevanten Buchhandlungen, Online-Shops und Großhändler – z. B. Amazon, Apple iBooks, Tolino, Google Play, Thalia, Hugendubel uvm. Robertz erklärt: „Alles kommt von der digitalen Plattform. Wer heute nicht so denkt – von der digitalen Plattform kommend –, der wird in Zukunft Probleme haben.“

Spätestens an dieser Stelle wird sichtbar und greifbar, welche Dimension die Veränderung durch Publishing on demand für die Druckbranche, die Verlagswelt und den Buchhandel hat. Hier geht es nicht um Wettbe-



„Wer heute in der Publikationsbranche nicht von der digitalen Plattform kommend denkt, der wird in Zukunft Probleme haben“, Dr. Gerd Robertz, Sprecher der Geschäftsführung von BoD – Books on Demand. Er kennt die Buch- und Medienbranche bestens und aus vielen verschiedenen Perspektiven. Unter anderem war er mehrere Jahre in Amerika und Kanada, arbeitete für bookspan in New York und für Doubleday in Toronto. Bevor er 2015 zu BoD kam, war er Geschäftsführer von bucher.de und in der Weltbild-Geschäftsführung.

² <https://www.bod.de/buchshop/>



„Selbst wenn es freien Zugang zu den Digitalversionen gibt, wollen viele Leute eine kostenpflichtige Druckversion. Ich habe gerade mehrere solcher Anfragen“, BoD-Vertriebsmanager Oliver Schnoor. Der gelernte Verlagskaufmann hat später Kommunikationswirtschaft studiert und viel Erfahrung überwiegend in der Hamburger Verlagslandschaft gesammelt.



„Man muss den Gedanken des Print on Demand beim Lebenszyklus der Publikation von vornherein mitdenken“, BoD-Pressesprecher Thorsten Simon. Er ist Medienwissenschaftler mit Zusatzstudium in klassischer Öffentlichkeitsarbeit.

werb. Hier geht es um tiefgehende strukturelle Umwälzungen.

Die Datenhoheit über die Inhalte der Publikation bleibt beim Autor bzw. beim Verlag, der ihn vertritt. Er lädt seine Datei im Normalfall über eine der BoD-Web-Plattformen oder eine FTP-Schnittstelle auf die Server von BoD hoch. Wenn Inhalte geändert werden müssen, kann das der Rechteinhaber laut Robertz jederzeit tun, indem er einfach die korrigierte Datei neu hochlädt. BoD selbst fasst den Inhalt einer Buchdatei niemals an. Die Mutterdatei wird auf den BoD-Servern „für immer“ gespeichert, das heißt, so lange, bis der Autor oder Verlag sie von sich aus entfernt.

Eine Selfpublisherin wird mit BoD zur Verlegerin

Viele Aufträge bekommt BoD derzeit von einem Verlag, den es vor ein paar Jahren noch nicht gab und den es im Sinne der traditionellen Unternehmensgestaltung von Verlagen auch jetzt nicht gibt. Er ist über die Selfpublishing-Schiene von BoD entstanden und wird von einer Bloggerin betrieben. Sie hat aus ihrem Blog heraus ihr erstes Buch mit BoD gemacht. Der Titel lief gut an, die Nachricht zog Kreise. Freunde kamen auf sie zu, wollten wissen, wie sie das gemacht hat, und ob sie ihnen dabei helfen könnte, es ihr nach zu tun. Sie konnte und wurde Verlegerin ohne einen klassischen Verlag aufzubauen. Für ihre verlegerische Tätigkeit nutzt sie komplett die Services der Norderstedter Systemdienstleister. BoD-Vertriebsmana-

ger Oliver Schnoor fasst den Unterschied zur reinen Print-on-Demand-Dienstleistung zusammen: „Wir haben im Bereich digitales Publizieren das Gesamtpaket. Die Druckmaschinen und die Softwareplattform sind die Basis. Aber was danach kommt, die nahtlose Verbreitung in alle Kanäle über alle Barsortiment- und Verlagsauslieferungen – da findet man nichts Vergleichbares.“ Auf Nachfrage, ob es im Bereich des akademischen Publizierens nicht doch schon etwas Vergleichbares gäbe, nennt er den Service Glasstree Academic Self Publishing³, ein Angebot des amerikanischen Selfpublishing-Dienstleisters Lulu. Dieser setze jedoch andere Schwerpunkte, wolle mit Glasstree vor allem selbst publizierende Privatautoren aus der Wissenschaft bedienen, weiß Schnoor. Lulu sei mit seinem Angebot aber noch nicht so weit wie BoD und noch überwiegend auf dem US-Markt aktiv.

