



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Der Einfluss des e-books auf die Profession des Lektors  
Ein Vergleich zwischen deutschem und amerikanischem  
Buchmarkt“

Verfasserin

Magdalena Kislinger

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 393

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Vergleichende Literaturwissenschaft

Betreuer:

Dr. Ernst Grabovszki

## Danksagungen

Ich möchte allen voran meinen Eltern, Martin und Katharina Kislinger, danken, dass sie mir dieses Studium ermöglicht haben und mich finanziell und vor allem moralisch mit allen Kräften unterstützt haben. Sie haben mir stets das Gefühl vermittelt, dass mir im Leben alle Türen offen stehen und man im Leben viel erreichen kann, wenn man sich mit Liebe und Vertrauen einsetzt.

Durch sie habe ich gelernt, in dem was ich tue Durchhaltevermögen zu zeigen und meine Ziele konsequent zu verfolgen.

Auch meinen Geschwistern, Martin, Eva und Andreas möchte ich danken, die mir durch ihre selbstständige und überzeugte Lebensweise wichtige Vorbilder sind.

Ein großer Dank gilt meinem Betreuer Herrn Dr. Ernst Grabovszki für seine Unterstützung und seine hilfreichen Ratschläge während des Verfassens dieser Arbeit. Durch seine Anregungen und Hilfestellungen konnte ich immer wieder neue Aspekte des Themas entdecken, die das Arbeiten an der Diplomarbeit spannend machten.

Ich danke Ingrid Reitinger, dass sie mich seit vielen Jahren in allem unterstützt und mir eine zuverlässige Wegbegleiterin ist. Sie versteht es, mir durch guten Rat und Zuspruch Antrieb zu geben, damit ich meine Pläne für die Zukunft auch weiterhin unablässig verfolge.

Jana Mende möchte ich für ihre Beharrlichkeit danken, durch die sie mich sowohl im Studium als auch privat stets angespornt hat, mein Bestes zu geben und den eigenen Anspruch an meine Arbeiten jedes Mal ein kleines Stück zu steigern.

Danken möchte ich auch Sophie Haidacher, die mir beim Verfassen des Fragebogenmaterials behilflich war und durch ihre Übersetzungsarbeit dazu beigetragen hat, die Datenerfassung so erfolgreich wie möglich zu gestalten.

Schließlich gilt mein Dank Christina Kohlbauer, die durch ihre fachliche Kompetenz während des Korrekturprozesses, diese Arbeit zu bestmöglichem formalem Aussehen verholfen hat.

# Inhalt

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Einleitung</b> .....                                           | 5  |
| <b>Der Lektor: (lat.: „Leser“)</b> .....                          | 8  |
| Die Profession .....                                              | 8  |
| „The Accidental Profession“ .....                                 | 10 |
| Berufsverband: Individualismus versus gemeinsame Interessen ..... | 12 |
| Lektorenausbildung?.....                                          | 21 |
| Lektorenaufstände 1968.....                                       | 24 |
| Das Arbeitsfeld des Lektors .....                                 | 29 |
| Der Agent.....                                                    | 31 |
| Der Autor und der Lektor .....                                    | 33 |
| Die Macht des Lektors.....                                        | 35 |
| <i>Die Reihe</i> .....                                            | 37 |
| <i>Die Anthologie</i> .....                                       | 37 |
| <i>Fremde Literaturen</i> .....                                   | 38 |
| <i>Der Lektor entscheidet</i> .....                               | 39 |
| <b>Der BUCHMARKT</b> .....                                        | 42 |
| Medienvergleich .....                                             | 43 |
| Das e-book .....                                                  | 45 |
| <i>Definition</i> .....                                           | 45 |
| <i>Zeitlicher Abriss der Entwicklung des e-books</i> .....        | 47 |
| Der elektronische Leser .....                                     | 49 |
| <b>Der Lektor und das e-book</b> .....                            | 68 |
| Bastei Entertainment.....                                         | 68 |
| Befragung der Lektoren amerikanischer Verlage: Ein Ausblick ..... | 70 |
| <i>Die Lektoren und Lektorinnen</i> .....                         | 71 |
| <i>Eine gemeinsame Basis</i> .....                                | 76 |
| <i>Ein amerikanischer Blick auf den deutschen Buchmarkt</i> ..... | 78 |
| <i>Literarische Agenten im Zeitalter des e-books</i> .....        | 80 |
| Ist ein Vergleich möglich? .....                                  | 82 |
| <b>Fazit</b> .....                                                | 85 |

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Literaturverzeichnis:</b> .....                                             | <b>87</b> |
| Internetquellen: .....                                                         | 88        |
| <b>Anhang</b> .....                                                            | <b>90</b> |
| Fragebogenmaterial für die Befragung der Lektoren amerikanischer Verlage:..... | 90        |
| Antworten der Lektorinnen und Lektoren: .....                                  | 96        |
| Fragebogenmaterial zur Befragung literarischer Agenten in den USA.....         | 135       |
| Antworten der Agentinnen und Agenten: .....                                    | 137       |
| Abstract (deutsch).....                                                        | 142       |
| Abstract (englisch).....                                                       | 143       |
| Lebenslauf .....                                                               | 144       |

## Einleitung

Was ist ein Lektor? Welche Funktion erfüllt er im literarischen Betrieb? Und lassen sich überhaupt allgemein gültige Aussagen über diesen Beruf treffen?

Weder in der literarischen Öffentlichkeit noch in Forschungskreisen herrscht Einigkeit darüber, was genau den Lektor<sup>1</sup> und seine Tätigkeit ausmachen. In der etwa hundertjährigen Berufsgeschichte wurde allerdings nie der Versuch unternommen, das Berufsfeld zu definieren und diesem damit einen Rahmen zu geben, in dem sich der Lektor betätigen kann. Erst in den vergangenen zwanzig Jahren ist ein intensives Forschungsfeld zu diesem Beruf entstanden, welches sich mit dessen Geschichte zu beschäftigen begonnen hat, um wissenschaftliche Grundlagen zur Beschreibung des Lektors und dessen Arbeitsfeld zu schaffen. Mit einer repräsentativen Studie, die 2010 veröffentlicht wurde, unternahm Walter Hömberg den Versuch, diesen Kommunikationsberuf anhand wissenschaftlicher Daten zu definieren und Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede in allen Aspekten des Berufes zu erarbeiten und zu sammeln.

Ziel meiner Arbeit wird es nicht sein, einen historischen Abriss der Berufsgeschichte zu vollziehen, dafür bietet Ute Schneiders Analyse *Der unsichtbare Zweite*, die sie 2005 veröffentlichte, eine erschöpfende Grundlage. Ein lückenloses Bild der Entwicklung dieses Arbeitsfeldes zu schaffen, scheint ohnehin nicht möglich. Ich konzentriere mich in dieser Arbeit hauptsächlich darauf, einen Überblick zu schaffen, welches Bild über den Lektor in der Öffentlichkeit entstanden ist und ob die Vorurteile, die oftmals mit dem Lektor verbunden werden, zutreffen. Ein Blick auf die Berufsgeschichte wird relevant, um zu zeigen, wodurch diese stereotypen Beschreibungen, die oftmals eine Ansammlung von Metaphern darstellen, entstanden sind und inwieweit der Lektor dafür selbst verantwortlich ist.

Die Berufsbezeichnung des Lektors ist weder staatlich noch rechtlich gesichert, es gibt keine eigene Interessensvertretung und auch keine vorgeschriebene Berufsausbildung. Durch all diese Faktoren konnte in der Vergangenheit kein Aufgabenfeld eingegrenzt werden, das bestimmt, welche Tätigkeiten der Lektor übernehmen muss und welche Aufgaben sein Berufsfeld nicht beinhaltet.

Lektoren selbst sehen sich meist als im Hintergrund Handelnde, die zwar ein wichtiger Bestandteil des literarischen Betriebes sind, jedoch nicht aus den Schatten großer Autoren und

---

<sup>1</sup> Obwohl die in der Öffentlichkeit präsenten Lektoren häufig männlichen Geschlechts sind, möchte ich mit der grammatikalisch maskulinen Bezeichnung immer beide Geschlechter verstanden wissen.

Verleger treten. Dies sollte sich in Zukunft ändern, fordern einige dieser Berufsgruppe. Diesen ‚Figuren‘ am Buchmarkt, über die wenig zu berichten ist, welchen aber derart wichtige Funktionen zu Teil werden, sollten sich auch öffentlich an Diskussionen über Literatur beteiligen. immerhin sind es Lektoren, die den direktesten Zugang zur Literatur haben. Sie sollten selbst etwas Licht in das undurchsichtige Berufsbild des Lektors bringen, plädiert Klaus Siblewski, Lektor des Luchterhand-Verlages. Dadurch könnten auch die Veränderungen des Berufes klarer dargestellt und von der Forschung nachvollzogen werden, um so als Grundlage für zukünftige Analysen, sowohl des Buchmarktes als auch des Berufsbildes selbst, dienen. Vor allem durch die aktuellen Veränderungen am Buchmarkt, könnte es umso notwendiger werden, die Entwicklungen auch aus der Sicht der Lektoren zu analysieren, um alle Aspekte der elektronischen ‚Revolution‘ zu erfassen, die bereits in den 90er Jahren des vergangenen Jahrhundert von Literaturbeobachtern angesprochen wurde.

Bereits 1994 schrieb Sven Birkerts, Universitätsdozent und Literaturkritiker, vom elektronischen Jahrtausend, und davon, dass sich die Buchindustrie erheblich verändern würde. Zwar galt Birkerts Skepsis in erster Linie der Technologie des Computers in all seiner Neuheit, doch hatte er mit der Erkenntnis „[e]in Wandel ist im Gange – nichts liegt deutlicher auf der Hand. Das gedruckte Wort ist Teil einer altertümlichen Ordnung, von der wir uns [...] immer weiter entfernen“<sup>2</sup> durchaus vorausschauende Fähigkeiten bewiesen. Birkerts prophezeit etwas polemisierend, der Weg führe weg „von Strukturen und Lebensgewohnheiten, die auf dem gedruckten Papier gründen, hinein in eine Welt, deren Kennzeichen die Dominanz der elektronischen Kommunikation ist.“<sup>3</sup> Er vergleicht die aktuelle Ablösung der Schriftkultur durch elektronische Medien mit jener einschneidenden Veränderung in Griechenland, als die orale Erzähl-Kultur ihrerseits von der Schriftkultur abgelöst wurde. Darin mögen Skeptiker der Entwicklung elektronischer Publikationen einen wahren Kern entdecken, doch stehen wir in dieser Veränderung noch am Anfang. Kaum jemand kann mit Sicherheit sagen, wie sich die Situation in den kommenden Jahren verändern wird. Jede Neuerung am Buchmarkt wird jedoch akribisch von den Teilnehmern des literarischen Betriebs mitverfolgt. Jährlich werden Studien zu diesem Thema veröffentlicht. Der amerikanische Buchmarkt ist in technologischen Entwicklungen dem europäischen Buchmarkt um einige Jahre voraus, weshalb es sich anbietet, die Situation in den USA mit jener am deutschen Buchmarkt zu vergleichen. Dieser Vergleich soll als Grundlage dieser Arbeit dienen. Welche langfristigen Veränderungen die Einführung des e-books bring für das

---

<sup>2</sup> Birkerts, Sven: *Die Gutenberg Elegien. Lesen im elektronischen Zeitalter*. Dt. Übersetzung von Kurt Neff. Frankfurt a. Main: S. Fischer 1997, Seite 161.

<sup>3</sup> Ebd.

Verlagswesen bringen mag, ist ebenfalls noch unklar. Dass es jedoch zu dauerhaften Veränderungen kommen wird, steht für viele außer Frage. Wie die Buchindustrie dieser Aufgabe, die sich ihnen durch die Einführung des e-books stellt, bewältigen wird und ob sie diese als Chance nutzt, versuche ich in dieser Arbeit ebenfalls zu thematisieren. Es wird seit der Einführung des e-book der endgültige Tod des gedruckten Buches prophezeit. Ob diese Befürchtung des literarischen Betriebs auch auf Seiten der Leser geteilt wird, soll ein kurzer Abriss verschiedener Studien klären, die sich mit der Mediennutzung der modernen Gesellschaft auseinandergesetzt haben. Für die Buchindustrie gilt es, die neuen Medien und Publikationsformen als Chance zu nutzen und dadurch neue Leserschichten und ein neues breiteres Zielpublikum anzusprechen.

Welche Funktion dabei dem Lektor zukommt und wie sehr diese von der Entwicklung neuer elektronischer Publikationswege beeinflusst wird, soll im letzten Teil dieser Arbeit geklärt werden. Da der Lektor zentral in die Produktion von Texten eingebunden ist und als wichtige Verbindungsstelle der verschiedenen Abteilungen im Verlag gilt, scheint eine Betrachtung der Arbeitsweise des Lektors bei der Produktion von e-books angebracht. Der Lektoratsprozess findet größtenteils statt, bevor der Text publiziert wird. Da es jedoch eine essentielle Eigenschaft der Arbeit des Lektors darstellt, über Material, Produktion und Vertrieb der Printausgabe Bescheid zu wissen, müsste dies doch auch für die Produktion der elektronischen Form des Werkes gelten. Der Frage, ob sich dies im Arbeitsalltag des Lektors bemerkbar macht, werde ich im Laufe der Arbeit versuchen auf den Grund zu gehen.

Um all diese Aspekte klären und die Arbeit des Lektors einer Analyse unterziehen zu können, muss als Voraussetzung geklärt werden, wie ein Lektor definiert wird und welche Tätigkeiten dieser Beruf umfasst, was im Folgenden erarbeitet wird.

## Der Lektor: (lat.: „Leser“)

In Wörterbüchern wird der Lektor als wissenschaftlicher und literarischer Mitarbeiter in einem Verlag bezeichnet. In erster Linie ist dies darauf zurückzuführen, dass in den Anfängen der Berufsgeschichte viele Lektoren kein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen konnten, allerdings durch ihr literarisches Können und Wissen als Schriftsteller die Voraussetzungen besaßen, um als Lektor in den Verlagen arbeiten zu können. Bis heute ist ein abgeschlossenes Studium keine Pflicht, um als Lektor in einem Verlag angestellt zu sein, obgleich von den meisten Verlegern ein akademischer Abschluss gefordert wird. Reduziert die Definition im Brockhaus den Beruf rein auf die folgenden Tätigkeiten: das Begutachten eingehender Manuskripte, die gegebenenfalls vom Lektor umgearbeitet werden, das Erarbeiten von Buchprojekten und die Akquisition von Autoren bzw. Manuskripten, verweist Metzlers Literaturlexikon in der Ausgabe von 2007 darauf, dass sich der Beruf im Wandel befindet und „die Tätigkeit des Lektors [...] sich bis heute unter dem Einfluss betriebswirtschaftlicher Methoden verschoben [hat], wie sie vom industriellen Produktmanagement gefordert sind.“<sup>4</sup> Auf einen weiteren wichtigen Aspekt der Tätigkeit des Lektors weist Gero von Wilpert im *Sachwörterbuch der Literatur* hin, nämlich dass „durch seine Konzeption und seine Ideen oft wesentlich Gesicht und Programm [des Verlages]“ mitbestimmt werden. Vor allem auf die soeben ausgeführten Aspekte gehe ich im Folgenden ein, um ausreichend zu klären, ob man die Tätigkeiten des Lektors eingrenzen kann und wie sich diese aufgrund neuer elektronischer Entwicklungen auf dem Buchmarkt verändern.

Als Ausgangspunkt muss vorerst geklärt werden, ob es sich beim Beruf des Lektors um eine Profession, wie sie im Titel bezeichnet wird, handelt und was die Voraussetzungen für eine solche sind.

### Die Profession

Im *Wörterbuch der Soziologie* wird Professionalisierung dadurch definiert, dass es sich dabei zunehmend um eine Verwissenschaftlichung und Akademisierung eines Berufes handelt.

---

<sup>4</sup> Burdorf, Dieter/Fasbender, Christoph/Moennighoff, Burkhard (Hrsg.): *Metzler Lexikon Literatur*. 3. Auflage. Stuttgart/Weimar: Verlag J.B. Metzler 2007.

Wesentlich sei auch die Weiterentwicklung des beruflichen Fachwissens<sup>5</sup>. Dies deckt sich mit der Beschreibung Werner Schwendenweins<sup>6</sup>, der davon spricht, dass bei einer Profession auch immer die Forschung zum Beruf und die Weiterentwicklung desselben in die Definition einbezogen werden müssen.

Ein entscheidender Punkt, den beide Ausführungen betonen, ist, dass Profession bzw. Professionalisierung eines Berufes gekennzeichnet sind durch eine berufsspezifische Interessenvertretung bzw. einen Berufsverband, woran es den Lektoren grundsätzlich fehlt.

Auch unter Soziologen, die sich hauptsächlich mit der Definition dieser Begriffe befassen, scheint Uneinigkeit über die Merkmale von Professionen zu herrschen. Michaela Pfadenhauer fasst einige diesbezüglicher Theorien zusammen und zählt die Gemeinsamkeiten der diversen Begriffsbestimmungen auf. Wichtig scheint dabei, dass die Berufsgruppe über eine eigene Interessenvertretung verfügt, dass es eine einheitliche verbindliche Ausbildung zum Beruf gibt, und dass das Berufsmonopol staatlich gesichert ist<sup>7</sup>. Schwendenwein spricht von gewissen Strukturmerkmalen, die gegeben sein müssen, um von einer Profession sprechen zu können. Wenn man den Beruf des Lektors auf diese Merkmale hin untersucht, muss man feststellen, dass einige wichtige Kennzeichen bei diesem Berufsbild nicht vorhanden sind. Bestimmend ist hier vor allem, und das wird in den weiteren Ausführungen deutlicher vermerkt werden, das Fehlen einer „berufseigenen Interessenvertretung“ als auch von „entsprechenden Rechtsgrundlagen“<sup>8</sup>. Laut Ute Schneider ist dies eines der Hauptmerkmale, warum sich bis zum jetzigen Zeitpunkt der Beruf des Lektors zu keiner Profession weiterentwickeln konnte und somit auch das Selbstverständnis dieser Berufsgruppe wenig konkret bleibt. Dies konstatiert auch Walter Hömberg in seiner repräsentativen Studie zum Kommunikationsberuf *Lektor im Buchverlag*<sup>9</sup>. Zudem kann der Monopolstatus einer Profession vom Staat verliehen werden. Auch dies ist beim Lektor nicht der Fall, bis dato ist die Berufsbezeichnung „Lektor“ nicht geschützt. Wenn sich eine Interessensvertretung allerdings darum bemühen würde, diesen Status einer Profession zu erlangen, wäre es nicht unwahrscheinlich, dass der Beruf als solche anerkannt werden würde. Denn einige Notwendigkeiten sind durchaus gegeben, wenn man von den bisher genannten nicht erfüllten

---

<sup>5</sup> Hillmann, Karl-Heinz (Hrsg.): *Wörterbuch der Soziologie*. 5. Auflage. Stuttgart: Kröner 2007, Seite 706.

<sup>6</sup> Werner Schwendenwein zitiert nach: Alisch, Lutz-Michael/Baumert, Jürgen/Beck, Klaus (Hrsg): *Professionswissen und Professionalisierung*. Braunschweiger Studien zur Erziehung- und Sozialarbeitswissenschaft, Bd 28, Braunschweig: o.V. 1990.

<sup>7</sup> Pfadenhauer, Michaela: *Professionalität. eine wissenssoziologische Rekonstruktion institutionalisierter Kompetenzdarstellungskompetenz*. Opladen: Leske + Budrich 2003, Seite 32.

<sup>8</sup> Werner Schwendenwein zitiert nach: Alisch/Baumert/Beck: *Professionswissen und Professionalisierung*. Braunschweig 1990, Seite 360.

<sup>9</sup> Hömberg, Walter: *Lektor im Buchverlag. Repräsentative Studie über einen Kommunikationsberuf*. Konstanz: UVK 2010.

Kriterien absieht. Sowohl Schwendenwein als auch Hansjürgen Daheim sprechen davon, dass es sich bei einer Profession um einen gesellschaftlich wichtigen und angesehenen Beruf handle. Da die Öffentlichkeit zwar wenig über den Beruf des Lektors weiß, aber durchaus seine Leistung in der Literatur, als jemand der entscheidet, was gedruckt und gelesen wird, anerkennt, kann dieses Strukturmerkmal auf den Beruf des Lektors angewendet werden. Zudem sind Personen, die einen professionellen Beruf ausführen, meist sehr stark mit ihrer Arbeit verbunden, und sehen diese nicht nur als „Brotverdienst“ an, sondern als eine wichtige Arbeit, die sie für die Gesellschaft leisten. Wie zahlreiche Befragungen von Lektoren zeigen, ist es weniger der finanzielle Verdienst, der sie an diesem Beruf bindet, sondern vor allem das Prestige und das gesellschaftliche Ansehen, das ihnen als Bestätigung für ihre Leistung dient. Pfadenhauer spricht auch davon, dass Mitglieder professioneller Berufsgruppen stets darum bemüht sein sollten, die neuesten Methoden, Technologien und Ergebnisse der Forschung anzuwenden. Da die Arbeit der Lektoren stets auch gegenwartsbezogen ist, scheint es für sie umso wichtiger, am aktuellen Stand der Forschung zu sein, sei es nun die neue Rechtschreibung, die sie an den Manuskripten anwenden müssen oder Entwicklungen von Computerprogrammen, die die Arbeit mit dem Text erleichtern.

