„Print-on-Demand“ - immer druckbereit

Artikel von Manuel Heckel in Süddeutsche Zeitung 08.10.2010

„Print-on-Demand“ ist ein Wachstumsmarkt. Auch mit kleinsten Auflagen kann so Geld verdient werden.

Die Werke heißen „Gebrauchsgegenstände drechseln“ oder „Susie - der 1. Rutesheimer Stadtkrimi“, auf den Bestsellerlisten sucht man die Titel meist vergeblich. Ihre Autoren sind auf der Buchmesse eher als Besucher anzutreffen und nicht als gefeierte Schriftsteller am Verlagsstand. **Ansonsten aber stimmt alles: Die Bücher haben eine solide Qualität, einen ausführlichen Klappentext, eine eigene ISBN. Via Internethandel oder Buchhandlung sind die Bücher jederzeit zu bestellen. Möglich macht das „Print-on-Demand“.** Das Modell, das sich in Deutschland zunehmender Beliebtheit erfreut, wurde möglich durch günstige **Digitaldrucktechnik**. Mit ihr können auch kleinste Auflagen rentabel realisiert werden. So kann jeder, der sich zum Autor berufen fühlt, für wenig Geld seinen Namen auf ein Buchcover setzen. Kein Lektor prüft die Texte - das führt zu einer bunten Titelvielfalt.

Marktführer ist **Books on Demand** (**BoD**), eine Tochter des Buchgroßhändlers **Libri**. Das Unternehmen setzt mittlerweile einen mittleren 2-stelligen Millionenbetrag um; in den vergangenen 4 Jahren habe sich der Umsatz vervierfacht, sagt Geschäftsführer Moritz Hagenmüller. „Und wir gehen davon aus, dass sich das Wachstum so fortsetzt.“ Etwa **3 Millionen Bücher** will BoD im Jahr 2010 drucken. Im Mai wurde ein neues Druckzentrum in Norderstedt bei Hamburg eingeweiht.

Etwa die Hälfte des Geschäfts bei BoD machen die **Hobbyautoren** aus. Die anderen 50 Prozent des Umsatzes kommen von **Verlagen**. Auch mit Springer und Suhrkamp bestehen Kooperationen. Geschäftsführer Hagenmüller sieht große Wachstumschancen. Am Markt für E-Books will BoD, das seit knapp 10 Jahren existiert, auch mitspielen. Mitte der Woche gab das Unternehmen bekannt, künftig für einen Kostenaufschlag auf Wunsch die Titel auch als **elektronisches Buch** [E-Book] zu vertreiben. „Ziel ist es, **niemals vergriffen** zu sein“, sagt Hagenmüller.

Der BoD-Geschäftsführer schätzt den Marktanteil seines Unternehmens auf **80 Prozent**. Den Rest teilen sich etwa 15 Unternehmen, viele davon sind mittelständische Druckereien, die durch den Druck von Kleinstauflagen ihre Maschinen besser auslasten wollen. Eine harte Konkurrenz ist das Modell für Wissenschaftsverlage, die von ihren Titeln nur sehr wenige Exemplare vertreiben. Auch Verlage, die hoffnungsfrohe Autoren mit einem **Druckkostenvorschuss** ködern wollen, sind keine Freunde der Print-on-Demand-Unternehmen.

„Wir sind zu Anfang mit der Werbewelle von BoD geschwommen wie ein Delfin vor dem Tanker“, räumt Johannes Monse freimütig ein. Er ist Mitinhaber des Münsteraner Verlagshauses **Monsenstein & Vannerdat**. Anfang des Jahrtausends als Kleinstverlag für den Comic eines Bekannten gestartet, stießen er und sein Kompagnon Tom van Endert bald auf die Digitaldrucktechnik, die gerade den Kinderschuhen entwuchs. Heute druckt der Verlag **100.000 Bücher pro Jahr**, die Umsätze wachsen „stetig und konstant“. Daneben leisten sich die beiden Inhaber ein kleines Verlagsprogramm. Etwa 80 Prozent der Umsätze aber werden durch die Bücher aus dem Book-on-Demand-Geschäft realisiert. „Das ist das Brot-und-Butter-Geschäft für uns“, sagt Monse.

Gemeinsam ist allen Unternehmen ein Grundmodell zu einem **sehr niedrigen Preis**. Dafür muss der angehende Autor aber fast alles selbst machen. Das **formatierte Manuskript** wird umgewandelt und als Druckdatei bereitgestellt. Sobald jemand das Buch ordert, laufen die Druckmaschinen an. Von jedem verkauften Exemplar erhält der Autor einen kleinen Anteil. **Zusatzleistungen**, die entfernt an die Arbeit von Verlagen erinnern, kosten extra. Wer also doch noch einen Korrektor über sein Werk lesen lassen will, zahlt einige hundert Euro mehr.

Aus Gesprächen mit Kunden weiß Verleger Monse, dass der Traum vom erfolgreichen Schreiben bei vielen mitschwebt: „Einige müssen wir dann auch wieder auf den Boden der Realität holen“, sagt er. Für den Großteil der via Digitaldruck verlegten Bücher gebe es kaum einen Markt, sagt Monse: „Es ist einfach eine tolle Sache, das eigene Werk in den Händen zu halten.“ […]

SG: Selbstverständlich kann man auch eine erste Auflage und spätere Auflagen in festgesetzten Buchzahlen drucken lassen und selbst verschicken. Es ist aber eben auch möglich, einzelne Bücher entsprechend der Nachfrage nachdrucken und verschicken zu lassen.

Siehe unter anderem auch:

PK 2010-4 SG, Der „E-Book-Hype“ und die Pressglas-Korrespondenz auf CD oder Website

PK 2010-4 SG, Richard Duboucarré: Opaline de Foire - Opale et Verre Moulé, Oktober 2010

PK 2009-2 Anhang 01, Karl Heinrich Siegwart, Die Siegwart und die edle, freie Glasmacherkunst
SG, Zum Abdruck … (Book-on-Demand)

PK 2010-2 SG, Dominik Siegwart: Konrad Siegwart, Bäckermeister von Fützen, Aachen 2009 (Book-on-Demand)

http://de.wikipedia.org/wiki/E-Book … http://de.wikipedia.org/wiki/E-Book-Reader
http://de.wikipedia.org/wiki/Book-on-Demand