Digitale Buchpublikation von vornherein mitdenken

Die traditionellen Verlage schätzen die BoD-Services besonders für die Titel aus der Backlist. Das Verfahren lässt „vergriffen“ zu einem aussterbenden Wort werden. Vage Auflagenplanungen, Lagerhaltung, Bestandspflege und nicht zuletzt das Verramschen von Überbeständen werden obsolet. „Umweltfreundlicher als auf Nachfrage kann man Bücher nicht produzieren“, bringt BoD-Pressesprecher Thorsten Simon einen weiteren Aspekt ins Gespräch. Doch nicht nur deswegen könne das On Demand-Verfahren durchaus auch für Neuauflagen interessant sein. Bei Büchern, deren Markchancen schwer einschätzbar sind, hätten Verleger die Chance, zunächst mit einer kleinen Auflage in den Markt zu gehen und Print on Demand dahinter zu legen. Sollte der Verkauf anziehen, kann „der Schalter problemlos wieder umgedreht und Auflage produziert werden“. BoD nimmt den Titel dann kurzfristig aus den eigenen Systemen, so dass die Auflage vom Verlag abverkauft werden kann. Ist sie weg, wird der Schalter wieder zu Print on Demand umgelegt. „Print on Demand muss man beim Lebenszyklus der Publikation von vornherein mitdenken“, so Simon. Wichtig sei, sich die „flexiblen Möglichkeiten der digitalisierten Buchpublikation“ bewusst zu machen.

Aus E-Books only werden gedruckte Bücher

Zunehmend stoßen auch E-Book-Verlage zum Kundenkreis der Norderstedter. Ursprünglich gestartet mit einem reinen E-Book-Portfolio, erkennen diese in der Print on Demand-Technologie die Chance, ihren

³ <https://glasstree.com/>

Autoren beide Welten zu bieten. „Einige verkaufen bereits mehr gedruckte Bücher als klassische Verlage“, weiß Schnoor. „Da kann es sogar sein, dass wir vom E-Book-Datenformat rückkonvertieren zum Druck-pdf. Normalerweise läuft es ja umgekehrt. Aus dem Druck-pdf entsteht das E-Book.“

Nach den Jahren des E-Book only-Hypes beobachtete BoD einen Trend wieder hin zum gedruckten Buch, gleichberechtigt an der Seite des E-Books. Jede Publikationsform hätte ihre Vorzüge für bestimmte Einsatzzwecke, weshalb aus Sicht von BoD beides seine Berechtigung hat. Im wieder ansteigenden Interesse am gedruckten Buch sieht das Unternehmen weiteres Potential für sein Geschäft. „Wir erkennen, dass wir erstaunlicherweise bei Vielen den Effekt freisetzen: Ja wenn das jetzt so leicht möglich ist, dann hätte ich das gerne auch gedruckt“, erzählt der Geschäftsführer. In den letzten Monaten hätte BoD diese Reaktion bei Gesprächen im Wissenschaftsbereich mehrfach gehört. Selbst wenn sie von der Open Access kostenlos verfügbaren E-Book-Version wüssten, wären viele Leute bereit, für den Druck zu bezahlen. Sie wollen

für ihre Arbeit einfach das gedruckte Buch haben. Robertz erwartet, dass „wir mit Sicherheit genau an dieser Schnittstelle sehr viel Bewegung sehen“ werden.