### „The Accidental Profession“

Die Forschungsliteratur in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die sich mit dem Beruf des Lektors und dessen verschiedenen Aspekten auseinandersetzt ist zum aktuellen Zeitpunkt noch gering. Aber nicht nur am deutschen Buchmarkt scheint der Lektor ein nicht völlig geklärtes Begriffsfeld zu sein, auch in der amerikanischen Sekundärliteratur zum Beruf des Lektors gibt es keine definierte Beschreibung, worum es sich bei dem Beruf des *editor* handelt. Allerdings wird er von Gill Davies bereits als „profession“ bezeichnet<sup>10</sup>, wobei im Amerikanischen dies eine eher allgemeine Bezeichnung für Berufe darstellt. Davies Ausführungen zur Arbeit des Lektors in *Book Commissioning and Acquisition* bleiben allerdings meist auf die technischen Aspekte der Arbeit reduziert. Sie formuliert zwar eine Art Berufsbeschreibung, aber es handelt sich eher um eine Erklärung und Einstiegshilfe für Berufsanfänger in diesem Segment. Sie beschreibt die Profession jedoch nicht nur als Zusammenfassung ökonomischer und technischer skills, sondern legt den Fokus auch auf jene Tätigkeiten, die kaum erlernbar sind und eher persönliche Charakterzüge als professionelle

---

<sup>10</sup> Davies, Gill: *Book Commissioning and Acquisition*. 2.Auflage. London/New York: Routledge 2004, Seite 3.

Ausbildungskriterien darstellen, wie etwa der Umgang mit Autoren und deren individuelle Betreuung, oder die Fähigkeit, sagen zu können, ob ein Manuskript zu einem „guten“ Buch gemacht werden kann und ob dieses wert ist, publiziert zu werden. Der Begriff des Lektors scheint in Amerika genauso wenig definiert zu sein wie am deutschen Buchmarkt. Davies hat in ihrem Werk darauf hingewiesen, dass die Öffentlichkeit genauso wenig Einblick in die Materie und die Branche hat, wie das in Deutschland der Fall ist. Sie sieht dies jedoch nicht als Nachteil, sondern betont die Vielschichtigkeit des Berufes. Auch in Amerika gibt es keinen offiziellen Berufsverband, der die Interessen der Lektoren vertritt, und die Professionalisierung, wie oben erläutert, scheint in Amerika ebenso wenig vorhanden zu sein wie am deutschen Buchmarkt. Dies bestätigt auch die Studie von Coser et al, die den Beruf aus einer soziologischen Forschungsrichtung analysiert hat. Coser erwähnt, dass bereits von der Association of American Publishers (AAP) eine Studie zum Beruf des Lektors in Auftrag gegeben wurde, die darin als „the Accidental Profession“<sup>11</sup> bezeichnet wurde. Dies bezieht sich vor allem auf den Ausbildungsweg und auf den Berufseinstieg der Lektoren, denn wie auch bei deutschen Lektoren oft der Fall, sind *editors* erst über Umwege im Verlagswesen tätig geworden. Viele Lektoren aus der amerikanischen Studie waren vorher in wirtschaftlichen oder wissenschaftlichen Bereichen tätig, bevor sie im Lektorat zu arbeiten begonnen haben. Hier bildet sich eine deutliche Parallele zu Lektoren am deutschen Buchmarkt ab, denn auch Walter Hömberg betont in seiner 2012 veröffentlichten Studie, dass nur wenige nach ihrem Hochschulabschluss geplant haben ins Lektorat zu gehen, sodass der Titel „Accidental Profession“ durchaus auch in Deutschland für die Arbeit des Lektors angemessen erscheint. Zudem, so Coser, bietet die Branche auch kaum konkrete und klar organisierte Karrierewege an, sondern der Berufswechsel von einer Abteilung in eine andere kommt ebenfalls meist zufällig zustande. Dies gilt vor allem bei horizontalen Wechseln, wie etwa ein Wechsel von der Presseabteilung ins Lektorat. Es kann zwar auf vertikale Karrierewege, also eine Beförderung, gezielt hingearbeitet werden, allerdings betonen sowohl Coser als auch Hömberg, dass eine Beförderung und damit einhergehend höheres Gehalt öfter durch Verlagswechsel zustande kommen, als dass verlagsintern Stellen neu besetzt werden. Dies wird auch in Hömbergs Studie deutlich. Hier geben die befragten Lektoren ebenfalls an, größtenteils vorher in anderen Berufen tätig gewesen zu sein, bevor sie schließlich im Lektorat gelandet sind. So waren viele der Lektoren vorher im Wissenschaftsbereich und in der Forschung tätig. Dies führt Hömberg darauf zurück, dass viele mit einer Promotion abgeschlossen haben. Stark vertreten sind sowohl die Bereiche Publizistik, Marketing,

---

<sup>11</sup> Coser, Lewis A./Kadushin, Charles/Powell, Walter W.: *Books. The Culture and Commerce of Publishing*. New York: Basic Books, Inc., Publishers 1982, Seite 99.

Öffentlichkeitsarbeit, als auch der Bereich Schule und Bildung, in denen die Befragten angestellt waren, bevor sie in das Lektorat eines Verlages wechselten. Wohingegen nur ein geringer Anteil bereits im Bereich Buch- und Verlagswesen tätig war.<sup>12</sup>

Was bei der Studie von Coser als Parallele zu den von Schneider erarbeiteten Merkmalen des Berufes auffällt, ist der Aspekt, dass auch am amerikanischen Buchmarkt keine fixen Voraussetzungen für den Einstieg in den Beruf festgelegt sind, sondern Eigenschaften gefordert sind, die hauptsächlich von individuellen Charakterzügen abhängig sind: „editing seems such an intangible skill that publishers are on the lookout for such things in new people as ,personality, intuition, and a special curiosity rather than for specific skills “<sup>13</sup>

### Berufsverband: Individualismus versus gemeinsame Interessen

Der rote Faden im Werk von Schneider, die sich intensiv mit der Berufsgeschichte des Lektors auseinandergesetzt hat, ist die fehlende Professionalisierung in diesem Segment. Schon von Beginn an habe, laut Schneider, eine selbstreflexive Betrachtung der Lektoren ihrer Tätigkeit gefehlt. Dies scheint in der Entstehung dieses Berufes begründet zu sein. Anfangs war die Arbeit des Lektors nur als Zuverdienst für Autoren der Verlagshäuser gedacht. In Deutschland siedelt Schneider den Beginn der Berufsgeschichte bei der Einstellung Moritz Heimanns im S. Fischer Verlag an. Auch sein Nachfolger Oskar Loerke sowie Christian Morgenstern, der im Bruno Cassirer Verlag als „wissenschaftlicher Mitarbeiter“<sup>14</sup> angestellt war, um potentielle Manuskripte zu prüfen, waren in erster Linie Schriftsteller. „Lektor“ war kein vollwertiger Beruf, diese Ansicht zog sich bis ins 20. Jahrhundert durch. Erst in den 1920er Jahren begann sich der Berufsstand als eigenes Berufsbild zu etablieren. Lektoratsstellen wurde lange Zeit ohne die Berücksichtigung von Ausbildung oder Qualifikation vergeben, da ohnehin durch den schriftstellerischen Hintergrund gewährleistet war, dass sich die Person im Bereich der Literatur bewandert war. Die genauere Ausdifferenzierung und Institutionalisierung des Berufes fand erst in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg statt.

Die Nachkriegsjahre waren in Deutschland und auch in Österreich von der „Re-Education“ durch die Besatzungsmächte geprägt. Neben der Säuberung des Buchmarktes von

---

<sup>12</sup> Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 172.

<sup>13</sup> Coser et al.: *Books*. New York, 1982, Seite 99.

<sup>14</sup> Eugen Diederichs zitiert nach Schneider, Ute: *Der unsichtbare Zweite. Die Berufsgeschichte des Lektors im literarischen Verlag*. Göttingen: Wallstein Verlag 2005, Seite 32.

nationalsozialistischer Literatur war der Markt vor allem durch die steigende Anzahl von Übersetzungen aus dem englischen bzw. amerikanischen Sprachraum geprägt. Zwar waren diese Jahre keine umsatzstarken, was die wirtschaftliche Situation im gesamten deutschsprachigen Raum widerspiegelt, doch bereits bis 1970 stieg die Produktion der Neuerscheinungen auf über 47 000 Titel im Jahr.<sup>15</sup> Für den Beruf des Lektors sind diese Jahre deswegen relevant, weil seine Arbeit kein Nebenberuf für Schriftsteller mehr war, die sich dadurch das Gehalt aufbesserten. Nun war der Lektor fixer Bestandteil des Verlages und ihm wurden viele der verlegerischen Aufgaben zuteil. Doch auch zu diesem Zeitpunkt kam es zu keiner genauen Definition der Qualifikation oder des Tätigkeitsbereichs der Berufssparte.

An diesem Problem der nicht festgelegten Zugangsqualifikationen und somit auch der fehlenden Möglichkeit des Erarbeitens konkreter Tätigkeiten leiden das Berufsbild und das Selbstverständnis des Lektors nach Schneider und Siblewski bis heute.

Es stellt sich die Frage, durch welche Instanz diese Regelungen festgelegt werden sollten. Klaus Siblewski, Lektor im Luchterhand Verlag, setzt sich stark dafür ein, dass in naher Zukunft ein Berufsverband für Lektoren und Lektorinnen entstehen soll. Aus dieser Intention heraus rief er 2006 die Lektorenkonferenz in Hildesheim ins Leben, die seither jährlich stattfindet. Ein großes Anliegen ist Siblewski vor allem, dass die Lektoren aus der Unsichtbarkeit in die Öffentlichkeit treten.

Dass Lektoren kaum in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden, liege an den Lektoren selbst, betont Siblewski. Sie würden sich noch immer zu sehr in der Tradition der "alten Genievostellung" sehen:

[damals waren sie] graue Eminenzen, im Hintergrund, die den Autoren bei der Arbeit an den Manuskripten halfen, keiner wusste, wie und was sie taten. Die hohe Wertschätzung der undurchschauten Seiten der Literatur, strahlte auch auf die Lektoren ab: Sie gehörten zu den literarisch Eingeweihten<sup>16</sup>

Aber gerade, dass sie zu den literarisch Eingeweihten zählen, qualifiziert Lektoren dazu, sich auch öffentlich zu den von ihnen betreuten Werken zu äußern. Indirekt geschieht dies ohnehin durch das Verfassen der Waschzettel, von Werbetexten, Klappentexten usw. Den Lektoren werden unterschiedlichste Schlüsselpositionen zugeschrieben. Sie sind Dreh- und Angelpunkt in den Verlagen, was die Zusammenarbeit der einzelnen Abteilungen betrifft, oder sie sehen

---

<sup>15</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 242.

<sup>16</sup> Klaus Siblewski: [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

sich selbst zumindest in dieser Position, wie aus diversen Interviews hervorgeht.<sup>17</sup>

Zudem sind es scheinbar auch die Lektoren, die „den Fortgang der deutschsprachigen Literaturgeschichte im Blick behalten“<sup>18</sup>, sie können „Einfluss auf die (literarische) Kultur nehmen“<sup>19</sup> und vor allem sind es die „Lektoren, [die] definieren, was als Literatur wahrgenommen werden soll und was nicht“<sup>20</sup>.

Es scheint verwunderlich, dass die Öffentlichkeit kaum etwas über den Beruf des Lektors weiß, wenn ihm eine derart hohe Stellung am Literaturmarkt zukommt. Es sind Verleger berühmter Verlagshäuser, die zu aktuellen Themen und Diskussionen ihre Meinung beitragen. Hier müsse sich auch der Lektor einschalten, so Siblewski. Andere Lektoren hingegen sind der Ansicht, dass ihnen ohnehin sehr viel Aufmerksamkeit zukomme, bedenkt man, dass die Berufsgruppe der Lektoren einen vergleichsweise geringen Anteil am Arbeitsmarkt stellt.<sup>21</sup> Doch es scheint eine klare Rollenverteilung zu geben, auf die man sich stillschweigend geeinigt hat, „der Lektor sollte Literatur vor der Publikation prüfen, die Beurteilung nach der Publikation sollte der Literaturkritik vorbehalten sein“<sup>22</sup>. Literaturkritik zu üben, ist nicht die Aufgaben eines Lektors, vor allem weil sich die Arbeit des Literaturkritikers und die des Lektors deutlich unterscheiden. Peter Suhrkamp gesteht in einem Brief an einen seiner Autoren dem Lektor eine gewissen Verliebtheit zu: „die Tätigkeit des Kritikers ist eine ganz andere Art als die des Lektors. Der Lektor darf eigentlich kein Kritiker sein. Im Grunde muß [sic] er ein in die Literatur Verliebter sein.“<sup>23</sup> Als solcher kann er aber kaum ein kritisch distanzierendes Urteil über literarische Werke abgeben.

Die seltenen Ausnahmen, bei denen das Lektorat in der Literaturkritik Erwähnung findet, ist für den Lektor meist wenig erfreulich. Denn oft läuft diese Kritik darauf hinaus, dass das Lektorat bei einem Werk klar versagt habe, wie das berühmte Beispiel von Günter Grass und seinem Roman *Ein weites Feld* deutlich macht. Wolfram Göbel konstatiert, dass „Fehler, vermeintliche Brüche, [...] nicht dem Autor, sondern unerbittlich dem Lektor

---

<sup>17</sup> Vgl. dazu: Bruch, Martin/Schneider, Johannes (Hrsg.): *In der Werkstatt der Lektoren: 10 Gespräche*. Hildesheim: Universitätsverlag Hildesheim 2007 und Nickel, Gunther (Hrsg.): *Krise des Lektorats?*. Göttingen: Wallstein Verlag 2006.

<sup>18</sup> Charlotte Brombach: [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

<sup>19</sup> Nicole Stuart: [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

<sup>20</sup> Günther Opitz: [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

<sup>21</sup> Martin Bruch/Johannes Schneider (Hrsg.): *In der Werkstatt der Lektoren*. Hildesheim 2007.

<sup>22</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 327.

<sup>23</sup> Peter Suhrkamp in: Unseld, Siegfried (Hrsg.): *Peter Suhrkamp. Briefe an die Autoren*. Frankfurt a. Main 1963, Seite 131.

angelastet[werden]“.<sup>24</sup> Es ist wenig erstaunlich, dass vor allem bei ‚großen‘ Schriftstellern das Lektorat so oft versage. Ein neues Werk berühmter Schriftsteller wie Günter Grass wird jeder Literaturkritiker besprechen wollen, wenn dabei eine Instanz wie Marcel Reich-Ranicki zahlreiche fehlerhafte Zusammenhänge in der Erzählung bemängelt und Günther Grass die „Diogenes-Tonne“ mit der „Dionysos-Tonne“ verwechselt, kann dies von der Literaturkritik nicht leichtfertig übersehen werden. Stimmen über ein mangelhaftes Lektorat werden laut, und es wird weitreichend diskutiert, wie es so weit kommen konnte, dass bedeutende Schriftsteller „jenseits von ehrfurchtsvoll erstarrten Lektoraten“<sup>25</sup> publizierten und das Lektorat immer öfter versage. Literaturkritiker sprechen dann davon, dass die Qualität der Bücher ohnehin darunter leide, dass die Lektoren ständig überfordert seien und sich als die oft zitierten Produktmanager, die sie mittlerweile in den Lektoraten der großen deutschen Verlage darstellen, kaum noch der wichtigen Textarbeit widmen. Kaum jemand könnte hier mehr Licht in die Angelegenheit bringen, als der Lektor selbst, dem diese Schulden angelastet werden. Dabei sei es auch legitim, dass dieser an die Öffentlichkeit trete und die Gelegenheit nutze, sich zu rechtfertigen. Ob es sich tatsächlich um eine „Krise des Lektorats“<sup>26</sup> handelt, sei dahingestellt. Doch betrachten auch Kollegen von Siblewski die Situation der Lektorate kritisch. Momo Evers, freie Lektorin für diverse Verlagshäuser in Deutschland und Mitglied des „Verbands Freier Lektorinnen und Lektoren“<sup>27</sup>, spricht von einem Dilemma, in dem sich das Lektorat im Allgemeinen befinde. Sie sieht einen Ausweg daraus, indem man den Lektor im Impressum nenne. Denn „wer sich auch öffentlich verantwortlich zeichnen muß, dem wird um so mehr daran gelegen sein, daß das, was unter seinem Namen erscheint, auch gut ist“<sup>28</sup>, so der Standpunkt von Evers. Sie sieht darin vor allem wieder einen Qualitätsgewinn für die Publikationen. Es soll damit aber nicht die Leistung des Autors geschmälert werden, im Gegenteil, „Lektor und Autor müssen gemeinsam zeigen, was ein Lektoratsprozeß an einem Buch retten und an ihm durch mangelnde Aufmerksamkeit verbrechen kann.“<sup>29</sup>

Als Beispiel geht hier der Luchterhand Verlag voran, der seit geraumer Zeit bereits das Lektorat im Impressum führt.

Ekkehard Fraude hingegen sieht diesen Versuch zwar als lobenswert an, jedoch für die

---

<sup>24</sup> Göbel, Wolfram: *Produktmanager, Ghostwriter oder Macher. Die Funktionsveränderungen im Verlagslektorat*. In: Ute Schneider (Hrsg.): *Das Lektorat – Eine Bestandsaufnahme*. Beiträge zum Lektorat im literarischen Verlag. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag 1997, Seite 9.

<sup>25</sup> Reinhard Tschapke zitiert nach Wolfram Göbel: *Produktmanager, Ghostwriter oder Macher*. Wiesbaden 1997, Seite 9.

<sup>26</sup> Gunther Nickel (Hrsg.): *Krise des Lektorats?*. Göttingen 2006.

<sup>27</sup> Im weiteren Verlauf der Arbeit wird der Verband mit VFLL abgekürzt.

<sup>28</sup> Momo Evers: *Handwerk, Geld und Leidenschaft*. In: Gunther Nickel (Hrsg.): *Krise des Lektorats?* Göttingen 2006, Seite 91.

<sup>29</sup> Momo Ever: ebd.

Lektoren wenig erfolgreich, wenn man ihn mit der Gruppe der Übersetzer vergleicht, bei der es mittlerweile selbstverständlich ist, dass sie in den Publikationen genannt werden.<sup>30</sup>

Doch in erster Linie bezweckt die Nennung des Lektorats im Impressum, dass es, wenn auch anfangs unbewusst, wahrgenommen wird. Als Folge dessen müsste sich das Lektorat auch genauer definieren, wenn gefragt wird, was denn nun genau dem Lektorat als Tätigkeit zufällt. Davon können Lektoren stark profitieren, denn aktuell beklagen sie sich häufig darüber, im Verlag für alles zuständig zu sein und dass die Aufgaben, die sie zu erledigen haben, ständig zunehmen. Dies wird sich auch in Zukunft, vor allem mit der Entwicklung elektronischer Publikationen wenig ändern, wenn durch die Umbrüche am Literaturmarkt neue Herausforderungen auf die Verlage und dadurch auch auf die Lektorate zukommen.

An dieser Stelle könnte ein Berufsverband entscheidend Einfluss auf die Entwicklung in den Lektoraten nehmen. Zumindest sind sich die Befürworter einer gemeinsamen Interessensvertretung darin einig, dass ein solcher das Selbstverständnis der Lektoren stärken könnte. Für freie Lektoren bildet dies seit einigen Jahren der VFLL, der Berufsverband für freie Lektorinnen und Lektoren. Für fest angestellte Lektoren konnte sich bisher noch kein eigener Berufsverband bilden. Die Idee dazu besteht jedoch seit einigen Jahren. Stephan Reinhardt, in den sechziger Jahren Lektor im Luchterhand-Verlag, forderte schon sehr früh einen derartigen Berufsverband, um dadurch den Lektoren die Chance zu bieten, die Professionalisierung ihres Berufsstandes voranzutreiben. Ein Verband könnte zudem auch die rechtlichen und ökonomischen<sup>31</sup> Belange der Lektoren vertreten. Reinhardts Kollege Wolfgang Weyrauch meinte zur Idee eines Berufsverbandes: „Niemand im Verlag ist so individualisiert wie der Lektor. Eine solche Gruppe müsste sich wohl immer wieder bilden, trennen, bilden, trennen: ein Gebilde, das sich selbst aufgibt, um sich zu erneuern[...]“.<sup>32</sup> Ein Grund für die ablehnende Haltung von Weyrauch könnte die Befürchtung sein, dass durch eine normierte Ausbildung der individuelle Gehalt der Arbeit verloren gehen könnte. Der Lektor scheint in der eigenen Auffassung immer noch zu sehr Individualist und Freidenker zu sein. So seien gerade die Unsicherheit des Berufsbildes und dadurch das eigene Erarbeiten der

---

<sup>30</sup> Ekkehard Fraude: *Pelzwerker in geschützten Räumen*. In: Gunter Nickel: *Krise des Lektorats*. Göttingen 2006, Seite 113.

<sup>31</sup> In der Studie *Der unsichtbare Zweite* wird von Schneider, der Jurist Alexander Elster zitiert, der 1913 vom Börsenblatt des Deutschen Buchhandels beauftragt wurde, den Beruf des Lektors juristisch zu prüfen. Er kam dabei zu der Feststellung, dass ein Gehalt von 8.000-10.000 Mark Jahresgehalt angemessen wäre. Tatsächlich allerdings waren die Gehälter deutlich geringer. Würde man die Zahlen der damaligen Gehälter hochrechnen, hätte Christian Morgenstern ein Jahresgehalt von 3600 Mark erhalten.

Auch in der Studie von Hömberg wird deutlich, dass das durchschnittliche Jahresgehalt eines Lektors, im Vergleich mit anderen akademischen Berufen, deutlich geringer ausfällt. Vgl dazu Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005 und Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2012.

<sup>32</sup> Wolfgang Weyrauch zitiert nach Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 305.

Aufgaben im Lektorat jene Voraussetzungen, die einen guten Lektor ausmachen.<sup>33</sup>

Hömberg ist während seiner Studie ebenfalls zu dem Schluss gekommen, dass es bei der Frage nach dem Selbstverständnis der Lektoren einer genaueren Betrachtung bedarf. Auf die Frage nach Vorbildern von Lektoren konnten nur wenige einen Namen nennen. Jene Lektoren, die als Vorbilder genannt werden, sind diejenigen, die bereits sehr früh als Idealtypen dieses Berufsstandes galten. Allen voran Moritz Heimann, der schon bei Zeitgenossen als der ideale Lektor galt und an dessen Beispiel viele seiner Nachfolger gemessen wurden. Moritz Heimann ließ nicht nur „Pusteln und Pickeln im Bild der Sprache“<sup>34</sup> verschwinden, sondern war vor allem durch seine aufwendige Autorenbetreuung beispielgebend und stand seinem Verleger als kompetenter Berater zur Seite.

So haben sich die dem Lektorat zugewiesenen Qualifikationen aus den Charakteristika einzelner herausragender Lektorenpersönlichkeiten herauskristallisiert und gelten bis heute als Voraussetzungen eines guten Lektors. Dabei hätte sich laut Göbel beinahe ein stabiles Berufsbild festigen können. Die Arbeit des Lektors bestand darin, Manuskripte zu sichten und gemeinsam mit dem Autor zu bearbeiten, sodass die beste Version des Textes in Druck gehen konnte. Durch den raschen Wandel des Marktes allerdings verlangt die Arbeit dem Lektor nun mehr an betriebswirtschaftlichem und ökonomischem Wissen ab als früher.

Was sich Befürworter eines Berufsverbands außerdem davon erhoffen, ist, dass ein solcher entscheidend zur Weiterbildung und berufsbegleitenden Qualifizierung beitragen könnte.<sup>35</sup>

Es „verlagerte sich die unternehmerische Aktivität der Verlage vor allem auf die Produktion“.<sup>36</sup> Die Konzentration von Neuerscheinungen am deutschen Markt erfordern neue Strategien, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Ein halbjährliches Programm muss nicht nur inhaltlich stimmig sein, sondern auch finanziell kalkuliert werden. Auch dies muss ein Lektor bei der Akquisition eines Manuskriptes berücksichtigen, so Göbel.

Der Lektor kann sich nicht mehr nur auf den Autor und den Text konzentrieren, und hier liegt auch der Kern der aktuellen Kritik am Lektorat. Autoren fühlen sich während des Änderungsprozesses am Text immer mehr vernachlässigt und schlecht betreut. Wie das oben erwähnte Beispiel von Günter Grass' Werk *Ein weites Feld* beweist, kann auch der Text darunter leiden.

Da es bis jetzt keine gesetzlich geregelten Voraussetzungen oder vorgeschriebene Zugangswege für den Beruf gibt, werden die Tätigkeitsbereiche des Lektors von Verlag zu

---

<sup>33</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 306.

<sup>34</sup> Moritz Heimann zitiert nach Gunther Nickel(Hrsg.): *Krise des Lektorats?* Göttingen 2006, Seite 120.

<sup>35</sup> Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 167.

<sup>36</sup> Wolfram Göbel: *Produktmanager, Ghostwriter oder Macher*. Wiesbaden 1997, Seite 14.

Verlag unterschiedlich verteilt. Lektoren fühlen sich in manchen Verlagen oft als „Mädchen für alles“. Sie werden zu Marketingspezialisten oder sollen die Pressabteilung unterstützen, sie werden zu „Slogan-Gebern“ und müssen Werbekampagnen mitplanen. Doch das sei alles nicht die Aufgabe des Lektorats. Lektoren greifen aber oftmals auch selbstständig in die Arbeit anderer Bereiche ein. Meinen sie doch oft, dass sie am besten beurteilen können, wie man „ihr“ Buchprojekt am erfolgreichsten vermarktet und bewirbt.<sup>37</sup> Dies schadet jedoch langfristig dem Beruf, denn dadurch wird verhindert, dass sich klar abgegrenzte Arbeitsbereiche bilden können.

Ein Berufsverband könnte hier Klarheit schaffen. Zudem wäre ein solcher durchaus willkommen, wenn es darum geht, einheitliche Voraussetzungen Zugangsqualifikationen für den Beruf festzulegen, so die Befürworter einer gemeinsamen Interessensvertretung.

Aus der Studie geht auch hervor, dass sich einige Lektoren nicht vorstellen können, wofür sich ein Verband einsetzen sollte. Andere wiederum sehen im *Hauptverband des deutschen Buchhandels* ohnehin eine Diskussionsplattform, auf der man sich austauschen kann. Auch der VFLL wird als Vertretungsbasis für Lektoren genannt. Dass dieser Verband aber vor allem die Interessen freier Lektorinnen und Lektoren vertritt und den festangestellten Lektoren eine spezifische Vertretung fehlt, darf dabei nicht übersehen werden.

Lektoren nehmen sich zwar als selbstständige Berufsgruppe wahr, allerdings, so kristallisiert sich dies bei Interviews und Befragungen immer wieder heraus, sehen sie sich vor allem in ihrer Funktion als Diener des Verlages oder der Autoren. „[Lektoren] pflegen einen Nützlichkeitsmythos gleichermaßen den Autoren und den Verlagen gegenüber, der eine schmale Grundlage liefert, um darauf ein Selbstverständnis aufzubauen“<sup>38</sup>, so Siblewski in einem Essay zur Lektorenkonferenz in Hildesheim.

Dem Beruf ist eine gewisse Ambivalenz eingeschrieben. Lektoren sprechen von der „Janusköpfigkeit“, die typisch für die Arbeit des Lektors ist. Dieser soll Vermittler sein zwischen Autor und Verlag. Oder aber er ist Mittler zwischen „Geist und Kapital“<sup>39</sup>, so der Leiter des Lektorats im Piper Verlag, Walter Fritzsche. Das ist genauso Teil der Arbeit wie die Arbeit am Text. Umso erfüllender ist es für den Lektor, wenn das Buch am Markt erfolgreich ist und sich der Einsatz, den er für das Projekt gezeigt hat, bezahlt macht. Überraschenderweise scheint diese Ambivalenz des Berufes kein großes Problem für die

---

<sup>37</sup> Nicola Stuart: [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

<sup>38</sup> Klaus Siblewski: [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

<sup>39</sup> Walter Fritzsche zitiert nach Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 302.

Lektoren selbst darzustellen. Sie scheinen nach eigenen Einschätzungen ein gutes Gefühl dafür zu besitzen, wann es sich als „Anwalt des Autors“ einzusetzen gilt und als „Hüter der Literatur“<sup>40</sup> zu agieren, und wann er den Verlag und dessen ökonomische Belange zu vertreten hat:

Klar, wir diskutieren schon manchmal auch darüber, dass das zwar ein wunderbares Buch ist, dass wir aber dafür nicht mehr als 500 Leser bekommen würden. Dann geht es eigentlich nicht so sehr darum, dass wir uns das nicht leisten können, sondern dass wir darüber nachdenken, dass es andere schöne Bücher vielleicht einen Programmplatz wegnimmt [...] Manchmal gibt es aber auch Entscheidungen, wo wir sagen: „das ist uns wurscht, wir machen es trotzdem.“<sup>41</sup>

Tim Jung, Lektor im marbuchverlag, führt eine weitere Stärke des Lektors an. Die Lektoratsarbeit ist ein zweiseitiges Schwert. Einerseits muss der Lektor vorsichtig den Text zu seiner besten Form verhelfen und in der Beziehung zum Autor Anpassungsvermögen zeigen, andererseits muss er aber auch gegenüber den Kollegen im Verlag und später gegenüber den Buchhändlern und Vertreter sein Buchprojekt mit allen Mitteln verteidigen, um sich auf dem Warenmarkt behaupten zu können. Tim Jung betont hier, dass man das zwar als Grund zur Klage nehmen, oder die Situation als Herausforderung betrachten kann, die von einem erfordert, in seiner Arbeit ständig zu wachsen und besser zu werden. Ohne Mut schafft man es ohnehin nicht in dieser Branche, denn welches Buch schlussendlich ein Erfolg wird, kann grundsätzlich erst im Nachhinein bestimmt werden.<sup>42</sup> Dies, so betonen auch Lektorenkollegen in Interviews, sei ein wesentliches Merkmal dieser Arbeit, es erfordert Risikobereitschaft.

In der Interview-Sammlung „In der Werkstatt der Lektoren“, bei der Studenten die Lektoren einiger deutscher Verlage zu ihrem Beruf befragt haben, wurde auch die Frage der Erlernbarkeit des Berufes gestellt. Überraschenderweise gaben die meisten Lektoren und Lektorinnen an, dass sie es sich durchaus vorstellen könnten, dass der Beruf des Lektors erlernt werden könne. Sie weisen häufiger darauf hin, dass es ja auch eine Autorenausbildung in Form von Studiengängen wie etwa „Kreatives Schreiben“ gäbe. Und wenn der kreative Prozess des Schreibens erlernt werden könne, dann gelte dies mehr noch für das Lektorieren. Als Grundlage für die Ausbildung wurden dabei Kurse genannt, die praktische Fähigkeiten

---

<sup>40</sup> Klaus Siblewski zitiert nach Bruch/Schneider (Hrsg.): *In der Werkstatt der Lektoren*. Hildesheim 2007, Seite 169.

<sup>41</sup> Susanne Schüssler zitiert nach Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 148.

<sup>42</sup> Tim Jung: [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

lehren, wie etwa Kalkulation von Titeln oder Marketingfähigkeiten. Man sollte außerdem ein Gefühl für Sprache entwickeln, das heißt, es sollte viel gelesen werden. Betrachtet man allerdings weitere Angaben, die von den Lektoren in Hinblick auf die Ausbildung gemacht wurden, erkennt man schnell, dass auch hier viele in ihrer Arbeit auf ihre „innere Eingebung“ und ihr „Gefühl“ vertrauen, wenn es darum geht, neue Manuskripte und Autoren zu akquirieren oder neue Programme zu planen. Vor allem bei der Arbeit mit Autoren braucht es Einfühlungsvermögen, denn manche Schriftsteller brauchen eine „vierundzwanzigstündige“ Betreuung während des Schreibprozesses, andere wiederum ziehen sich während des Schreibens gänzlich zurück. Zudem benötigt der Lektor viel Fingerspitzengefühl, wenn er dem Autor gegenüber Kritik am Manuskript üben muss.

All diese Charakteristika pflegen ein beinahe mystisches Bild des Lektors und der Beruf ist undurchsichtig. In der Öffentlichkeit ist der Lektor jene Person, die mit dem Autor die Köpfe zusammensteckt und am Ende des Prozesses ein Buch, im besten Fall einen Bestseller, veröffentlicht. Dieses Bild trifft zwar nur sehr selten zu, doch es ist verständlich, dass sich die Öffentlichkeit keine klare Vorstellung machen kann, wenn kaum etwa in Zeitungen und Zeitschriften über den Beruf berichtet wird. An dieser Stelle könnte das Feuilleton eine entscheidende Rolle spielen, denn darin finden Literatur und jene, die sich damit beschäftigen, Zugang zur Öffentlichkeit.

Bis jetzt stellt auch dort der Lektor eine eher undurchsichtige Figur dar, die mit diversen Metaphern bekleidet wird. Doch nicht nur Journalisten, sondern auch Selbstdarstellungen der Lektoren unterstützen ein derartiges Bild. Lektoren werden „geistige Geburtshelfer“ oder „Ghostwriter“<sup>43</sup>, „Hüter der Literatur“, oder ein „Autor, der nicht schreibt“<sup>44</sup> genannt. „Seit langen sind Lektoren Programmierer, literarische Trüffelschweine, widerborstige Anwälte eines Autors, Späher im literarischen Feld oder Denkmalschützer eines Werkes“<sup>45</sup>. Sie sind „unsichtbare Zweite“, die beeinflussen, was wir lesen. „Ich denke mal die ganze Branche pflegt von sich das Bild, sehr gebildet, sehr intellektuell und sehr informiert zu sein und auch zu wissen, was so die Welt im Innersten zusammenhält“<sup>46</sup>, bringt es Stefanie Aulbach vom J. D. Sauerländer’s Verlag auf den Punkt.

---

<sup>43</sup> Wolfram Göbel: *Produktmanager, Ghostwriter oder Macher*. Wiesbaden 1997, Seite 9.

<sup>44</sup> Boehlich, Walter/Habermas, Rebekka (Hrsg.): *Der Autor, der nicht schreibt*. Frankfurt a. Main: Fischer Taschenbuch 1989.

<sup>45</sup> Günther Opitz [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

<sup>46</sup> Zitiert nach Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 10.

Wahrscheinlich liegt die Ursache dieser Art der Beschreibungen auch im Kern der Arbeit begraben. Lektoren übernehmen bei der Selbstbeschreibung ihres Berufes oft den Duktus literarischer Werke und schmücken diese Erläuterungen oft mit Metaphern aus. Es darf dann allerdings nicht verwundern, wenn sich die Öffentlichkeit kein genaues Bild vom Lektor machen kann und Klischees bedient werden, wenn jemand den Beruf des Lektors von sich aus definieren soll. Maria Dürig, Lektorin im Limes Verlag, fasst diese Reaktionen passend zusammen: „‘Ah, schön, da musst du sicher sehr viel lesen‘ – das ist so die übliche Reaktion, weil viele keine genaue Vorstellung davon haben, was es bedeutet, Lektorin zu sein. Das Ansehen ist okay. Aber es ist kein Berufsbild, wo alle dastehen und sagen: ‚Meine Herren, dass du das werden durftest‘“.<sup>47</sup>

Es existieren für den Beruf des Lektors keine staatlichen Richtlinien, die ihn definieren, was für Lektoren von großem Nachteil sein kann, wenn sie sich in der Öffentlichkeit darstellen müssen: „Ein Lektor war vor dem Standesamt und musste seinen Beruf angeben und nannte den Beruf Lektor. Aber die Dame im Amt hatte reingeschrieben ‚Elektriker‘, weil sie einfach nicht wusste, was ein Lektor ist. Ist ein Extremfall, aber trifft uns alle“<sup>48</sup> beschreibt Christoph Selzer dieses Dilemma.

### Lektorenausbildung?

Doch was sind nun die Voraussetzungen, die ein Lektor mitbringen muss? Und welche Ausbildung begünstigt eine Einstellung in einem Verlag? Es gibt seitens der Verleger durchaus Richtlinien, die es zu erfüllen gilt, um eine Einstellung im Lektorat angeboten zu bekommen. Zum Beispiel ein abgeschlossenes Hochschulstudium oder Fremdsprachenkenntnisse sowie Kenntnisse betriebswirtschaftlicher Methoden, um an dieser Stelle nur die wichtigsten zu nennen. Doch gibt es davon auch diverse Ausnahmen. So haben sowohl Moritz Heimann als auch Oskar Loerke neben anderen Fächern auch ein Germanistikstudium begonnen, beide verließen die Universität allerdings ohne Abschluss. Auch Christian Morgenstern hatte ein Studium begonnen, welches er nicht beendete. Er begann aber sehr früh damit, literarische Werke aus den skandinavischen Sprachen zu übersetzen, die im S. Fischer Verlag erschienen. Der ‚Lektor‘ ist kein staatlich anerkannter Beruf und fordert deswegen auch keine spezielle Ausbildung. Doch in der Studie von

---

<sup>47</sup>Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 9.

<sup>48</sup>Christoph Selzer zitiert nach Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 9.

Hörmberg wird deutlich, dass der Anteil an Akademikern in dieser Berufssparte signifikant ist. Es gibt wenige Ausnahmen, die einen geringeren Abschluss als den eines Hochschulstudiums haben, dies scheint allgemein als Voraussetzung zu gelten. Dabei dominieren vor allem sozial- und geisteswissenschaftliche Studiengänge. Naturwissenschaften und technische Studien sind seltener vertreten und sind vor allem in Sach- und Fachbuchverlagen gefragt. Dies bestätigt auch ein Blick auf die Ausbildungen aktueller Lektoren und Lektorinnen in bekannten deutschen Verlagen. Uta Rupprecht studierte Germanistik und Sozialwissenschaften, sie ist Lektorin im Ullstein Verlag. Olaf Petersenn, Lektor bei Kiepenheuer & Witsch, studierte Germanistik und Philosophie, genauso wie Angelika Klammer, die im Salzburger Jung und Jung Verlag als Lektorin tätig ist. Der Lektor und Mitinhaber des Wallstein Verlages, Thorsten Ahrend, studierte ebenfalls Germanistik. Dieses Studium deckt sich auch mit der Forderung der Verleger. Die wichtigste Eigenschaft bei einem Lektor sei die perfekte Beherrschung der deutschen Sprache, ist es doch essentiell für dessen Arbeit, dem Text durch sprachliche, stilistische und inhaltliche Verbesserungen zu seiner besten Form zu verhelfen.

In den USA scheint man diese Meinung weniger konsequent zu verfolgen. In der Studie von Coser äußert sich ein Verleger dazu: „Learning American literature never did anyone a damn bit of good. [...] Every degree is good *except* literature.“<sup>49</sup> Die Anschauungen von Walter Milton, ehemaliger Verleger des bekannten Verlagshauses Putnam, scheint etwas übertrieben, sollte aber den Standpunkt klarmachen, den viele amerikanische Verleger mit ihm teilen, wenn diese meinen, ein Lektor solle Interesse an allen Bereichen des Lebens haben, sowohl „politics, fiction, French literature, science, and the sailing of small boats.“<sup>50</sup>

Der Lektor muss sich aber dementsprechend auch oft als Experte auf unterschiedlichen Wissensgebieten auszeichnen, gerade im Sach- und Fachbuchbereich ist dies unabdingbar. Im Belletristik-Bereich sind allerdings die „Allroundtalente“ gefragt. Immerhin gilt es bei Romanen eine Geschichte zu erzählen und nicht ein Sachgebiet zu erklären. „Kein Lektor kann alles wissen, er kann auch nicht bei jedem Sachverhalt innerlich die Warnlampen aufblinken sehen“<sup>51</sup>. Was für einen Lektor allerdings unentbehrlich ist, sind die Erfahrungen, die er im Verlagswesen und am Buchmarkt im Laufe der Zeit sammelt. Er muss Gespür dafür besitzen, welche Werke erfolgversprechend sind und was sich am Markt behaupten kann, vor

---

<sup>49</sup> Walter Milton zitiert nach Coser et al.: *Books*, New York, Seite 99f.

<sup>50</sup> Coser et al.: *Books*. New York, Seite 99.

<sup>51</sup> Ekkehard Faude: *Pelzwerker in geschützten Räumen*. In: Gunther Nickel (Hrsg.): *Krise des Lektorats?*. Göttingen 2006, Seite 107.

allem dann, wenn er zusätzlich Programmacher im Verlag, also dafür verantwortlich ist, dem Verlag ein Gesicht zu geben. Der Instinkt, den er besitzen muss, um sich langfristig behaupten zu können, ist es auch, der den Beruf des Lektors derart spannend macht, er ist aber gleichzeitig auch der Grund dafür, dass der Beruf für viele als nicht erlernbar gilt.

Was sind nun die tatsächlichen Aufgaben eines Lektors? Ist er wirklich nur mehr Projektmanager und hat der Lektor mit der Literatur noch was zu tun? Auf diese Fragen kann die Studie von Walter Hömberg Antwort geben<sup>52</sup>. In dieser widmet sich der Kommunikationswissenschaftler unter anderem den Fragen des Berufsalltags und der Tätigkeiten, denen der Lektor nachzugehen hat. Zu Anfang scheint es wichtig, festzustellen, dass es den Standardlektor im Verlag nicht gibt. Auch zu der Frage, was ein Lektor tun und können muss, um gut in seinen Tätigkeiten zu sein, gibt es so viele verschiedene Antworten wie Befragte. Der Begriff und der Beruf scheinen aber gerade dadurch noch verwirrender geworden zu sein, dass in den letzten Jahren ambitioniert versucht wurde, ein klareres Bild des Berufes darzustellen, die aber mit der Arbeit selbst wenig zu tun haben, so Siblewski<sup>53</sup>. Dass es den Standardlektor nicht gibt, ist in erster Linie auch darauf zurückzuführen, dass es unterschiedliche Verlagstypen gibt. Ein Sach- oder Fachbuchlektor ist mit einem Lektor in einem Belletristik-Verlag schwer zu vergleichen, beide Berufe tragen aber dieselbe Bezeichnung. „Das was ich mache, ist in vielerlei Hinsicht Lichtjahre von dem entfernt, was jemand bei ‚Langenscheidt‘ macht oder bei ‚Gräf und Unzer‘. Man kann über *den* Lektor eigentlich auch ganz wenig reden, weil das sich eben so sehr unterscheidet.“<sup>54</sup> Diese Beurteilung teilt Tobias Heyl, Lektor im Hanser Verlag in München, mit vielen seiner Kollegen. Um allerdings ein Feld einzugrenzen, innerhalb dessen es möglich erscheint, gewisse Kriterien zu benennen und einzuteilen, beschränkt sich diese Arbeit hauptsächlich auf die Tätigkeiten von Lektoren in Belletristik-Verlagen. In diesem literarischen Segment aber scheint es ebenfalls besonders schwierig zu sein, einheitliche Beschreibungen über die Arbeit des Lektors zu finden. Das liegt sowohl daran, dass, wie bereits erwähnt, keine geregelten Zugangsqualifikationen vorgeschrieben sind, als auch daran, dass es innerhalb des Lektorats unzählige verschiedene Tätigkeiten gibt, die alle unter dem Oberbegriff des Lektorats zusammengefasst sind. Diverse unterscheidende Berufsbezeichnungen wie Sachbuchlektor, Textlektor, Cheflektor u.a. versuchen durch ausdifferenzierte Benennungen das Chaos ein wenig zu entwirren. Der Trend, die spezifischen Abteilungen mit Anglizismen zu schmücken,

---

<sup>52</sup> Die Studie begann 2005 und wurde 2010 veröffentlicht, aktuellere Ergebnisse zur Arbeit des Lektors liegen mir zum jetzigen Zeitpunkt nicht vor.