Das Wissenschaftsangebot PubliQation, auch für Eigenmarken

Mit PubliQation Academic Publishing will BoD nun auch die Wissenschaft direkt bedienen. Kernmarkt sind die deutschsprachigen Länder, die Dienstleistungen aber global vernetzt, „weil Wissenschaft nicht an Ländergrenzen halt macht“. Das Angebot deckt alles ab, was nach dem Manuskript und unmittelbar vor dem Verkauf liegt, abgestuft verpackt in drei Produktpaketen. Der Kunde kann wählen, ob er unter einer eigenen Marke oder unter der Marke PubliQation publizieren will. Wenn die Veröffentlichung unter der Marke PubliQation laufen soll, muss der Privatautor bzw. die Privatautorin wissenschaftlich tätig sein und bei der Publikation sollte es sich möglichst um eine Dissertation handeln. BoD will damit einen Standard setzen, um PubliQation mittelfristig als wissenschaftliche Qualitätsmarke aufzubauen, unter der wissenschaftli-



Hocheffizient: Die Digitaldruckmaschine verarbeitet die Buchaufträge in rasantem Tempo hintereinander weg. Pro Minute werden um die 100 Meter bedruckt. Auf der Rolle sind acht bis zwölf Kilometer Papier. Sie wiegt etwa 900 Kilogramm. Die Erläuterungen von BoD-Vertriebsmanager Oliver Schnoor (r.) faszinieren den Leiter des b.i.t.verlages, Erwin König (m.) ganz offensichtlich. Links im Bild Dr. Gerd Robertz, Sprecher der BoD-Geschäftsführung, im Hintergrund BoD-Pressesprecher Thorsten Simon.



© BoD



Getrennt durch den Einband warten die Buchblocks auf die Weiterverarbeitung in der Bindemaschine (die, wenn man es genau nimmt, eigentlich eine Klebmaschine ist).

che Einrichtungen, aber auch privat publizierende Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler hochwertige Wissenschaftsliteratur veröffentlichen können.

Die drei vordefinierten Produktkonfigurationen von PubliQation enthalten jeweils die Herstellung einer Druckfassung und einer E-Book-Version, die Katalogisierung und Listung in den relevanten Bibliothekskatalogen und Buchhandelsverzeichnissen sowie das

buchhandelsspezifische Publikationsmanagement. BoD listet den Titel in den nationalen und internationalen Buchhandelsverzeichnissen als lieferbares Buch und trägt es in Bibliothekskataloge inklusive dem OCLC WorldCat ein. Der Systemdienstleister kümmert sich auch um das ISBN- und DOI-Management sowie den Versand.

Open Access-Veröffentlichung kann bei jedem Paket optional kostenpflichtig beauftragt werden.

IQ advanced, IQ superior und IQ genius – drei Pakete PubliQation

Beim Basispaket IQ advanced gibt es zu den aufgezählten Leistungen fünf gedruckte Freixemplare und das E-Book im Format ePDF. Die nächsthöhere Produktvariante IQ superior bringt zusätzlich einen Plagiatscheck mit iThenticate mit und 10 Freixemplare sowie das E-Book in drei Formaten (ePDF, ePub, Mobi). Zum dritten Paket IQ genius gehören neben dem Plagiatscheck individuelles Coverdesign, Buch-

satz und besondere Buchausstattungen, sowie eine abgesicherte Langzeitarchivierung, und BoD übernimmt auf Wunsch auch den Direktversand an Endkunden. Für die Langzeitarchivierung kooperieren die Norderstedter mit dem amerikanischen Digitalarchiv-Anbieter Portico, der auch von Bibliotheken und Verlagen genutzt wird. Die bei BoD gespeicherte Mutterdatei des Werkes wird dort ein zweites Mal abgelegt. Mit diesen vorkonfigurierten Paketen ist BoD im letzten Jahr auf den Markt gegangen. Die Norderstedter wollen flexibel nachjustieren, sollten aus der Praxis andere oder weitere Anforderungen kommen.