<sup>53</sup> Klaus Siblewski zitiert nach Bruch/Schneider (Hrsg.): *In der Werkstatt der Lektoren*. Hildesheim 2007.

<sup>54</sup> Tobias Heyl zitiert nach Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 95.

hält auch in deutschen Verlagen Einzug. So findet man in manchen Verlagshäusern einen *copy editor*, *acquisition editor* oder *editorial manager*. Doch im Endeffekt sind sie alle *editors* bzw. Lektoren.<sup>55</sup> Diese Aufsplitterung macht die Vielschichtigkeit des Berufes deutlich und erklärt, warum das Arbeitsfeld schwer zu charakterisieren ist. Doch es überrascht, dass entgegen allen „Kassandrarufen“, die den Untergang der Literatur und die Krise des Lektorats beschwören, es laut eigenen Einschätzungen der Lektoren und laut der Studie von Hömberg immer noch die klassischen Tätigkeiten sind, die den Arbeitsalltag prägen. So nimmt die Autorenbetreuung, die Manuskriptakquisition und die Arbeit am Text auch jetzt noch die meiste Zeit für die Lektoren in Anspruch und zählen zu den Hauptaufgaben im Lektorat<sup>56</sup>. Laut Hömberg arbeitet ein Lektor durchschnittlich vierzig Wochenstunden. Wobei hier die durchschnittliche Arbeitszeit aller Abteilungen des Lektorats berechnet wurde. Das heißt, ein Mitarbeiter, der hauptsächlich für die Textarbeit zuständig ist, wird wesentlich weniger Stunden arbeiten, als ein Cheflektor, der sowohl für die Programmgestaltung, die Manuskriptakquisition und die Autorenbetreuung zuständig ist. Viele der Lektoren und Lektorinnen gaben allerdings an, Manuskripte meist zu Hause zu lesen und im Verlag die organisatorischen Dinge zu erledigen, womit das Lesen in der Arbeitszeit nicht miteingerechnet ist. Durch die Flut an jährlichen Neuerscheinungen und die stetig steigende Buchproduktion ist das Zeitmanagement dieser Aufgaben essentiell geworden ist. Ein Lektor muss diesen Tätigkeiten bei mehreren Buchprojekten nachgehen, somit ist er vielleicht doch zum Projektmanager avanciert. Doch die Studie und diverse Interviews lassen den Schluss zu, dass ein Lektor immer noch viel mit und am Text arbeitet, dies erledigt er eben außerhalb der Arbeitszeit. Dass die Aufgaben des Lektors, im Vergleich zu den Anfängen des Berufes, deutlich mehr geworden sind, lässt sich nicht bestreiten. Dies war auch das Hauptargument der Lektorenaufstände, die 1968 eine breite Diskussion über die Situation der Verlage und der Lektoren in Deutschland anregte.

## Lektorenaufstände 1968

Die Lektorenaufstände sind im Zusammenhang dieser Arbeit deswegen eine Analyse wert, da hier Lektoren erstmals selbst öffentlich Stellung zur Situation der Verlage und zu ihrer Position am literarischen Markt genommen haben. Die „Revolutionsjahre“, ausgehend von

---

<sup>55</sup> Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 86.

<sup>56</sup> Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 90ff.

den Studentenaufständen 1968, boten die ideale Plattform für die Lektoren, um zu den „Missständen“ des Verlagswesens Stellung zu beziehen. Eine Besonderheit der Aufstände ist vor allem, dass dabei die Debatte nicht nur in den Fachmagazinen und in den literarisch eingeweihten Kreisen stattfand, sondern dass die Diskussion in die Öffentlichkeit ausgetragen wurde. Es beteiligten sich insbesondere die Lektoren bekannter deutscher Verlage an den Aufständen, was maßgeblich dazu beitrug, dass das Thema eine derart große Resonanz erzeugen konnte. Ursache für die „Aufstände“ war die zunehmende „Kommerzialisierung des Buchmarktes“<sup>57</sup>, was dazu führte, dass in der Buchproduktion verstärkt auf das Bestsellergeschäft gesetzt, die Arbeit am Text mehr und mehr eingeschränkt wurde und als Folge dessen auch die Autorenbetreuung stark reduziert werden musste. Der Schwerpunkt des Lektorats verlagerte sich auf das Marketing und den Vertrieb. Die großen deutschen Verlage wie Suhrkamp, Luchterhand, Hanser, Kiepenheuer & Witsch, Piper, S. Fischer und Rowohlt hatten schon damals eine hohe Anzahl von Neuerscheinungen jährlich und waren am stärksten von der „Kommerzialisierung“ betroffen. In Amerika war dieser Trend bereits in den 1890er Jahren spürbar. Schnell wurde durch Zeitschriftenartikel und Interviews deutlich, dass die Verleger mit den Entwicklungen am Buchmarkt nicht einverstanden waren. Besonders die Verlagerung auf ökonomischen Erfolg ohne Berücksichtigung des literarischen und künstlerischen Wertes eines Buches wurde kritisiert.

The countersign in commercial circles is push, energy, snap [...] If literature and art are to be treated as common merchandise... it will make commonplace the manners of our people and their intelligence restricted to the counting-room<sup>58</sup>,

ist in einem Artikel der Zeitschrift *Publishers Weekly* aus dem Jahr 1890 zu lesen. Vor allem, dass sich der Schwerpunkt der Arbeit im Verlag von der textbezogenen Bearbeitung, Lektorat, Korrektorat, hin zu Werbung und Marketing verschoben hat, wurde mit Argwohn betrachtet. Der Erfolg eines Buches scheint nun weniger daran geknüpft zu sein, welchen literarischen Wert oder welche kulturelle Bedeutung ein Buch hat, sondern wie viel in Marketing und PR investiert wird. Coser et al zitieren hier einen sehr blumigen Vergleich des Dekans der American Publishers Henry Holt, der die Situation am amerikanischen Buchmarkt erklären soll: „I cannot but think [...] that lately the American publishers were as crazy about advertising as the Dutch ever were about tulips“<sup>59</sup>

In Deutschland waren die Lektorenaufstände ein wichtiger Hinweis auf die Entwicklungen am literarischen Markt. Vor allem waren die Lektoren diesmal stark in die Debatte involviert, da

---

<sup>57</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 239f.

<sup>58</sup> Coser et.al.: *Books*. 1982, Seite 18.

<sup>59</sup> Ebd.

es in erster Linie auch darum ging, inwieweit die Veränderungen die Arbeitsaufgaben und Bedingungen für den Lektor beeinflussen würden.

Die rasant steigende Produktion führte allmählich zu einer Sättigung des Marktes. Durch die Überproduktion von Büchern waren strategische Maßnahmen gefragt, um sich am Markt gegen die Konkurrenz durchsetzen zu können. Die „Bücherkrise“ ist jedoch nicht allein seitens der Verlage verschuldet, auch das Leseverhalten des Publikums hat sich heute verändert. Durch den Umgang mit neuen Medien, wie Fernsehen und Internet, hat sich das Publikum darauf eingestellt, täglich etwas Neues, Innovatives zu erwarten. Was gestern war, ist heute sozusagen schon „out“. Dies ist allerdings kein Phänomen des neuen Jahrtausends. Bereits 1920<sup>60</sup> beklagten einige Lektoren und Verleger eine „Novitätensucht“ seitens des Lesepublikums<sup>61</sup>. Gustav Klipper, Verleger der Deutschen Verlagsanstalt, verwendet 1925 den Begriff der „Amerikanisierung“<sup>62</sup> des Buchmarktes.

Die Langlebigkeit der Bücher schwand, und es galt neue Werbestrategien zu entwickeln. Man konzentrierte sich darauf, wenige Titel des Programms zu bewerben, und dafür die Werbung umso wirksamer und umfangreicher auszubauen. Ziel war es, Bestseller auf den Markt zu bringen, um mit dessen Verkaufserfolg auch die anderen Titel des Programms mittragen zu können. In diesem Zusammenhang beklagte der Lektor des Hanser Verlages, Jürgen Kolbe, dass dadurch auch die Individualität der einzelnen Verlage abhanden komme. Denn jeder produziere die gleichen Titel, um die am Markt aktuellen Themen zu bedienen. Durch diesen „Individualitätsschwund“ sei es „auf Anhieb kaum auszumachen[...], welches literarische Buchprogramm nun unverwechselbar Suhrkampfscher, Kiepenheuerscher, Luchterhandscher oder [...] Hanserscher Prägung sei - um nur die geistigen Branchenverwandten zu nennen“<sup>63</sup>. Auch aktuelle Publikationen scheinen auf dieses Phänomen aufmerksam geworden zu sein. Andreas Meyer spricht davon, dass sich Publikumsverlage kaum mehr durch eine spezielle Kompetenz auszeichnen, es scheint, als produziere jeder alles.

„Kunterbunt durcheinander, vom Gesetzestext über Esoterik und Lebenshilfe bis zum Kriminalroman oder anspruchsvollster ‚Höhenkamm‘ – Literatur – so sieht die Produktpalette speziell der Taschenbuchverlage aus.“<sup>64</sup> Auch Meyer verweist darauf, dass dieses Phänomen älter ist als angenommen, neu sei daran allerdings, „dass zunehmend auch Insider Probleme

---

<sup>60</sup> Hier beziehen sich die Referenzen vor allem auf die Medien der Zeitungen und des Radios.

<sup>61</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 88.

<sup>62</sup> Schneider verweist hier darauf, dass von zeitgenössischen Kritikern das Schlagwort der „Amerikanisierung“ als Synonym für die „Moderne“ galt und auf das gesamte kulturelle Leben der 20er Jahre angewendet wurde. Vgl. Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 89.

<sup>63</sup> Jürgen Kolbe zitiert nach Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 244.

<sup>64</sup> Andreas Meyer zitiert nach Clement, Michel/Blömeke, Eva/Sambeth, Frank (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden: Gabler 2009, Seite 162.

haben, den einzelnen Groß-Verlagshäusern bzw. deren Taschenbuch-Labeln [...] programmatische Kernkompetenzen zuzuordnen.“<sup>65</sup>

Dies scheint für viele ein Stein des Anstoßes zu sein, denn es wird beklagt, dass bei der Arbeit im Verlag die Vermarktung der Werke im Mittelpunkt steht, und die Qualität der Texte darunter zu leiden habe. In der Studie von Walter Hömberg sprechen einige der Befragten, von der „Aldisierung des Buchhandels“<sup>66</sup>. Die Lektoren sprechen mit dieser Etikettierung ein bestimmendes Problem des Buchhandels an. Die Sortimente der Buchhandlungen „gleichen sich wie ein Ei dem anderen“<sup>67</sup>. Die kleinen Buchläden müssen den großen Konzernen weichen und die Fachberatung geht verloren. In den großen Buchhandlungsketten gelten ökonomische Auswahlkriterien, die Bücher des Verlages mit den besten Konditionen werden in den Schaufenstern und im Laden ausgestellt. Dies allerdings stellt kleine Verlage vor ein großes Problem, da sie meistens mit den Angeboten großer Verlage im Buchhandel nicht konkurrieren können. Zudem, so die Befragten der Studie, liegen die Bücher nur mehr für ein halbes Jahr in den Buchhandlungen auf und werden dann durch Neuerscheinungen ersetzt. Der Leser hat somit nicht mehr die Möglichkeit, Bücher vergangener Verlagsprogramme im Buchhandel zu finden. Ein Verleger sprach in diesem Zusammenhang von der „Homogenisierung des Buchmarktes“ und dass eine allgemeine „Bestselleritis“ im Verlagswesen herrsche.<sup>68</sup>

Von einer Art „Bestselleritis“ sprach man am amerikanischen Markt bereits in den 1940er Jahren. Allerdings war hier die Verbindung zwischen Buchindustrie und Hollywood gemeint, die durch die Einmaligkeit der filmindustriellen Situation so nur in Amerika stattfinden konnte. Der Schriftsteller James T. Farrell sprach davon, dass sich amerikanische Verleger einen Vorteil am Buchmarkt erhofften, indem sie Bücher publizierten, die an aktuelle Hollywoodfilme angelehnt waren. So wollten sie sich die Verkaufszahlen und das Bestsellergeschäft sichern: „the enlarged scale of publishing will require increased efforts to minimize risks. Now more than ever, publishers will be forced to be receptive to bestseller books.“<sup>69</sup> Damit bewies Farrell viel Gespür für die Veränderungen des amerikanischen Buchmarktes und warnte gleichzeitig vor der Gefahr, dass die Wall Street den Buchmarkt

---

<sup>65</sup> Andreas Meyer zitiert nach Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 162.

<sup>66</sup> Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 42.

<sup>67</sup> Ebd.

<sup>68</sup> Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2010, Seite 43.

<sup>69</sup> Coser et al.: *Books*. New York 1982, Seite 19.

übernehme. Er meinte damit, dass in diesem Fall nur mehr ökonomische Ziele verfolgt, und infolge dessen die kulturellen Funktionen von Literatur zweitrangig würden.

Dass einzelne kleine Verlage von größeren Firmen übernommen werden und dadurch in ein riesiges Konglomerat aus diversen Medienanstalten eingebunden sind, ist in Amerika seit vielen Jahren gängige Praxis. So übernehmen große Medienfirmen wie etwa CBS (Columbia Broadcasting System) und ähnlich große Gesellschaften, Buchverlage in den USA und vereinen als Mutterkonzern Fernsehanstalt, Buchverlag, in manchen Fällen auch Musikfirmen sowie Zeitungen und Zeitschriften. Somit sind alle individuellen Segmente in einer Gesellschaft vereint.<sup>70</sup> Hier scheint der Verweis auf den schon erwähnten „Individualitätsschwund“ angebracht.

Als Folge dieser Zusammenschlüsse werden Führungspositionen oftmals durch Personen vertreten, die nicht aus der Verlags- oder Buchbranche kommen, sondern aus dem Managementbereich stammen und in erster Linie wirtschaftliche Ziele für die jeweiligen Verlage verfolgen. Nicht nur in Amerika gibt es dafür berühmte Beispiele, wie etwa der von Coser et al angeführte Verkauf des renommierten Verlages Houghton Mifflin, bei dem kurz vor der Veröffentlichung der Studie 1982, Lynn Thompson die Leitung übernahm und klarstellte, dass ihre Stärken im Bereich des Management liegen würden und nicht im Verlegen von Büchern. Ihr Ziel sei es, den „Output“ der Firma zu steigern.<sup>71</sup>

Am deutschen Buchmarkt hat sich seitens des Lesepublikums unbewusst eine Zuteilung der Literatur zu bestimmten Verlagen etabliert. Vor allem „Altverlage“<sup>72</sup> waren für ihre individuell verschiedenen Verlagsprogramme bekannt. Oft genügte dem kaufenden Publikum ein Blick auf das Verlagslogo, um sich für ein Buch zu entscheiden. So war der Insel-Verlag gleichbedeutend mit „wertvoller Literatur“, mit dem Rowohlt Verlag hingegen verband das Publikum Unterhaltungsliteratur.<sup>73</sup> Diese Vielschichtigkeit ging den Verlagen durch die Konzentrierung auf das Bestsellergeschäft verloren. Die Zusammenschlüsse oder Übernahmen von kleinen Verlagen durch große Konzerne war in Amerika eine gängige Methode, um den wirtschaftlichen Erhalt der Firmen zu gewährleisten. Auch am deutschen Buchmarkt sind solche Firmenhierarchien mittlerweile keine Seltenheit mehr. In Dachverbänden wie etwa Random House, der wiederum zur Bertelsmanngesellschaft gehört, sind viele der großen deutschen Verlage vereint.

---

<sup>70</sup> Coser et al.: *Books*. New York 1982, Seite 50.

<sup>71</sup> Coser et al.: *Books*. New York 1982, Seite 34.

<sup>72</sup> Hierbei sind jene deutschen Verlage gemeint, die schon vor dem „Dritten Reich“ existiert haben: Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 197.

<sup>73</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2010, Seite 197.

Dieses Phänomen ist in Deutschland noch stärker ausgeprägt als in Österreich und der Schweiz. Doch auch bekannte österreichische Verlage wie der Residenzverlag und Zsolnay wurden aus ökonomischen Gründen von anderen Verlagsanstalten übernommen.

Ein grundlegendes Problem des deutschen Buchmarktes liegt darin, dass die „literarische Welt“ auf manche Entwicklungen am Markt mit großer Hektik und Nervosität reagiert. Vor allem durch kurzfristige Veränderungen, zum Beispiel des Leseverhaltens des Publikums, oder technische und konzeptionelle Erweiterungen, scheint die Buchbranche zeitweise überfordert zu sein. Ein Beispiel dazu aus der Geschichte des Buchhandels: In der Zwischenkriegszeit, etwa zwischen 1920 und 1925 kam es alleine in Deutschland zu 600 neuen Verlagsgründungen. Ursache war der große Bedarf an neuem Lesematerial nach dem ersten Weltkrieg. In der Zeit der Weimarer Republik lag der Höhepunkt an Neuerscheinungen bei bis zu 32 000 Büchern pro Jahr.<sup>74</sup> Als Folge dessen stieg auch der Konkurrenzdruck am Markt. „Die hohe Umschlaggeschwindigkeit auf dem Buchmarkt zog ein höheres Produktionstempo nach sich, was im Produktionsprozeß [sic] die Herstellung von immer mehr Titeln in immer kürzerer Zeit bedeutete.“<sup>75</sup> Schneider beschreibt hier treffend die Ursache auch der Aufstände 1968, nämlich den Wandel des Lektors, vom Leser zum Projektmanager.

### Das Arbeitsfeld des Lektors

Eine Besonderheit des deutschen Buchmarktes ergibt sich durch die ehemalige Teilung Deutschlands in die BRD und in die DDR. Diese historische Entwicklung hatte auch auf den Buchmarkt gravierende Auswirkungen. Die schwierige Situation der Verlage in der DDR, die mit Zensur und den politischen Gegebenheiten zu kämpfen hatten, und die unterschiedlichen Buchmarktverhältnisse in West- und Ostdeutschland können hier nicht weiter ausgeführt werden. Dies würde den Rahmen der Arbeit sprengen und ist für das Thema nur soweit relevant, dass es nach der Wiedervereinigung 1989/1990 zu einem Aufschwung des deutschen Literaturmarktes kam und sich die literarische Landschaft, wie wir sie heute vorfinden, kontinuierlich abzeichnete. Der Zusammenschluss der BRD und DDR zu einem einheitlichen Staat bot den Verlagen nun einen erweiterten Markt und vor allem der Nachholbedarf an neuer deutscher Lektüre war groß. Die Titelproduktion stieg in den ersten Jahren zwar

---

<sup>74</sup>Der Höhepunkt lag dabei im Jahr 1925. Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 90.

<sup>75</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 90.

sprunghaft an, doch nach wenigen Erfolgsjahren kam es sehr schnell wieder zu einem rückläufigen Trend; vor allem im Belletristik-. Insbesondere der Anteil deutscher Literatur am Gesamtbuchmarkt wurde geringer. Den größten Anteil am Markt hatten Übersetzungen aus dem amerikanischen Sprachraum. Bedingt durch die Besatzungsmächte konnte sich die amerikanische Literatur in den Nachkriegsjahren auf dem deutschsprachigen Markt etablieren. Außerdem hatte sich in Amerika ein bestimmter Schreibstil von ‚leicht lesbarer Literatur‘ entwickelt, der ein breites Publikum ansprechen konnte. Zum einen wurde dies durch die ‚Autorenschulen‘, in denen ‚kreatives Schreiben‘ gelehrt wird gefördert, zum anderen hatte sich eine Schreibtradition etabliert, die sich wiederum an Hollywood orientierte. Der Trend, dass sich Autoren in ihren Werken am Stil von Hollywoodfilmen orientierten, die die Dramaturgie dahingehend aufbauten, dass das Werk bestmöglich verfilmt werden konnte, und sich dem Publikum anpasste, kritisierte wiederum der Schriftsteller James T. Farrell bereits 1946 in seinem Essay „The Fate of Writing in America“:

Many writers have found it most convenient to adjust their conscience, their style and their themes to the dramaturgical conception of Hollywood. New ties are being forged between studio offices and reprint houses... The direction now being taken by the big publishers has been described as the Hollywoodization of literature.<sup>76</sup>

Ein weiteres Phänomen hat sich am aktuellen amerikanischen Buchmarkt durchgesetzt. Einige Verlage orientieren sich bei ihren Neuerscheinungen am aktuellen Kinoprogramm. In Amerika kommt es nicht selten dazu, dass kurz nach der Kinopremiere, das ‚Buch zum Film‘ erscheint bei dem auch das Coverbild sich an den Film anlehnt und die Stars desselben zeigt. Den Verlagen bietet dies eine Chance auch bereits veröffentlichte Werke mit einer Neuauflage des Werkes in Anlehnung an den Film einem viel größeren Publikum näher zu bringen. Dem Lesepublikum ist oft nicht klar, dass in diesem Fall das Buch nicht auf dem Film basiert, sondern der Film in Anlehnung an das Buch gestaltet wurde. Für den Verkaufserfolg der Werke spielt dies aber keine große Rolle.

Von den Verbindungen zwischen Hollywood und der Buchindustrie profitieren beide Seiten. Verleger und Lektoren haben Kontaktpersonen in der Filmindustrie, die sie mit neuen Stoffen für Publikationen versorgen. Umgekehrt wenden sich die Verlage an Produzenten, wenn sie ein Buch veröffentlichen, das sich für eine Verfilmung eignet<sup>77</sup>. Wenn sich der Stil von Autoren ähnelt und für das Lesepublikum leicht konsumierbar ist, stellt sich beim Publikum eine Leseerwartung ein, die meist erfüllt wird, wodurch der Kunde am Ende mit dem, was er

---

<sup>76</sup> Coser et.al.: *Books*. New York 1982, Seite 19.

<sup>77</sup> Coser et.al.: *Books*. New York 1982, Seite 269.

kauft, zufrieden ist, da er von vorneherein weiß, was er bekommt. Deshalb ließ sich amerikanische Literatur in der Übersetzung auch am deutschen Buchmarkt gut verkaufen. Viele Verlage kauften hauptsächlich Lizenztitel aus dem Ausland ein. Dadurch konnte man sich auch einen Teil der Lektoratsarbeit ersparen, da die Titel schon vorlektoriert worden waren, zumindest was inhaltliche Korrekturen betraf. Deutsche Titel hatten am Markt nur mehr einen geringen Anteil. Durch die Zusammenarbeit zwischen deutschen Verlagen am amerikanischen Buchmarkt kommt eine weitere Figur am literarischen Markt ins Spiel. Am amerikanischen Buchmarkt konnte sich diese Berufssparte bereits früher etablieren, und fand nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges auch in Deutschland Beachtung: Der literarische Agent.

### Der Agent

Auch in Deutschland wird in den letzten Jahren immer auf die Zusammenarbeit mit Agenten vertraut, sowohl seitens der Autoren als auch der Verleger. In Amerika begann der Trend bedeutend früher, die ersten Agenten traten allerdings am britischen Buchmarkt auf und konnten sich, durch die gemeinsamen Abkommen dieser beiden Märkte, auch auf dem amerikanischen Buchmarkt relativ schnell etablieren. Die Reaktion amerikanischer Verleger war ähnlich negativ und ablehnend wie später die der Verleger in Deutschland. Man sah in den Agenturen eine Kontrollinstanz, die die „besondere“ Beziehung zwischen Verleger bzw. Lektor und Autor störte. Lektoren und Verleger sahen sich durch die neue Instanz am Buchmarkt gefährdet. Es störte angeblich nicht nur die „cosy intimacy between author and publisher“<sup>78</sup>, sie waren auch eine Gefahr für die „Machthoheit“ der Verleger, die sie bis dahin am Buchmarkt inne hatte. Doch nicht nur die Beziehung zwischen Autor und Lektor bzw. Verleger sah man bedroht, Agenten übernahmen auch die Vertrags- und Gehaltsverhandlungen für den Autor. Junge Autoren, die wenig Erfahrung mit dem Buchmarkt haben, können den Wert eines Manuskriptes kaum einschätzen und sind bei Verlagsverhandlungen meist überfordert. Dieses Manko wird durch Agenten ausgeglichen und sie können für ihre Klienten ein angemessenes Gehalt fordern. Dadurch sind die Gehälter deutlich gestiegen, da der Agent Verhandlungen mit mehreren Verlagen gleichzeitig führen und die besten Konditionen für den Autor erarbeiten kann. Dies ist auch im Interesse des Agenten gelegen, welche oft mit 10 Prozent am Gehalt beteiligt ist. Lektoren und Verleger

---

<sup>78</sup> Coser et.al.: *Books*. New York 1982, Seite 286.

wissen diese Funktion des Agenten aber auch zu schätzen, denn „[i]f negotiations with the author didn't go well [...] there can be very hard feelings.' If editors negotiate with agents, on the other hand, ,at least the author is free – there are no bad feelings.“<sup>79</sup> Gerade für Autoren ist ein freundschaftliches Vertrauensverhältnis meist ausschlaggebend für die Zusammenarbeit mit dem Verlag bzw. mit dem Lektorat. Zudem bilden Agenten für Lektoren „by far the most important source of manuscripts for trade editors.“<sup>80</sup> So ungehalten die Verleger anfangs auch waren, so werden Agenten mittlerweile durchaus geschätzt, denn sie führen für die Lektorate bereits eine Vorselektion durch. Sie prüfen ein Buch auf inhaltliche Qualität, führen Korrektur am Text durch und können den Text gezielt an Verlage, in deren Programm er passt, weiterreichen.

Die anfängliche Skepsis in Deutschland weicht mittlerweile der Befürwortung von Agenten am literarischen Markt. Lektoren schätzen die Vorselektion, die gezielte Auswahl der Autoren und der passenden Verlage seitens der Agenten. Prostka und Schmidt-Stölting sprechen davon, dass Agenten eine „Feindefinition des Konzeptes unter Beachtung spezieller Verlagsanforderungen vornehmen“<sup>81</sup>. Durch diese selektive Arbeit der Agenten wird den Lektoren viel Zeit und Aufwand erspart und die Arbeit um ein vielfaches erleichtert. Neben der hervorragenden Branchenkenntnis ist es vor allem die „sehr [gute] Vernetzung um nationalen sowie internationalen Verlagsumfeld“<sup>82</sup> der Agenten, die für die Lektoren von Bedeutung ist. Der Agent stellt die Verbindung zu ausländischen Verlagen und Autoren her und erspart dem Lektor so eine Selektion der Verlage und Autoren. Gleichzeitig erlaubt es dem Lektor bestens international vernetzt zu bleiben. Edgar Bracht spricht davon, dass fremdsprachige Manuskripte ohnehin nur mehr über Agenten bezogen werden, mittlerweile gelte aber auch für deutschsprachige Autoren, sich an eine Agentur zu wenden, wenn man es als Schriftsteller ernst meine. Auch einige seiner Kollegen und Kolleginnen sprechen sich für die Arbeit der Agenten im Literaturbetrieb aus. Zwar sind in Deutschland Agenten noch keine derart feste Institution wie in Amerika, aber immer mehr Lektoren verlassen sich auf deren Arbeit. Denn dadurch ist die Beziehung mit dem Autor durch keine geschäftlichen Verhandlungen belastet und der Lektor kann sich bei der Arbeit auf die Betreuung der Autoren und die Textbearbeitung konzentrieren. Vor allem für die Autoren ist eine vertrauensvolle und manchmal sehr intensive Beziehung mit ihrem Lektor wichtig.

---

<sup>79</sup> Coser et.al.: *Books*. New York 1982, Seite 289.

<sup>80</sup> Coser et.al.: *Books*. New York 1982, Seite 133.

<sup>81</sup> Tim Prostka/Christina Schmidt-Stölting zitiert nach: Clement/Blömeke/Sambeth: *Ökonomie des Buchhandels*. Wiesbaden 2009, Seite 112.

<sup>82</sup> Ebd.

## Der Autor und der Lektor

Für den Autor ist der Lektor die wichtigste Ansprechperson im literarischen Betrieb. Mit dem Lektor kommt der Autor als erstes in Kontakt, wenn er in einen Verlag eintritt. Des Öfteren schon haben Autoren ihr Verhältnis zu „ihren“ Lektoren beschrieben, zumeist in Sammelbänden, die einem besonderen Lektor gewidmet sind. Mit Vergleichen und Metaphern geschmückte Texte loben den Lektor und seine Arbeit. Zum sechzigsten Geburtstag des herausragenden Lektors Günther Busch wurde im S. Fischer Verlag der Sammelband *Der Autor, der nicht schreibt*<sup>83</sup> veröffentlicht, in dem die Erfahrungen von Kollegen, Autoren und Verleger die Arbeit mit diesem besonderen Menschen, der er für seine Autoren war, zusammengefasst sind. Der Verleger des Wallstein Verlags, Thedel von Wallmoden, hat in einem Band, den er dem Lektor seines Hauses, Thorsten Ahrend, gewidmet hat, Autoren zu ihren Lektoren befragt und diese Texte unter dem Titel *Seiltanz. Der Autor und der Lektor* publiziert. Autoren wissen die Arbeit des Lektors zu schätzen. Sie sind ihre „Erstleser“, „Gegenleser“ und „Quellenfinder“<sup>84</sup>, die Autoren erkennen den Wert der Änderungen, die der Lektor an ihren Texten vornimmt, auch wenn es ihnen im ersten Moment schwer fällt, Kritik an ihren Werken, die sie oft als Teil von sich selbst betrachten, zu akzeptieren. Doch bestätigen die Autoren, die Thedel von Wallmoden in seinem Band versammelt hat, dass sie selbst oft nicht mehr die nötige Distanz zum Werk haben, um gelegentliche Ungereimtheiten in der Kontinuität der Erzählung oder sprachliche Fehler zu erkennen. Es ist oft ein Streitgespräch zwischen den beiden betreffenden Parteien, aus dem dann aber dank des Einsatzes des Lektors die bestmögliche Form des Textes entspringt, so der Tenor der Ausführungen im Sammelband.

Lektoren, so scheint es, betrachten die Beziehung zu den Autoren von einem nüchterneren Standpunkt. Zwar betonen sie, dass sie mit einigen ihrer Autoren, die sie betreuen, eine enge Beziehung verbindet, manche sprechen sogar von Freundschaft, doch Lektoren verweisen immer wieder auf die professionelle Arbeitsebene zwischen Autor und Lektor. Wohingegen Autoren davon sprechen, dass sie eine tiefe persönliche Beziehung mit ihrem Lektor verbinde, was verständlich ist, sind es doch die Lektoren, die als Erstleser, diese ‘inneren persönlichen Schöpfungen’ lesen und wichtiger noch, sie bewerten. Ein positives Urteil kann dabei verbindender wirken als der Erfolg des Werkes am Buchmarkt. Der Vergleich, der Lektor sei Vermittler zwischen „Geist und Kapital“<sup>85</sup>, beschreibt anschaulich seine Aufgabe. Er muss die

---

<sup>83</sup> Boehlich/Habermas (Hrsg.): *Der Autor, der nicht schreibt*. Frankfurt a. Main 1989.

<sup>84</sup> Von Wallmoden, Thedel (Hrsg.): *Seiltanz. Der Autor und der Lektor*. Göttingen: Wallstein Verlag 2010.

<sup>85</sup> Walter Fritzsche zitiert nach Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 302.

Selbststilisierung des Autors als kreativen Künstler, als Erster mit der sachlichen Ebene des Literaturbetriebs in Verbindung bringen. Auch, wenn auf große Autoren wie Thomas Bernhard oder Günter Grass verwiesen wird, die ihre Lektoren sehr zu schätzen wussten, hat nicht jeder Autor ausschließlich Gutes über den ersten Leser zu sagen. Denn eben genau die Orientierung am Markt und auch an ökonomischen Richtlinien kritisiert das enfant terrible der deutschen Literatur Rolf-Dieter Brinkmann sehr klar in einem ausführlichen Zitat, in dem der Lektor und seine finanziellen Sicherheiten als Angestellter eines Verlages Ziel seines Angriffes sind. Der Verlag ist ein Betrieb, der gewinnorientiert arbeitet. Mittlerweile werde alles gedruckt, was Umsatz verspricht, und man könne in diesem Zusammenhang kaum noch von Kultur sprechen.<sup>86</sup> Der Lektor habe zudem auch ein leichtes Leben, er bekomme ein sicheres Gehalt, wohingegen der Autor mit einem geringen Honorar abgespeist werde.

„Lektoren in die Fresse! Verleger in die Fresse! [...] Finanzbeamten in die Fresse!“<sup>87</sup>

Brinkmann kritisiert hier nicht die eigentliche Arbeit des Lektors am Text oder die Betreuung des Autors durch jenen. Vielmehr geht es ihm um finanzielle Sicherheiten, die auch ein sehr produktiver Autor meist nicht besitzt. Seiner Meinung nach genieße der Lektor im Gegensatz dazu ein durchaus gutes Auskommen. Dass diese Behauptung nur in wenigen Fällen wirklich zutrifft, beweist ein Gehältervergleich von Hömberg, bei dem das Ergebnis zeigt, dass Lektoren weniger verdienen, als andere akademische Berufe mit demselben Arbeitsaufwand. Es ist also ein zwiespältiges Verhältnis, das den Umgang zwischen Autor und Lektor prägt. Es scheint, dass dieser ambivalente Aspekt in allen Bereichen der Arbeit des Lektors zu finden ist. Kritik an ihrer Arbeit lassen Autoren nur sehr ungerne zu und es kommt nicht selten vor, dass auch die Korrekturen des Lektors mit Beschimpfungen bestraft werden. Man muss zudem bedenken, dass nicht jeder Autor mit jedem Lektor auskommt, und dass auch die Arbeit der verschiedenen Lektorate in den vielen Verlagshäusern von unterschiedlicher Qualität ist. Es gibt in jeder Lektorengeneration nur einige wenige Persönlichkeiten, die aufgrund ihrer hervorragenden Arbeit von Autoren in der literarischen Öffentlichkeit gewürdigt werden.

Die Geschmäcker sind unterschiedlich, auch bei Lektoren. Manche mögen lange atemlose Sätze, andere lehnen gerade wegen dieses Schreibstils ein Manuskript ab. Der Autor Joachim Helfer sprach davon, dass er mit sehr vielen Lektoren zu tun hatte, mit denen er nicht zufrieden war und die auch seine Manuskripte ablehnten. Es war Klaus Piper, der von der

---

<sup>86</sup> Rolf Dieter Brinkmann verfasste diese Zeilen 1971.

<sup>87</sup> Rolf Dieter Brinkmann zitiert nach Weiss, Rainer: „*Lektoren in die Fresse!*“ – *Einige Beispiele der Autor-Lektor Beziehung*. In: Ute Schneider (Hrsg.): *Das Lektorat – Eine Bestandsaufnahme*. Beiträge zum Lektorat im literarischen Verlag. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag 1997, Seite 36.

Qualität seines Erstlingswerkes überzeugt war und dem Autor Helmut Frielinghaus zur Seite stellte. Nachdem der Verleger die Verlagsleitung übergeben hatte, wechselte Helfer den Verlag und fand in Thorsten Ahrend, der damals noch bei Suhrkamp Lektor war, jemanden, der es verstand, mit dem Autor zu arbeiten und dem Text zu seiner Höchstform zu verhelfen. Die Kunst des Lektors besteht darin, die Qualität des Textes zu erkennen, auch wenn ihm bewusst wird, dass das Manuskript noch viel Arbeit benötigt, bevor es in Druck gehen kann. Diese Persönlichkeiten sind es, so die Autoren, die Entscheidendes für die Literatur leisten und aus den Manuskripten Bestseller machen.

### Die Macht des Lektors

Der Lektor hat durchaus großen Einfluss im Verlag, und hat im Vergleich mit anderen Abteilungen in seinem Arbeitsumfeld große Entscheidungsgewalt inne. Seitens des Verlegers wird der große Einfluss des Lektors über das Verlagsprogramm zwar nicht dementiert, aber genau so wenig offiziell bestätigt und hervorgehoben. Deshalb wurde im Zuge der „Aufstände“ von 1968 auch die Forderung laut, den Lektoren mehr Mitspracherecht in Verlagsentscheidungen zuzugestehen. Immerhin sind es nicht allein die Verleger, die dem Verlag ein einzigartiges Gesicht geben, sondern vor allem die Lektoren in ihrer Funktion als Programmacher. Lektoren wird in den Verlagen eine Schlüsselposition zugesagt, als Dreh- und Angelpunkt für alle Abteilungen, die in die Produktion und den Verkauf von Büchern involviert sind, und auch oft als Mädchen für alles. In diese Schlüsselposition integriert ist die ökonomische Verantwortung gegenüber dem Verlagshaus. Die Kostenkalkulation von Büchern spielt bei der Manuskriptakquisition und bei diversen Buchprojekten eine entscheidende Rolle. Ein guter Lektor kann in seiner Arbeit und seiner Programmgestaltung darauf nicht verzichten, das wäre fahrlässig gegenüber dem Verlag und auch den Autoren. Lektoren sind in ihren Entscheidungen meist nur direkt dem Verleger unterstellt und für diesen aus der Verlagshierarchie kaum mehr wegzudenken. Doch die letzte Entscheidungsinstanz in allen Belangen des Verlages bleibt der Verleger. Diese Hierarchie hat sich aus der Entstehung des Lektorats gebildet. Als „wissenschaftliche Mitarbeiter“ standen Lektoren dem Verleger beratend zu Seite. Sie waren vor allem für die Sichtung der Manuskripte zuständig und trafen bereits eine Vorauswahl, aus welcher der Verleger für sein Programm auswählen konnte. Diese Rangfolge hat sich nicht geändert, obwohl dem Lektor nunmehr viele Tätigkeiten zukommen, die früher dem Verleger

vorbehalten waren.<sup>88</sup> Allerdings muss hier auch berücksichtigt werden, dass früher der Verleger meist die Mehrheitsanteile am Verlag besaß und oft mit dem eigenen Kapital für den Erfolg des Verlages haftete, weshalb er die Entscheidungen der Firma nicht aus den Händen geben wollte.

Als konkretes Beispiel seien hier die Forderungen einiger Suhrkamp-Lektoren wie etwa Walter Boehlich, Anneliese Botond, Günther Busch und Urs Widmer nach einer Lektorenversammlung angeführt. Sie präsentierten Siegfried Unseld, Verleger des Hauses, Vorschläge zur Umgestaltung der Verlagsstrukturen. Sie forderten eine Versammlung im Verlag einzurichten, bei der alle Lektoren gleichermaßen beteiligt sind. Die interne Hierarchie solle dabei nicht berücksichtigt werden, das heißt es gäbe keinen Cheflektor oder ähnliches. Entscheidungen sollten demokratisch getroffen werden, wobei jedem nur eine Stimme zukommt, auch dem Verleger. Dies bildete den Kern der Forderung, und gleichzeitig war dies auch ‚der Stein des Anstoßes‘ für die Verleger bei den Verhandlungen, denn die Entscheidungen sollten für jeden bindend sein, selbstverständlich auch für den Verleger. Der Vorschlag konnte sich in dieser Form letztendlich nicht durchsetzen, das Entscheidungsrecht seitens des Verlegers blieb bestehen. Allerdings wurde in Folge dessen die Stelle des Cheflektors im Hause Suhrkamp aufgelassen.

Der Lektor hat aber ohnehin gegenüber den restlichen Beteiligten im Verlag, wie zum Beispiel Marketing- und Vertriebsabteilung mehr Mitspracherecht bei Veröffentlichungen. Wenn sich Lektorat und Verleger bezüglich der Publikation eines Buches unsicher sind, haben auch jene Abteilungen Einfluss auf die Entscheidung, doch funktioniert dies selten auf umgekehrtem Wege. Ein Buch kann ohne die Zustimmung des Marketings produziert werden, es kann aber kein Manuskript veröffentlicht werden ohne die Zustimmung des Lektorats, betont ein Lektor in einem Interview. Hierbei gilt es für einen guten Lektor, das Buchprojekt im Verlag zu bewerben und sich dafür stark zu machen. Denn es bedarf des vollen Einsatzes von Vertrieb und Marketing, um sich gegen die Konkurrenz behaupten zu können und die Werbearbeit fällt leichter, wenn jeder Verlagsmitarbeiter von den Büchern überzeugt ist. In den Interviews wurde von den Lektoren verstärkt darauf hingewiesen, dass ein Großteil ihrer Arbeit bei Verlagsversammlungen darin besteht, andere Verlagsmitglieder von der Publikation zu überzeugen, sonst kann es sein, dass Buchprojekte nicht realisiert werden. Der Lektor und Übersetzer Otto F. Best beschreibt die Eigenschaft des Lektors, der „eine

---

<sup>88</sup> Der freie Lektor aber braucht diese Hierarchie nicht zu beachten. Er ist durch sein freies Dienstverhältnis nicht an einen einzelnen Verlag bzw. Verleger gebunden und kann jederzeit die Zusammenarbeit aufkündigen. Da in dieser Arbeit allerdings der festangestellte Lektor im Fokus steht, gehe ich auf das Verhältnis zwischen freiem Lektor und Verleger nicht weiter ein.

Elefantenhaut zeigen und ein Mimosengemüt besitzen“<sup>89</sup> müsse, um diesen Anforderungen gerecht zu werden.