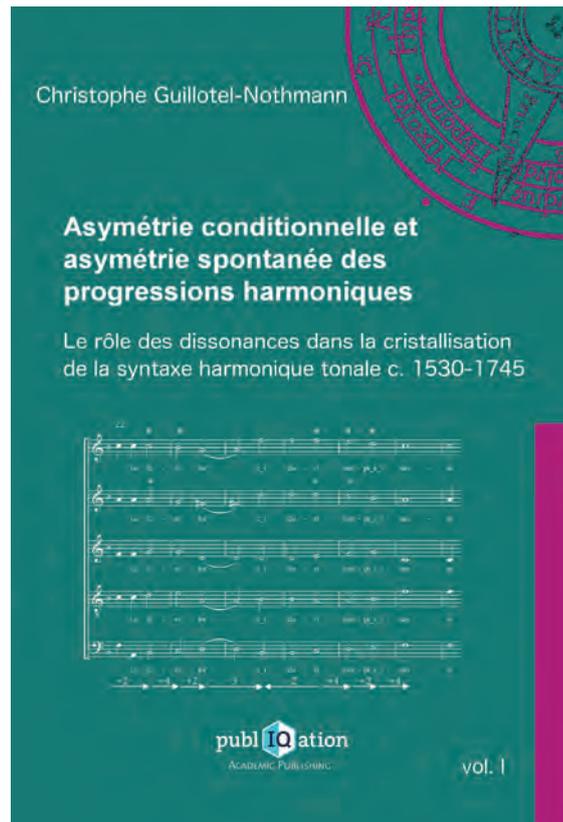
PubliQation wird seit Anfang 2017 eingeführt, auf Terminen und in Workshops vorgestellt. Die Zusammenarbeit mit den ersten akademischen Partnern ist angelaufen. Schnoor erzählte, dass man über die inhaltliche Schiene sehr viel Begeisterung gefunden hätte, sich dann allerdings in administrativen Aufgabenstellungen die Mühen der Ebene aufgetan hätten. Welche Fragen es hier zu beantworten gilt, sei für BoD die „vielleicht bisher größte Lernerfahrung“ gewesen. Inzwischen konnten mit der Fachhochschule RheinMain und der Universität Hamburg die ersten Hochschulen für das akademische Angebot aus dem Hause Books on Demand als institutionellen Publikations-service gewonnen werden.

Das erste Werk unter dem Label PubliQation ist im November 2017 erschienen. Es handelt sich um eine dreibändige Dissertation in historischer Musikgeschichte. Sie wurde von einem privaten Autor aus Frankreich in Auftrag gegeben, der an der Sorbonne in Paris und an der Humboldt-Universität in Berlin geforscht hat. Moderne Wissenschaft ist global und vernetzt. Nach der Philosophie von BoD müssen es ihre Dienstleister genau so sein.

2.500 Verlage, 80.000 Selfpublishing-Titel, 40.000 Autoren

1998 war „Die Verfassung der Freien- und Hansestadt Hamburg“ das allererste im Print on Demand-Verfahren bei BoD hergestellte Buch. Zwanzig Jahre später zählt das Unternehmen mehr als 2.500 Verlage zu seinem Kundenstamm. Aus dem Selfpublishing-Service sind rund 80.000 von BoD produzierte Titel im Buchhandel und damit on demand verfügbar, ebenso 60.000 lieferbare E-Books. Rund 40.000 Autoren veröffentlichen ihre Bücher mit BoD. Pro Tag laufen bis zu 30.000 Titel über die Druckmaschinen. Der Druckauftrags-Durchschnitt liegt bei 1,5 Exemplaren. Im Selfpublishing-Bereich wächst die Titelproduktion zweistellig.

Wenn BoD mit dem neuen Service PubliQation Academic Publishing nur halb so erfolgreich sein sollte wie



mit seinen Dienstleistungen für Verlage und Selfpublisher, wird die wissenschaftliche Publikationslandschaft in ein paar Jahren anders aussehen als heute. Robertz jedenfalls ist fest überzeugt: „Die digitale Buchpublikation wird weiter an Bedeutung gewinnen.“

Die Verfassung von Hamburg wird übrigens heute noch in Norderstedt gedruckt. Wenn sie mal jemand braucht. |



Vera Münch

ist freie Journalistin mit Schwerpunkt Fachinformation und Wissensvermittlung
vera-muench@kabelmail.de