### *Die Reihe*

Während der Lektorenaufstände wurden viele Stimmen laut, dass das Lektorat viele von seinen entscheidenden Funktionen eingebüßt habe und wichtige Lektoren wie Andreas Hopf, Lektor bei Bertelsmann, oder der Suhrkamp-Lektor Walter Boehlich als auch Peter Härtling teilten die Meinung, der Lektor habe seine Funktion als Literaturgestalter einbüßen müssen<sup>90</sup>. Beispiele wie jene von Thomas Beckmann, der die *Collection S.Fischer*, Michael Krüger mit der *Reihe Hanser* oder, um eines der berühmtesten Beispiele anzuführen, Günter Busch, der die bekannte Reihe *editionsuhrkamp* hervorgerufen hat, zeigen, dass ein Lektor auch die literarische Landschaft auch heute noch mitgestalten kann. Busch gilt bis heute durch seine Verdienste als Lektor beim Suhrkamp Verlag und durch die Gestaltung der Reihe als einer der herausragenden Lektoren seiner Zeit.

Allerdings teilen nicht alle Buchreihen, die von Lektoren ins Leben gerufen wurden, ein derart positives Schicksal wie die *editionsuhrkamp*. Hier sei die *Sammlung Luchterhand* angeführt, die durch den damaligen Luchterhand-Lektor Stephan Reinhardt ins Leben gerufen wurde. Da in den siebziger Jahren die Überproduktion im Taschenbuchbereich, deutlich spürbar wurde, sollte die Reihe zu diesem Zeitpunkt auf die Hälfte reduziert werden. Dies wurde allerdings ohne Rücksprache mit den Lektoren beschlossen und umgesetzt, was erwartungsgemäß auf heftige Kritik stieß, da das Ende der Reihe befürchtet wurde. Diese Auseinandersetzung endete schließlich damit, dass der Gründer der Reihe, Stephan Reinhardt, den Verlag verließ, doch hatte er trotzdem mit der *Sammlung Luchterhand* dem Verlag eine individuelle Prägung gegeben.

### *Die Anthologie*

Doch nicht nur Buchreihen bilden für den Lektor ein Portal, um die Literaturlandschaft zu gestalten. Durch Publikationen von Anthologien wurde von Lektoren der Fokus, oft sehr erfolgreich, auf ein Genre der Literatur gesetzt, das ohne deren Einsatz, in Vergessenheit geraten wäre. Mit der Anthologie „Menschheitsdämmerung“, die 1919 im Rowohlt Verlag erschienen ist, verhalf Kurt Pinthus expressionistischer Lyrik zu kommerziellem Erfolg am

---

<sup>89</sup> Otto F. Best in: Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Götting 2005, Seite 191.

<sup>90</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 250.

deutschen Buchmarkt. Dieter Wellershoff, einflussreicher Lektor des Verlages Kiepenheuer & Witsch, gilt als einer jener Lektoren, der das Profil des Verlages maßgeblich geprägt hat. In der Konzeption des Programms spiegelt sich das Interesse des Lektors wider, „[e]s hatte persönliche und literaturhistorische Vorbedingungen, es lag ein bestimmtes erkenntnisleitendes Interesse vor.“<sup>91</sup> Sein Interesse galt vor allem der realistischen Literatur. Wellershoff äußerte sich stets kritisch zur gängigen Erklärung des Begriffs „Realismus“ und versuchte in der Konzeption seines Programms seine Ansichten zu realistischer Literatur und was diese leisten konnte, darzustellen. Das heißt, es ging ihm und seiner Lektoratskollegin, Renate Matthaei, die mit Wellershoff dieses Interesse teilte, bei der Auswahl der Manuskripte nicht in erster Linie darum, bestimmten Autoren zum Erfolg zu verhelfen, sie verfolgten mit der Auswahl das primäre Ziel, ein neues literaturhistorisches Konzept zu formen. Wellershoff und Matthaei haben ihr Projekt in Form der Anthologie „Ein Tag in der Stadt. Sechs Autoren variieren ein Thema“ veröffentlicht. Rolf Dieter Brinkmann, Günter Seuren und Günter Steffens zählten zu den Autoren, die Wellershoff auf diese Weise dem Publikum und der Literaturkritik näher brachte. Der Name Dieter Wellershoff ist seither zudem mit dem Begriff „Neuer Realismus“ untrennbar verbunden und spiegelt die Leistung und den Verdienst des Lektors am Erfolg der neuen realistischen Literatur wider. Am Beispiel „Neuer Realismus“ wird offensichtlich, was in den Eigendarstellungen der Lektoren als „Instinkt und inneres Gefühl“ beschrieben wird. Eigene Interessen und Vorlieben prägen die Arbeit des Lektors und die Programmgestaltung. Dies muss natürlich bis zu einem gewissen Grad in Übereinkunft mit der Ausrichtung des Verlages stehen. Lektoren können aber dadurch das Interesse des Lesepublikums lenken.

### *Fremde Literaturen*

Lektoren sind immer auch Kulturvermittler, indem sie Autoren aus anderen Ländern und Sprachen in den eigenen literarischen Markt einführen. Hier bietet sich dem Lektor eine ungeahnte Auswahl an noch nicht übersetzter Literatur. Nationale Klassiker aus anderen Sprachen und Kulturräumen stellen oft kein so großes Risiko dar, wie es auf den ersten Blick scheinen mag. Der Erfolg, den sie in anderen Ländern erreicht haben, spricht oft für die Qualität des Textes, wenn sich eine gute Übersetzung findet, kann dies durchaus eine lukrative Marktlücke decken. Katharina Raabe, freie Lektorin, die unter anderem das Programm von Rowohlt mitbetreut und für den Suhrkamp Verlag als Beraterin tätig ist, hat

---

<sup>91</sup> Dieter Wellershoff zitiert nach Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 224.

sich auf die Übersetzung und Veröffentlichung von osteuropäischen Autoren konzentriert. Das Lektorat bilde für sie eine Art Relaisstation, eine Sammelstation für Literatur aus allen Weltgegenden, die im Lektorat „umgewandelt und irgendwann in Buchform weiterversendet“<sup>92</sup> werden. Der Aufwand bei Übersetzungen aus „Nischensprachen“ ist größer und zeitaufwendiger, doch geht es dabei nicht um finanziellen Erfolg, sondern darum, eine bisher verschlossene Literatur dem Publikum näher zu bringen, „die den Vergleich mit der avancierten deutschen Gegenwartsliteratur aushält“<sup>93</sup> und vor allem auch eine Abwechslung zu den zahlreichen amerikanischen Literaturübersetzungen bietet. Bereits Christian Morgenstern setzte sich während seiner Zeit als Lektor im Cassirer Verlag, für die Publikation skandinavischer Autoren ein. Er selbst hat zahlreiche norwegische Autoren übersetzt, darunter bekannte Namen wie Alexander Lange Kielland oder Björnsterne Björnson. Er versuchte beim Verleger Bruno Cassirer viele Publikationsprojekte skandinavischer Literatur durchzusetzen, konnte in den meisten Fällen aber keinen Erfolg erzielen und scheiterte am Einspruch des Verlegers. Morgenstern übersetzte außerdem einige Werke von Ibsen. Da er seinen Verleger Bruno Cassirer nicht davon überzeugen konnte, sie in seinem Verlag zu veröffentlichen, erschienen die Ibsen-Übersetzungen schließlich im S. Fischer Verlag, durch den der Großteil der skandinavischen Literatur am deutschen Buchmarkt vertreten war. Morgenstern hat dazu beigetragen, dass Autoren wie Ibsen am deutschen Markt erfolgreich verkauft wurden und dem Publikum sehr früh zugänglich gemacht wurden.

### *Der Lektor entscheidet*

In der Regel ist der Verleger die letzte Entscheidungsinstanz im Verlag. Doch es gab am deutschen Buchmarkt immer wieder Beispiele von Verlagshäusern, in denen die Lektoren frei über die Publikation von Werken entscheiden konnten, und der Verleger sich den Rat seiner Lektoren anschloss. Kurt Wolff etwa hat seinen Lektoren großes Vertrauen entgegengebracht und ihnen meist die Entscheidung über das Programm überlassen. Auch beim Wiederaufbau des Rowohlt-Verlages, nach dem zweiten Weltkrieg, waren die Lektoren, wie etwa Hans Georg Brenner, Wolfgang Weyrauch und später dann Fritz J. Raddatz maßgeblich am Erstellen des Verlagsprofils beteiligt. Einen besonderen Fall stellt der Luchterhand Verlag dar, der häufig als „Lektorenverlag“ betitelt wird. Da der Verleger Eduard Reiffenscheid

---

<sup>92</sup> Katharina Raabe in Gunther Nickel (Hrsg.): *Krise des Lektorats?*. Göttingen 2006, Seite 39.

<sup>93</sup> Katharina Raabe ebd., Seite 32.

„keine ausgeprägt literarischen Ambitionen“<sup>94</sup> besaß, war das Profil des Verlages hauptsächlich durch seine Lektoren geformt. Dies wird auch dadurch deutlich, dass in den Publikationen des Verlages der Lektor schon sehr früh im Impressum genannt wurde. Allerdings änderte sich nach dem Ausscheiden des Verlegers Reiffenscheid, die Situation für die Lektoren bei Luchterhand. Die beiden neuen Verlegerinnen, welche die Leitung des Verlages übernommen hatten, griffen verstärkt in die Produktion ein und beschränkten damit auch die Entscheidungsfreiheit der Lektoren. Nach vielen Unstimmigkeiten zwischen Verlagsleitung und Lektoren, verließen die Lektorin Ingrid Klüger und später von Personalkürzungen betroffen auch Helmut Frielinghaus, den Luchterhand-Verlag. Der Weggang von Klüger hatte für den Verlag allerdings weitreichende Folgen, denn viele der Autoren folgten der Lektorin in den neuen Verlag. Somit fehlten Luchterhand wichtige DDR-Autoren, die bestimmend für das Programm des Verlages gewesen waren. Klaus Roehler schreibt in einem Brief an den ausgeschiedenen Lektor Frielinghaus, dass der „Lektorenverlag“ Luchterhand an sein Ende gekommen sei.<sup>95</sup> Das Programm werde von den Verlegerinnen bestimmt, oft mit wenig Rücksicht auf die Meinungen der Lektoren. Dass Autoren ihren Lektoren in den jeweils neuen Verlag folgen, ist mittlerweile aber eher ein seltenes Phänomen, denn häufiger Personalwechsel im Verlag und vor allem auch in den Lektoraten ist keine Ausnahme mehr und macht es auch für Autoren immer schwieriger, eine enge Beziehung zu ihren Lektoren aufzubauen. Dem entgegenzuwirken hat sich Thorsten Ahrend zur Aufgabe gemacht. Er ist als Lektor des Wallstein Verlages auch Miteigentümer und will somit für die Autoren sicherstellen, dass sie auch in zehn Jahren noch auf ihn als Lektor vertrauen können.

Die Lektoratsarbeit ist vielfältig und abwechslungsreich und der Lektor kann entscheidend bestimmen, wie sich der Buchmarkt gestalten wird. In der Lektoratsarbeit geht es also nicht nur darum, gegenwärtige Geschmäcker des Lesepublikums zu befriedigen, sondern vor allem darum, Neues im Feld der Literatur zu entdecken und den Lesern näher zu bringen.

Dem Publikum neue Werte aufzudrängen, die es nicht will, ist die wichtigste und schönste Mission des Verlegers. Setzt er sich für etwas ein, was in die Zukunft hinein Leben verspricht, so kann der Sieg, sofern seine Sache gut ist, früher oder später nicht ausbleiben. Ein Sieg braucht nun nicht ein Massenerfolg zu bedeuten.<sup>96</sup>

---

<sup>94</sup> Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 337.

<sup>95</sup> Klaus Roehler zitiert nach Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 339.

<sup>96</sup> Samuel Fischer zitiert nach Groothuis, Rainer: *Wie kommen die Bücher auf die Erde? Über Verleger und Autoren, Hersteller, Verkäufer und Gestalter, die Kalkulation und den Ladenpreis, das schöne Buch und Artverwandtes. Nebst einer kleinen Warenkunde*. Köln: DuMont 2000, Seite 14.

Was hier Samuel Fischer so treffend für Verleger beschrieben hat, trifft mehr denn je auf die Lektoren als Programmmacher der Verlage zu. Die Lektoren sind nicht plötzlich zu Projektmanagern avanciert, auch wenn in der Fachpresse dies gerne so dargestellt wird. Es war eine langsame, unbewusst verlaufende Veränderung des Berufsbildes. Dass dieser Wandel jetzt verstärkt wahrgenommen wird, liegt daran, dass sich die Forschung und auch die Fachzeitschriften seit wenigen Jahren intensiver mit dem Tätigkeitsfeld des Lektors beschäftigen. Erst damit wurde der Blick auf dieses Berufsfeld und dessen Veränderungen gerichtet. Interessanterweise ist dieselbe Tendenz auch zu beobachten, wenn man sich mit den aktuellen Entwicklungen des Buchmarktes beschäftigt. Lektoren bezweifeln, dass der steigenden Erfolg elektronischer Publikationen ihre Arbeit beeinflusst oder gar verändert. Immerhin ist es doch noch immer die Arbeit am Text und mit den Autoren, die den Alltag des Lektors bestimmen. Doch darf dabei nicht übersehen werden, dass die Arbeit des Lektors sich durch die Veränderungen am Buchmarkt und im Verlagswesen immer mitverändert hat. In den Anfängen des Lektorats waren Marketingstrategien, Kostenkalkulation oder Office-Kenntnisse noch kaum in der Stellenbeschreibung zu finden, sind jedoch aktuell bei der Arbeit des Lektors als Projektmanager kaum wegzudenken. Inwieweit der Lektor zum Techniker avanciert, kann gegenwärtig noch nicht analysiert werden. Wie sich der Buchmarkt verändern wird bzw. wie sich dieser durch Innovationen rund um das e-book bisher bereits verändert hat, bedarf einer genaueren Betrachtung, bevor Rückschlüsse auf den Einfluss auf das Berufsfeld des Lektors gewagt werden können.

## Der BUCHMARKT

Die Veränderungen am Buchmarkt fassen Arik Meyer und Michael Treutler treffend zusammen, wenn sie schreiben:

Die Möglichkeit, Bücher zu digitalisieren und online zu vertreiben, ist die erste radikale Zäsur in der sechshundert Jahre alten Geschichte des Mediums Buch. Die Art des Drucks und die Art, wie Bücher gelesen wurden, haben sich seit Gutenbergs Erfindung der Druckerpresse um 1450 nicht wesentlich verändert. [...] Doch durch die zunehmende Leistung der Digitalisierung und die inzwischen funktionstüchtige Kommerzialisierung des jungen Mediums Internet eröffnet sich tatsächlich das erste Mal die Gelegenheit zur Schaffung eines vollständig digitalen Buchmarktes, [...] das erste Mal in seiner Geschichte schickt sich das Buch an, die Papierseiten, welche den Inhalt über Jahrhunderte transportiert haben, nicht mehr als einziges Transportmittel zuzulassen[...]<sup>97</sup>.

In diesem Zitat steckt die große Gefahr aber auch die Herausforderung und die Chance für die Buchbranche, die es heute zu bestehen gilt. Veränderungen sind dem Buchmarkt allerdings nicht neu, Coser vergleicht diese passend mit dem Bild einer Spirale. Das Prinzip der Verlagsbranche bleibt gleich, die Aufgabe der Verlage ist es, Bücher zu produzieren und zu vertreiben. Doch Entwicklungen in der Akquisition, im Lektorat, in der Produktion, im Vertrieb und im Marketing verändern die Arbeit dauerhaft. Als Beispiel sei die Etablierung des Computers als Arbeitsgerät für beinahe alle Abteilungen im Verlag genannt. Manuskripte werden per E-Mail gesendet und online erstgelesen. Die Setzung kann mit Computerprogrammen selbst im Verlag durchgeführt werden. Für die Arbeit in Vertrieb und Marketing ist der Computer kaum mehr wegzudenken. Eine weitere deutliche Veränderung, die vor allem die Arbeit des Lektors betrifft, ist das Aufkommen von Literaturagenten auf dem Markt. Wie sehr sich anfangs dadurch das Gefüge in der Branche zu verschieben schien, wurde bereits weiter oben erläutert und soll hier nur mehr als Anschauungsbeispiel dienen. So gravierend die Entwicklungen scheinen, die Struktur am Markt blieb in seinen ‚Grundfesten‘ erhalten, weshalb hier der Vergleich mit der Spirale durchaus passend ist. Meyer und Treutler haben angesprochen, dass erstmals die Grundform des Buches durch neue, elektronische Publikationsformen verändert wird.

---

<sup>97</sup> Meyer/Treutler in: Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 241.

## Medienvergleich

Es muss in diesem Zuge der oft zitierte „Tod des Buches“ aber dennoch redigiert werden, denn Umfragen<sup>98</sup> zufolge ist das Buch als Medium der Freizeitbeschäftigung immer noch hoch im Kurs. In einer Studie des Börsenblattes wurde der Zeitaufwand berechnet, den die Befragten für das jeweilige Medium aufwenden. Dabei lag in der deutschsprachigen Schweiz und in Österreich überraschenderweise das Radio an erster Stelle gefolgt von Fernsehen, Internet und Büchern sowie Tageszeitungen und Zeitschriften. Dies darf allerdings nicht mit der gesellschaftlichen Bedeutung der einzelnen Medien verwechselt werden. So ist wenig überraschend das „Internet [...] das bedeutendsten Medium im deutschsprachigen Raum“<sup>99</sup> ist, denn mehr als ein Drittel der Befragten gaben an, nicht auf das Internet verzichten zu können. Doch soll damit nicht vermittelt werden, dass die Bevölkerung nicht mehr liest. Das Medium Buch hat zwar an Bedeutung verloren, vergleicht man die Situation mit jener vor Radio oder Fernsehen, es muss aber an dieser Stelle angeführt werden, dass dies wahrscheinlich auch auf mangelnde Konkurrenz für Buch bzw. zu Zeitungen und Zeitschriften zurückzuführen ist. Auch die langanhaltende Vormachtstellung des Mediums Fernsehen wurde durch das Internet angegriffen. Laut der Umfrage allerdings muss das „Sterbeglöcklein“<sup>100</sup> für das Buch noch nicht geläutet werden. Denn auch, wenn durchschnittlich weniger gelesen, als ferngesehen oder im Internet gesurft wird, Lesen ist in den drei Ländern, Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz als Freizeitbeschäftigung immer noch sehr beliebt. 17 Prozent der Befragten gaben an, nicht auf Bücher verzichten zu können und durchschnittlich ein halbe Stunde am Tag zu lesen.

Das Buch profitiert vor allem in Deutschland, aber auch in Österreich und der Schweiz immer noch von seiner kulturellen Bedeutung, die ihm nicht nur von Experten zugeschrieben wird, sondern auch in der Gesellschaft stark verankert ist. Kreibich und Schäfer sprechen davon, dass Kultur und Schrift zwar nicht deckungsgleich seien, aber dennoch uralte Weggefährten sind.<sup>101</sup> Der Buchdruck und die Alphabetisierung der Bevölkerung spielte eine große Rolle,

---

<sup>98</sup> Die von mir verwendete Umfrage stammt aus dem Jahr 2009. Durch die schnellen Veränderungen, was das e-book betrifft, werden diese Daten nicht ganz aktuell sein. Neuere Studien zur Nutzung der Medien liegen mir zu diesem Zeitpunkt aber nicht vor.

<sup>99</sup> Börsenverein des deutschen Buchhandels: *Das Buch im Medienportfolio*. [http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Das\\_Buch\\_im\\_Medienportfolio\\_Zusammenfassung\\_Presse.pdf](http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Das_Buch_im_Medienportfolio_Zusammenfassung_Presse.pdf), 20.1.2013.

<sup>100</sup> Hans Magnus Enzensberger verwendet diesen Begriff, als er auf den Verfall der deutschen Literatur hinweisen wollte, die seiner Meinung nach die Anforderungen, die 1968 an sie gestellt waren, nicht erfüllte. Vgl. Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite*. Göttingen 2005, Seite 240f.

<sup>101</sup> Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 83.

die im 16. Jahrhundert auch politisch Einfluss nahm. Denn Lesen hatte zu dieser Zeit sehr viel mit Emanzipation zu tun. Ein Großteil der Bevölkerung machte die entscheidende Entwicklung vom „potenziell-Texte-entziffern-können“ hin zum regelmäßigen Lesen.<sup>102</sup> Das Bürgertum konnte sich nun selbst bilden, und war nicht mehr ausschließlich von geistigen oder weltlichen Predigern abhängig, die ihnen die Schriften erläuterten. Die Stadtbevölkerung, vorerst vor allem das Bürgertum, wandte sich dem Medium Buch verstärkt zu. Besondere Bedeutung hatte das Lesen auch für Kinder und für Frauen, denn sie waren lange aus vielen öffentlich-gesellschaftlichen Kreisen ausgeschlossen. So konnten sich Frauen, aus Mangel an diversen Alternativen, auf die Lektüre von Büchern konzentrieren. Sie bildeten sich durch Literatur, da ihnen der Zugang zu anderen Bildungsinstitutionen, wie etwa Universitäten, lange verwehrt blieb. Somit hatten Bücher großen Einfluss auf die Verbreitung der Emanzipation.

Auch von politischen Systemen und Machthabern wird Literatur immer noch gebraucht und missbraucht, um die eigenen Ideologien in Gesellschaften zu verbreiten.

Wagt man zum Thema ‚kulturelle Bedeutung‘ von Büchern einen Vergleich mit den USA, zeigt sich, dass einzelne Werke und Autoren durchaus einflussreich und auch in politischen Belangen von Bedeutung waren. So wird bei Kreibich und Schäfer niemand geringerer zitiert als Abraham Lincoln, der Harriet Beecher Stowe als „die Dame, die diesen großen Krieg begonnen hat“<sup>103</sup> beschrieb, und damit indirekt auf ihr Werk *Onkel Toms Hütte* verwies. Das Buch in seiner Gestaltung allerdings wurde in den USA in erster Linie als Übermittlungsmedium und weniger als kulturelles Erbe betrachtet. Hier sei allerdings auch auf die kurze Kulturgeschichte der USA verwiesen und darauf, dass besonders in den Vereinigten Staaten von Beginn an eine Affinität zu Entwicklungen und neuen Erfindungen im industriellen und technischen Bereich zu erkennen war. Dadurch war es für einzelne Entwicklungen jedoch kaum möglich, sich im kulturellen Leben zu festigen, da es schnell durch Neues, Besseres abgelöst wurde.

Die Situation in Deutschland spiegelt jene in Europa wider. Die Vorstellung von Bildung und ‚gebildet sein‘ steht hier in engen Kontakt mit der Vorstellung, dass man belesen sein bzw., dass man gewisse Werke der Weltliteratur kennen sollte. Der Literaturwissenschaftler Pierre Bayard verfasste zu diesem Thema einen Essay, der sich mit der kulturellen Bedeutung von Büchern auseinandersetzt. *Wie man über Bücher spricht, die man nicht gelesen hat*, so der Titel der Abhandlung, der bereits darauf verweist, wie wichtig Bücher für die soziale

---

<sup>102</sup> Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 82.

<sup>103</sup> Ebd., Seite 83.

Kommunikation sind. Er spricht davon, dass Literatur immer noch mit einem Hauch von „Sakralisierung“<sup>104</sup> verbunden ist. Diese haftet vor allem an Texte des geltenden Literaturkanons, und „die nicht gelesen zu haben praktisch verboten ist“<sup>105</sup>, so Bayard. Auch Kreibich und Schäfer erkennen einen „gesellschaftlichen ‚Zwang zu lesen‘“ und unterstreichen dies mit einem Verweis auf eine Szene eines Films von Woody Allen, in dem der Protagonist auf die Frage, ob er das Buch Moby Dick nicht gelesen habe, im Film erläutert „Ich schämte mich zuzugeben, dass ich es nicht gelesen habe – also log ich.“<sup>106</sup>

Interessanterweise ist die Situation, was die Wichtigkeit von Büchern betrifft, im Arbeitsalltag in den USA und Deutschland umgekehrt. Einer Studie zufolge, die sich damit beschäftigt, inwieweit das Lesen zum Erfolg im Berufsleben beitragen kann, wird von über vierzig Prozent der befragten Manager in Frankreich und Großbritannien und von sechzig Prozent der Manager in den USA das Lesen von Büchern genutzt, „[...] um auf neue Ideen zu kommen und [einen] Tunnelblick zu vermeiden“<sup>107</sup>. In Deutschland scheint diese Strategie kaum genutzt zu werden, denn nur jeder dritte Manager in Deutschland scheint Literatur als Inspirationshilfe zu schätzen.

Bücher nicht nur als Kulturgut zu sehen, sondern vor allem als Informations- und Inspirationsquelle zu nutzen, dazu eignet sich insbesondere das e-book, da ihm nicht der Kulturstatus eines gedruckten Buches anhaftet, sondern auch von Lesern in erster Linie als Mittel zum Zweck der Informationsaneignung betrachtet wird.

## Das e-book<sup>108</sup>

### *Definition*

Zu Beginn des folgenden Abschnittes bedarf es einer kurzen Definition des e-books. Seit einigen Jahren wird nun versucht, so detailliert wie möglich das neue Medium am Buchmarkt zu beschreiben. Uwe Matrisch und Ursula Welsch versuchen eine Definition, die auf das wesentliche reduziert ist: „Ein E-Book ist die digitale Publikation von Inhalten für die

---

<sup>104</sup> Bayard, Pierre: *Wie man über Bücher spricht, die man nicht gelesen hat*. Aus dem Frz. von Lis Künzli. München: Verlag Antje Kunstmann 2007, Seite 10.

<sup>105</sup> Ebd.

<sup>106</sup> Clement/Blömeke/Samebth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 81.

<sup>107</sup> Ebd., Seite 82.

<sup>108</sup> Da der Marktanteil an e-books in Österreich und der Schweiz deutlich geringer ist als in Deutschland und somit dem Vergleich mit dem amerikanischen Buchmarkt nicht standhalten könnte, ist beim Thema e-book hauptsächlich der Markt in Deutschland gemeint. Zudem der österreichische und der Schweizer Buchmarkt ohnehin einen Teil des deutschen Buchmarktes darstellt, auch im e-book Sektor.

Nutzung auf Lesegeräten, die die Inhalte auf Displays darstellen und Funktionen zur Nutzung bereitstellen.“<sup>109</sup> Man mag zwar sagen, dass in dieser sehr kurzen Beschreibung vieles nicht berücksichtigt wird, wie etwa die Erweiterung von e-books durch Bilder, Links, u.Ä. doch betrachtet man die rasante Entwicklung in dieser Sparte der elektronischen Publikationen, ist die Definition, die sich nur auf das Wesentliche konzentriert, durchaus zu empfehlen. Zu diesem Zeitpunkt kann man schwer sagen, welche Entwicklungen sich am e-book-Markt durchsetzen werden. Eine Definition, die alle technischen Details anführt und alle Möglichkeiten, die ein e-book in Zukunft erfüllen könnte, miteinschließt, könnte das Medium sehr schnell einschränken. Sowohl für Verlage, Technikfirmen, und andere Unternehmen ist das e-book ein spannendes Experimentierfeld, auf dem es viel zu entdecken und in dem es noch viel Neues zu entwickeln gibt. Zurzeit scheint nicht einmal die Schreibweise für das neue Medium einheitlich geklärt, sei es nun eBook, E-Book oder e-book<sup>110</sup>, uneinig ist man sich des Weiteren auch noch beim Thema Dateiformat. Zwar scheint sich das bei Kindle und bei anderen Readern gängige ePUB-Format vor allem bei belletristischen Titeln durchzusetzen, bei wissenschaftlichen Publikationen jedoch wird immer noch das PDF bevorzugt.

Dass ein e-book durchaus als Buch definiert werden kann, und nicht nur eine Datei ist, führen Matrisch und Welsch mit einem Verweis auf die UNESCO Definition des Buches an: „A book is a non-periodic publication of at least 49 pages exclusiv of the cover pages, published in the country and made available to the public“<sup>111</sup>, dabei wird nicht erwähnt aus welchem Material die Seiten sein müssen. Dies sehen Matrisch und Welsch als Hinweis, dass e-books ebenfalls als Bücher gelten, denn Seiten können aus Papier, älteren Materialien, wie Papyrus oder Pergament bestehen, im Falle des e-books aber eben auch ‚virtuell‘ sein.

Ein negativer Aspekt der e-book Nutzung, der von vielen Experten und auch Käufern bisher noch bemängelt wird, ist vor allem, dass e-books im wissenschaftlichen Bereich kaum zitierfähig sind. Beim PDF wird die Seitenzahl der Printausgabe zwar übernommen, eine weitere Eigenschaft, warum bei wissenschaftlichen Publikationen das PDF bevorzugt wird.

Für die Zitation von Forschungsliteratur wird jedoch die Printausgabe bevorzugt herangezogen, da die Zitierregeln für e-books bisher nicht einheitlich festgelegt sind.

Problematischer wird das Zitieren bei E-Readern, die mit dem ePUB-Format arbeiten. Diese Geräte sind an kein Seitenformat gebunden, sondern passen sich individuell der Displaygröße

---

<sup>109</sup> Matrisch, Uwe/Welsch, Ursula: *E-Books konzipieren und produzieren*. 2. Auflage. Taching: MedienEdition Welsch 2011, Seite 13.

<sup>110</sup> Im weiteren Verlauf dieser Arbeit werde ich mich der Schreibweise „e-book“ bedienen, es sei denn in Zitaten oder Produktbeschreibungen wird eine andere Form verwendet.

<sup>111</sup> Zitiert nach Matrisch/Welsch: *E-Books konzipieren und produzieren*. Taching 2011, Seite 12.

des Lesegerätes an, was eine Seitenzahlangebe deutlich schwieriger macht und somit beim Zitieren von e-books einen Mangel gegenüber anderen Publikationsformen darstellt. Es bleibt zu beobachten, wie dieses Problem in den kommenden Jahren gelöst wird und auf welche Weise elektronische Publikationen für den wissenschaftlichen Bereich professionelle Verwendung finden können.

### *Zeitlicher Abriss der Entwicklung des e-books*

Die Geschichte des e-books ist eine vergleichsweise sehr kurze und junge Periode der Buchbranche, doch durch die rasante Entwicklung, die in den vergangenen zwanzig Jahren in diesem Bereich stattgefunden hat, nicht weniger interessant. Elektronische Medien scheinen ohnehin die Eigenschaft zu besitzen, dass ihre Entwicklung überraschend schnell vorangetrieben wird. Hier wird darauf verwiesen, dass dies eine Reaktion der Schnelllebigkeit der Gegenwart darstellt. Der Siegeszug des Internet in den vergangenen zwanzig Jahren sowie die Entstehung des digitalen Buchmarktes sind dafür beeindruckende Beispiele. Am deutschen Markt beobachtete man zwar die Entwicklungen erster e-book Formate und der dazugehörigen E-Reader seit längerer Zeit, doch schienen diese neuen Publikationsformen anfangs wenig erfolgversprechend. Vor allem, da diese Veränderungen in erster Linie in den USA stattfanden. Das erste e-book wurde 1998 in Amerika auf den Markt gebracht und trug den Namen Rocket eBook. Auch in Frankreich und Deutschland wurden E-Reader der ‚ersten Generation‘ entwickelt und versucht, diese erfolgreich am Markt zu vertreiben. Der Erfolg blieb allerdings vorerst aus, was an mehrere Faktoren festgemacht werden konnte. Michael Roesler-Graichen führt drei Gründe an, weshalb die ersten Modelle scheiterten, zum einen waren die Lesegeräte zu teuer. Die Technologie, die das Lesen auf E-Reader für den Leser angenehm machen sollte, war noch nicht ausgereift und zu diesem Zeitpunkt war das Angebot an e-books noch zu gering, als dass sich diese Form der Publikation durchsetzen hätte können<sup>112</sup>. Zudem spielte der Zeitpunkt des Erscheinens der E-Reader eine entscheidende Rolle, denn der Erfolg von i-pod, i-phone und anderer multimedialer Geräte und Tablets stellte die Einführung von Lesegeräten für e-books in den Schatten, da diese mit den Technologien anderer Hersteller nicht konkurrieren konnten. Erst durch die Konzeption von E-Readern basierend auf der sogenannten E-Ink Technologie, konnten sich die Lesegeräte in der Qualität von gängigen Tablets abgrenzen. Diese Technik<sup>113</sup> erlaubt es, ein Textbild zu kreieren, das jenem einer klassischen Buchseite sehr nahe kommt und dem Auge damit

---

<sup>112</sup> Roesler-Graichen, Michael/ Schild, Ronald (Hrsg.): *Gutenberg 2.0 – die Zukunft des Buches. Ein aktueller Reader zum E-Book*. Frankfurt a. Main: Börsenblatt 2008, Seite 10.

<sup>113</sup> Diese Technik basiert auf elektronisch geladenen Farbpartikeln, die mit unterschiedlichen Spannungsfeldern gepolt werden, wodurch Buchstaben gebildet werden.

simuliert, auf Papier zu lesen. Dadurch kann der Lesekomfort elektronischer Texte enorm gesteigert werden. 2004 wurden von Sony erstmals Geräte dieser Technologie auf dem Markt gebracht. Weitere Anbieter in den USA und in Europa entwickelten in den kommenden Jahren ebenfalls Lesegeräte, die sich dieser Technologie bedienten. Bei der Entwicklung der Reader und der E-Ink Technologie stand der Lesekomfort für den Leser im Vordergrund, die Augen sollten möglichst wenig gereizt werden, um, anders als bei Computerbildschirmen, mehr als zwei drei Seiten lesen zu können. Der Unterschied zwischen dem Lesen am Computer und dem Lesen auf E-Readern beginnt aber nicht erst bei der Schriftgestaltung, sondern schon beim Lesegerät selbst, stellt Christoph Bläsi, der sich mit Lesekomfort und neuen Medien auseinandersetzt, bereits 2008 fest. Er kritisiert dabei, dass PC-Bildschirme selbst leuchten, wohingegen das Papier eines Buches, das Licht der Umgebung nur reflektiert und das Auge deshalb nicht so stark reizt. E-Reader, die sich die E-Paper Technologie zu Nutze machen, können diese Funktion des Papiers imitieren. Für diese Geräte, so Bläsi, brauche das Rad nicht neu erfunden werden, denn er gehe davon aus, „[...] dass sie es möglich machen, weitgehend bruchlos an die Gestaltungstraditionen des gedruckten Buches anzuknüpfen.“<sup>114</sup> Der E-Reader Kindle von Amazon bedient sich dieser Technik. Die Markteinführung dieses Gerätes stellt laut Roesler-Graichen einen markanten Einschnitt für den Erfolg und die Verbreitung des e-books dar. Der Kindle kam in den USA erstmals 2007 auf den Markt und war innerhalb weniger Stunden ausverkauft.<sup>115</sup> Den Vorteil, den Amazon gegenüber anderen Herstellern hat, ist, dass diese nicht nur die Lesegeräte verkaufen, sondern gleichzeitig eine große Auswahl an e-books anbieten kann, vor allem von Werken, die bereits gemeinfrei sind und somit kostenlos zur Verfügung gestellt werden können. Wie rasant sich der Markt seit der Einführung des e-books bereits entwickelt hat, zeigen einige Publikationen, in dem schon zitierten Band von Roesler-Graichen, der 2008 erschienen ist. Der Autor spricht davon, dass der Kindle am deutschen Markt noch nicht erschienen ist, Amazon allerdings vorhabe, in nächster Zukunft den Kindle auch am deutschen Markt herauszugeben und das e-book Geschäft zu forcieren.<sup>116</sup> Die amerikanische Buchindustrie hat somit einen Vorsprung von circa fünf Jahren, in denen sich in den USA bereits ein e-book Markt etablieren konnte. Seit Oktober 2009 ist der Kindle auch in Deutschland erhältlich und wird von Amazon ständig weiterentwickelt, um vorhandene Fehler auszubessern oder den Komfort für den Leser zu steigern. Über die Frage, ob der Erfolg des e-books in den nächsten Jahren

---

<sup>114</sup> Christop Bläsi zitiert nach Weise in: Roesler-Graichen/Schild (Hrsg.): *Gutenberg 2.0*. Frankfurt a. Main 2008, Seite 86f.

<sup>115</sup> Michael Roesler-Graichen in: Roesler-Graichen/Schild (Hrsg.): *Gutenberg 2.0*. Frankfurt a. Main 2008, Seite 15.

<sup>116</sup> Michael Roesler-Graichen ebd., Seite 16.

kontinuierlich steigen wird und wie sehr dies den gesamten Markt beeinflussen wird, ist sich die Branche uneinig. Jährlich erscheinen Studien, die diese Entwicklung vor allem aber die Leserschaft beobachten wollen, wie sie etwa auf die beschriebenen Entwicklungen reagiert und ob die neue Publikationsform von den Zielgruppen angenommen wird.

### Der elektronische Leser

Um den Markt neuer Technologien, aber vor allem ihrer Konsumenten, analysieren zu können, muss man sich vorerst auf die Zielgruppe der Leser konzentrieren. Kochhan und Bannert bieten für ihre Analyse das Modell der Sinus Sociovision an. Dieses System soll die Käufer in ihre Sozialstrukturen eingrenzen und so die Zuordnung zu unterschiedliche Käuferschichten erleichtern. Kochhan und Bannert haben in ihrer Analyse in *Ökonomie der Buchindustrie* erstmals bei berücksichtigt, welche Käufergruppe als Zielpublikum für elektronische Publikationen aufgeschlossen ist. Sie stellen sich die Frage, „[...] inwieweit sich die Publikations- und Rezeptionsformen von Literatur im Zuge der zunehmenden Computernutzung verändern.“<sup>117</sup> Die Gesellschaft in bestimmte Milieus einzuteilen, ist keine Erfindung der letzten Jahre, allerdings entstanden neue Modelle der sozialen Schichtungsmöglichkeiten. Die Bevölkerung wurde lange Zeit vor allem nach Stand und Einkommen kategorisiert. So gab es unter anderem Kleriker, Gutsadel oder auch Handwerker. Dass diese Konzepte lange nicht mehr adäquat sind und die differenzierten Gesellschaftsschichten in ihrer Komplexität nicht vollständig zu erfassen vermögen, erläutern Kochhan und Bannert in ihrem Essay, weshalb sie für ihre Erörterungen das System der „Sinus-Milieus“ anwenden. Da sich die Gesellschaft vor allem durch unterschiedliche Wertorientierung, Mentalitäten und verschiedene Lebensstile auszeichnen, werden bei diesem Sinus-Modell „[...] neben Statusmerkmalen auch grundlegende Denkweisen und alltägliche Einstellungen [...]“<sup>118</sup> berücksichtigt.

Es handelt sich dabei um zehn unterschiedliche Milieus, die das Gesellschaftssystem aufgrund von Eigenschaften und gemeinsamen Merkmalen einteilt. Um sich unter den einzelnen

---

<sup>117</sup> Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 60.

<sup>118</sup> Ebd., Seite 61.

Milieus genauer vorstellen zu können, wodurch sie sich auszeichnen und worin sie sich unterscheiden, sei hier ein grober Umriss der einzelnen Gruppen dargestellt:<sup>119</sup>

- Etablierte: diese Gruppe stellt das selbstbewusste Establishment dar. Ihr sind Erfolgs-Ethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätsansprüche eigen.
- Postmaterielle: sie bilden die Gruppe der ‚aufgeklärten Nach-68er‘. Sie stehen für postmaterielle Werte, sind kritisch gegenüber Neoliberalismus und Globalisierung und gehen vielfältigen Interessen nach.
- Moderne Performer: sind die junge unkonventionelle Nachwuchselite, die sowohl beruflich, als auch privat einen intensiven Lebensstil pflegt. Zudem zeichnen sie sich durch Flexibilität, Mobilität und Multi-Optionalität aus. Was diese Gruppe für den Buchhandel interessant macht, ist ihre Begeisterung für multimediale Aufbereitung der Inhalte.
- Konservative: stellen das alte deutsche Bildungsbürgertum dar. Sie zeichnen sich durch konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gepflegte Umgangsformen aus.
- Traditionsverwurzelte: bilden die sicherheits- und ordnungsliebende Kriegs- und Nachkriegsgeneration. Sie sind verwurzelt in einer kleinbürgerlichen Welt und traditionellen Arbeitskulturen.
- DDR-Nostalgische: diese Gruppe steht für die resignierten ‚Wende-Verlierer‘. Die Eigenschaft dieses Milieus ist das Festhalten an preußischen Tugenden und an altsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität.
- Bürgerliche Mitte: sie stellen den statusorientierten modernen Mainstream dar, der sich durch berufliche und soziale Etablierung, sowie gesicherte harmonische Verhältnisse auszeichnet.
- Konsum-Materialisten: bilden die stark materialistisch geprägte Unterschicht. Sie versuchen Anschluss an den Konsum-Standards des Mainstream zu finden und sind häufig sozial benachteiligt.
- Experimentalisten: stehen für die extrem individualistische neue Bohème. Die Gruppe ist geprägt durch Spontaneität, Originalität, einem Leben mit Widersprüchen und einem Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde.

---

<sup>119</sup> Ich beziehe mich bei diesen Erläuterungen vor allem auf die bereits ausgearbeitete Beschreibung der Milieus durch Kochhan und Bannert in Clement/Blömeke/Samebth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 63. Für genauere Darstellung vgl.: [www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de), 20.01.2013.

- Hedonisten: sie stellen die vergnügungsorientierte moderne Unterschicht dar. Sie verweigern sich den Konventionen und Normen der Leistungsgesellschaft. Für sie sind vor allem ‚Action‘ und ‚Fun‘ wichtig.

Der Börsenverein veröffentlichte bereits 2005 eine Studie, in der diese Gliederung der Gesellschaft auf die Käuferschichten des Buchmarktes angewendet wird und so die unterschiedlichen Zielgruppen analysiert werden. Bei einer Studie, die 2007 ebenfalls vom Börsenverein durchgeführt wurde, gab jeder Fünfte an, immer noch täglich oder fast täglich in einen Buch zu lesen.<sup>120</sup> Vor allem die Gruppe der ‚Postmateriellen‘ ist laut Kochhan und Bannert eine Zielgruppe, die großen Wert auf anspruchsvolle Literatur legt, und die es vom Buchhandel zu bewerben und gewinnen gilt. Denn diese Gruppe ist durch große Kulturaffinität gekennzeichnet, für sie gilt das Buch als Kulturträger, als Primärmedium zur Aneignung von Allgemeinwissen und zur Weiterbildung.<sup>121</sup> Auch das Milieu der ‚Modernen Performer‘ stellt für die Buchbranche ein interessantes Publikum dar. Zwar werden von ihnen weniger Bücher gekauft, dennoch handelt es sich dabei um eine Gruppe, die überdurchschnittlich viel liest. Vor allem bei Marketing und Vertrieb elektronischer Publikationsformen könnte diese Gruppe zukünftig eine interessante Zielgruppe darstellen, denn sie zeichnet sich auch durch die Affinität zu neuen Medien und ihr Interesse an multimedialer Aufbereitung von Inhalten aus. Für sie stellen Bücher eine wichtige Informationsquelle dar und dienen ihnen zur Weiterbildung, weshalb die Publikationsform des Buches eher zweitrangig ist. Im Bereich der wissenschaftlichen Publikationen und Studien, kann das e-book Vorteile bieten, und hat, wie Untersuchungen belegen, bis dato in diesem Segment, im Vergleich zu anderen Sparten, auch am meisten Erfolg verzeichnen. Kochhan und Bannert gingen im Zuge ihres Beitrags auch der Frage nach, ob Mitglieder unterschiedlicher Milieus in Zukunft<sup>122</sup> dem Kauf von e-books aufgeschlossen gegenüber stehen werden. Die Autoren beziehen sich auf Studien, die vom Börsenverein 2008 durchgeführt wurden, bei der festgestellt werden konnte, dass sich vor allem ‚Moderne Performer‘, ‚Hedonisten‘ und ‚Experimentalisten‘ vorstellen können, ein e-book zu kaufen.

---

<sup>120</sup> Kochhan, Christoph/Schengbier, Kristiane: *Bücher und Lesen im Kontext unterschiedlicher Lebenswelten*. In: Media Perspektiven. Frankfurt a. Main 2007, Seite 622.

<sup>121</sup> Kochhan/Bannert in: Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 63.

<sup>122</sup> Die Studie wurde 2009 veröffentlicht, kann also keine aktuellen Daten liefern, da sich gerade im Bereich des e-books die Erwartungen und Prognosen jährlich ändern. Diese Befragung kann allerdings Aufschluss darüber geben, wie die Gesellschaft gegenüber der Nutzung von e-books grundsätzlich eingestellt ist, weshalb ich die Ergebnisse hier auch anführe.

Dies scheint auf den ersten Blick wenig überraschend, da sich die genannten Milieus durch modernen Lebensstil bzw. durch Multimediabegeisterung auszeichnen. ‚Postmaterielle‘ können dem e-book hingegen wenig abgewinnen, da Bücher für sie in der klassischen Form Kulturgut darstellen und nach der Lektüre auch als Darstellungsobjekt im Regal zur Schau gestellt werden. Als Fazit bescheinigen Kochhan und Bannert dem e-book steigenden Erfolg und weisen darauf hin, dass durch die elektronischen Publikationsformen der Buchbranche die Möglichkeit geboten wird, neue Zielgruppen zu generieren. Es mag für diese der Inhalt anfangs zwar zweitrangig erscheinen, durch ihre Begeisterung für neue Medien und für Experimente mit modernen Entwicklungen scheint aber vor allem diese Zielgruppe für diese neue Publikationsform gewonnen werden zu können und bieten somit dem Markt eine weitere Verkäuferschicht. In den USA wurde 2012 eine Studie durchgeführt, die sich konkret der Fragestellung widmet, ob die Bevölkerung e-books liest, und wie dieses neue Medium die Lesegewohnheiten verändert.<sup>123</sup> Die Anzahl der Leser, die vermehrt zu e-books greifen ist in den USA in den letzten zwei Jahren markant gestiegen. Wenn es darum geht, schnell zu Informationen zu gelangen, bevorzugen die amerikanischen Leser das e-book. Auch die Kompaktheit und leichte Portabilität der E-Reader hat das e-book einen leichten Vorteil gegenüber Printausgaben. Bei Kinderbüchern und zum Austausch von Büchern wird jedoch wie erwartet das gedruckte Buch bevorzugt. Dabei gaben über 20 Prozent der Befragten an, im letzten Jahr ein e-book gelesen zu haben. Ein erstaunliches Ergebnis der Studie ist, dass von jenen die e-books lesen, auch angegeben wird, nun im Allgemeinen wieder mehr zu lesen als vorher.

Es gilt also, sich auf die unterschiedlichen Leserschichten zu konzentrieren und das Marketing spezifisch auf Milieus auszurichten. Diese Meinung vertritt auch Andreas Meyer, denn für ihn geht mit der Entwicklung am Markt, die sich vor allem durch das steigende wirtschaftliche Denken der Verleger äußere, auch der Wechsel von der Rolle des Lesers einher. Laut Meyer haben sich die Buchbranche und die Verlage bei der Gestaltung der Programme bisher zu wenig an den Lesern orientiert, was vielen, einhergehend mit der Entwicklung elektronischer Publikationen und Veröffentlichungen im Internet, schaden könnte, wenn sie die Werbestrategien nicht auf die neue Situation einstellen. Der Leser dürfe von den Verlagen nicht mehr ignoriert werden und das Motto „ein verkauftes Buch ist ein gutes Buch“ sei für

---

<sup>123</sup> Pew Research Center: *The rise of e-reading*. <http://libraries.pewinternet.org/2012/04/04/the-rise-of-e-reading>, 20.01.2013.

ihn eine große Fehlannahme.<sup>124</sup> Die Buchbranche wisse, was das Publikum verlange Diese Hybris, so Meyer, wird von den Käufern als „belehrend und arrogant empfunden“.<sup>125</sup>

Das Buch muss als Produkt funktionieren, in der Einheit von Inhalt, Erscheinungsbild und Marketing. Das e-book bietet hier der Branche eine neue Möglichkeit. Nicht nur, dass es neue Zielgruppen erschließen kann, wie etwa das medienaffine Milieu der ‚Modernen Performer‘, es erlaubt auch einen interaktiven Umgang mit den Publikationen, wenn dies dem Inhalt entsprechend aufbereitet ist. Man kann bei der elektronischen Form des Werkes zusätzliches Material zum Autor, zum Werk u.Ä. anbieten, wie etwa Links zu anderen Internetseiten, die in Zusammenhang mit dem Werk für die Leser interessant sein könnten. In manchen Verlagen werden diese Möglichkeiten sogar noch weiter entwickelt, nämlich in Form des ‚Enhanced e-books‘. Dabei wird um den Text, um das eigentliche Buch also, eine eigene Welt kreiert. Es werden Spiele dazu entwickelt, für die das Buch die Grundlage liefert, es wird gleichzeitig dazu das Hörbuch veröffentlicht oder der Inhalt wird multimedial, mit Musik und Bildern, aufbereitet. Hier ist es vor allem das Ziel, alle Möglichkeiten der Vermarktung auszuschöpfen und so viel wie möglich davon im eigenen Verlag selbst zu erarbeiten, um das Buch bestmöglich und am gewinnbringendsten verwerten zu können. Dies stößt allerdings auch auf Kritik, da befürchtet wird, dass durch derartige Vermarktung der Text selbst zu sehr in den Hintergrund geraten könnte, und im schlimmsten Fall gar keine Rolle mehr spielt. In welche Richtung sich diese Form des e-books entwickeln wird, dazu kann zum jetzigen Zeitpunkt noch keine Prognose abgegeben werden.

In erster Linie muss festgehalten werden, dass nicht alle Publikationen, die online als PDF abrufbar oder downloadbar sind, als e-books gelten. Erst die Gestaltung und Aufbereitung des Textes zu einem Format, das auf einem elektronischen Lesegerät abrufbar ist, kann als e-book bezeichnet werden. Wiederum sind e-books nicht automatisch online zugänglich und lesbar. Was das Web 2.0 allerdings stark beeinflusst hat, ist die Rezeptionsebene von Büchern. Denn jeder, der einen Internetzugang besitzt, kann mittlerweile, wie es bei Amazon sehr lange schon üblich ist, Bücher, Texte, Publikationen beurteilen und bewerten. Den Lesern und Käufern wird dadurch auch die Möglichkeit gegeben, sich über Werke auszutauschen, sie weiterzuempfehlen und sich in jeglicher Weise dazu zu äußern. Dass diese Bewertungen nicht immer positiv sein müssen, ist klar, und kann natürlich auch zu Kritik am Verlag führen. Dies ist ein Grund, weshalb sich immer noch einige Verlage dagegen wehren, dass dies Einfluss

---

<sup>124</sup> Andreas Meyer in: Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 160.

<sup>125</sup> Andreas Meyer ebd.

auf die Auswahl und Publikationsform der Bücher haben sollte. Dass die Berücksichtigung dieser Meinungen und die Ausrichtung des Marketings darauf aber vor allem Vorteile für die Verlage bringt und auch für die Bewerbung kommender Publikationen Früchte tragen kann, davon sind viele Beobachter der Verlagsbranche überzeugt. Doch birgt die Offenheit des Internets auch Tücken und Gefahren, denn nirgendwo sonst „[...] sind die Möglichkeit zu Manipulation von Informationen leichter zur Hand und Desinformationen schneller verbreitet als im Internet.“<sup>126</sup> Weshalb Arnd Roszinsky-Terjung die Annahme in den Raum stellt, dies könne im Umkehrschluss dazu führen, dass gerade im Bereich von Online-Textpublikationen eine selektierende Instanz notwendig wird, die von den Verlagen übernommen werden kann.

Es dürfte nur eine Frage der Zeit sein, bis unter Internet-Nutzern eine manifeste Sehnsucht nach qualitativ gesicherter Information gewachsen ist. Das könnte eine Renaissance der verlegerischen Arbeit bedeuten – vorwiegend für jene Verlage, die sich ihre eigene Marke haben schaffen können und nicht nur durch die Strahlkraft ihrer Autoren Vertrauen beim Leser besitzen.<sup>127</sup>

Deutlich erfolgreicher als im Belletristik-Bereich der Buchbranche ist in Deutschland das e-book im wissenschaftlichen Bereich. Roesler-Graichen spricht davon, dass das Angebot an e-books in Deutschland jenem des amerikanischen Marktes bei weitem unterliegt. Allerdings wurde dieser Artikel 2008 verfasst, zu diesem Zeitpunkt waren E-Reader kaum am deutschen Markt verkauft worden und auch Amazons Kindle war am deutschen Buchmarkt noch nicht erschienen. Die Angebotssituation belletristischer e-books in Deutschland hat sich mittlerweile verändert. Was Roesler-Graichen allerdings noch hervorhebt, ist das große Angebot an Fach- und Sachliteratur als e-books. Hier hat es am deutschen Buchmarkt bereits vor vier Jahren eine große Auswahl gegeben. Dies scheint weniger überraschend, da im wissenschaftlichen Bereich sehr früh damit begonnen wurde, die veröffentlichten Texte auch als PDF online zur Verfügung zu stellen. In diesem Zuge erscheint die Weiterentwicklung der Texte in weitere e-book-Formate als logische Schlussfolgerung. Erstaunlich aber ist, dass sich bereits 2008 eine große Menge der Fachverlage dazu entschieden hat, ihre Neuerscheinungen auch als e-book anzubieten. Zudem haben sich erste Fachverlage auf die reine Veröffentlichung von e-books spezialisiert, wie etwa der Interna-Verlag. Aber auch bekannte Printverlage konzentrieren sich mehr und mehr darauf, die Nachfrage nach elektronischen Büchern zu decken. Die Diskussion, inwieweit im universitären Bereich die Veröffentlichung von Printausgaben rentabel ist, und ob in einigen Jahren die elektronische Publikationsform die klassische Printversion ablösen wird, scheint in diesem Bereich aktueller als bei

---

<sup>126</sup> Arnd Roszinsky-Terjung in: Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 55.

<sup>127</sup> Arnd Roszinsky-Terjung ebd.

belletristischer Literatur. Denn vor allem in letzterem Sektor sprechen sich immer wieder Verleger, Lektoren und Branchenkenner dafür aus, dass es in 50 Jahren immer noch gedruckte Bücher geben wird. „Die Form des Buches wird sich wandeln, aber die Belletristik in Gestalt einer handwerklich gut gemachten Ausgabe wird meiner Meinung nach erhalten bleiben“<sup>128</sup>, so ein Lektor, der im Zuge der Studie von Walter Hömberg befragt wurde. Roszinsky-Terjung zieht einen Vergleich mit der Musikbranche heran, in der die CD und vorher schon die Schallplatte, bzw. die nicht mehr allen bekannte Kassette durch die Digitalisierung des Marktes viel an Bedeutung verloren hat. Doch speziell in den letzten Jahren, erlebten die erwähnten Tonträger eine Art Renaissance, denn es fehlt bei mp3-files oder i-tunes, genauso wie bei e-books der „haptische Reiz und [der] objektbezogene Besitzerstolz [...]“. Es wird auch nur noch der Wert des nackten Produktes bezahlt.<sup>129</sup> Ähnlich wie bei Büchern hat es auch bei Tonträgern einen gewissen Reiz, Regale mit Besitztümern dieser Art zu bestücken. Sammlerstücke oder Alben großer Musiker, und hier sind Vertreter aller Musikrichtungen gemeint, zu besitzen, hat eine ähnliche Vorzeigefunktion, wie etwa Klassiker der Literatur sein eigen zu nennen. Wie bereits ausgeführt, ist es vor allem die junge gebildete Elite, die nach wie vor auf diese Vorzeigefunktion der klassischen Publikationsform Wert legt. Für Belletristik-Verlage bietet die elektronische Publikationsform Vorteile zur Erschließung der Backlist, um so die Werke in einer weiteren Verkaufsschiene aufzubauen. Zum anderen können die Verlage die Titel als e-book in das jeweilige aktuelle Programm aufnehmen, damit das Publikum erneut auf den Titel aufmerksam wird. Dies könnte den Kauf der Printausgabe ein weiteres Mal anregen. So wie sich einige Verlage bereits auf die Publikation spezialisiert haben, gibt es nun auch schon einige Firmen, die sich auf die Konvertierung von gedruckten Büchern zu e-books konzentrieren. Diese Firmen stehen vor schwierigen Aufgaben, denn es gibt einige unterschiedliche e-book-Formate, in die man die Texte umwandeln kann. Hier seien die zwei gängigsten genannt, nämlich das PDF und das ePUB (‘Electronic Publication’), welches speziell für die Publikation von e-books entwickelt wurde.<sup>130</sup> Es gilt als das gängigste Format für e-books und wird von den meisten Verlagen genutzt. Da PDF für die Darstellung von Grafiken und Statistiken auf Bildschirmen von PCs oder großformatigen e-Readern besser eignet ist, als die meist kleineren Bildschirmformate von gängigen Geräten, wie etwa jenem von Sony oder Amazon, ist diese zur Darstellung von Grafiken und Abbildungen brauchbarer. Experten sprechen sich mehr und mehr dafür aus, dass sich Verlage bei der

---

<sup>128</sup>Walter Hömberg: *Lektor im Buchverlag*. Konstanz 2012, Seite 46.

<sup>129</sup>Arnd Roszinsky-Terjung in: Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie des Buchhandels*. Wiesbaden 2009, Seite 54.

<sup>130</sup>Für genauere Ausführungen siehe: Volkhard Bode in: Roesler-Graichen/Schild: *Gutenberg 2.0*. Frankfurt a. Main 2008 oder Matrisch/Welsch: *E-Books konzipieren und produzieren*. Taching 2011.

Konzeption von e-books bei der Gestaltung von Coverbild, Impressum u.Ä. nicht so sehr an der Printausgabe orientieren, sondern sich auf die Besonderheiten der elektronischen Form von Büchern konzentrieren sollten, und diese auch als eigenständige Publikationsform anerkennen. So würden e-books nicht als Mängel Exemplare gegenüber der Printausgabe definiert werden.<sup>131</sup>

Für Belletristik-Verlage ist die Aufarbeitung der Backlist zu e-books eine durchaus lukrative Geschäftsidee. Eine Printausgabe in ein elektronisches Buch umzuwandeln ist allerdings aufwendiger, als den Text von vorneherein als e-book zu konzipieren. Auch bei amerikanischen Verlagen, die einen Großteil der aktuellen Titel in zweifacher Form, Print und e-book, anbieten, ist laut einer Studie von Aptara nur ein sehr kleiner Teil der Backlist als e-book bereits erhältlich. Es ist anzunehmen, dass man sich aufgrund des aufwendigeren Verfahrens, erst darauf konzentriert, das aktuelle Angebot elektronisch zugänglich zu machen. Denn beim ersten Verfahren muss jede Seite eingescannt und in das e-book Format umgewandelt werden, was nicht nur zeitaufwendig ist, sondern auch Kosten verursacht, die gedeckt werden müssen, weshalb die weitverbreitete Meinung, e-books herzustellen sei kein finanzieller Aufwand, ein Trugschluss ist. Den Text als PDF online kostenlos zur Verfügung zu stellen, kann für die Verlage aber kein befriedigendes Konzept sein.

In der Öffentlichkeit scheint die Meinung weitverbreitet zu sein, dass das e-book auch deshalb deutlich billiger sein müsste, weil die Materialkosten und dergleichen dabei nicht vorhanden sind. Es darf aber nicht vergessen werden, dass die Arbeiten zur Erstellung der Texte in ein passendes e-Reader-Format von den Verlagen bisher meist noch ausgelagert werden, da die Verlagshäuser selbst nicht über die technischen Voraussetzungen dafür verfügen. Für die Öffentlichkeit sind diese Preiskalkulationen jedoch schwer einsichtig, weshalb auf Seiten der Leser bisher noch die Bereitschaft fehlt, für e-books den angemessenen Preis zu zahlen. Verstärkt wird dieser Eindruck, dass elektronische Publikationen wenig bis nichts kosten müssten, dadurch, dass manche Autoren den Unterschied zwischen einem professionell konzipierten e-book und einem online gratis zur Verfügung gestellten Text nicht erkennen. John Hilton III und David Wiley haben amerikanische und kanadische Autoren zu ihren Texten befragt, die sie kostenlos online zur Verfügung stellen. Es muss allerdings angemerkt werden, dass es sich dabei um Fachtexte handelt, und nicht um belletristische Werke. Gerade aus diesem Grund scheint das Ergebnis interessant, da es, wie bereits angeführt, vor allem wissenschaftliche Publikationen sind, die große Verkaufserfolge bei den e-books erzielen. In

---

<sup>131</sup> Matrisch/Welsch: *E-Books konzipieren und produzieren*. Taching 2011, Seite 71.

dem Artikel von Hilton und Wiley war die Frage zentral, ob die Autoren durch die kostenlose Bereitstellung ihrer Texte dadurch eher Vorteile oder doch Nachteile für den Erfolg der Publikationen darstellen. Überraschenderweise gaben alle befragten Autoren an, dass in erster Linie die Verbreitung der Texte und die Bekanntheit der Werke gesteigert werden konnte. Auf den Verkaufserfolg hat sich dies zwar kaum ausgewirkt, doch, so ein befragter Autor, hätten die Menschen, die sein Buch heruntergeladen haben, das Buch ohnehin nicht gekauft. Er habe dadurch aber ein sehr großes Publikum dazu gewonnen, das sich für seine Publikationen interessiert.<sup>132</sup> Für die Autoren, die im Zuge dieses Artikels befragt wurden, ist die Tatsache, dass ihre Online-Texte und e-books kostenlos zur Verfügung gestellt werden, scheinbar selbstverständlich. Die Konsequenz dieser Überzeugung kann weitreichende Folgen haben. Schnell kann sich diese Einstellung, dass e-books kostenlos sein müssen, beim Käufer und Leser festfahren. Die Erwartung, dass nicht nur wissenschaftliche Texte, sondern auch belletristische Werke in der elektronischen Publikationsform gratis zugänglich sein sollten, kann den Buchmarkt aber schwer gefährden. Ein anschauliches negatives Beispiel für diese Entwicklung bildet der Musikmarkt, der durch die Verbreitung und durch den Erfolg digitaler Inhalte völlig zusammengebrochen ist, und bis heute nach Lösungen sucht, um diese Entwicklungen wieder umzukehren. Für einige Autoren scheint diese Form der Verbreitung aber auch für e-books als selbstverständlich. Für den Autor Cory Doctorow, der im Zuge des Artikels von Hilton und Wiley dazu befragt wurde, ist das e-book ohnehin ein „social object“. „It wants to be copied from friend to friend, beamed from Palm device, pasted into a mailing list“<sup>133</sup> Doctorow hat seine Bücher in der Form der Creative Common- Lizenz veröffentlicht. Durch sie ist es Anderen erlaubt, den Text zu vervielfältigen und zu verbreiten, „zumindest auf nicht-kommerzielle Weise.“<sup>134</sup> Zwar wird darauf hingewiesen, dass sich die rechtlichen Gegebenheiten alle im Rahmen des bestehenden Urheberrechts befinden. Dass sich diese Grenzen allerdings leicht überschreiten lassen, macht ein Verweis auf die Musikindustrie deutlich. Piraterie am Buchmarkt ist seit dem steigenden Erfolg elektronischer Publikationsformen ein viel diskutiertes Problem in der Branche, und man versucht diverse Konzepte zu entwickeln, die das Werk vor Raubkopien schützen soll, um ein Einbrechen des noch sehr jungen e-book-Marktes von Beginn an zu verhindern.

---

<sup>132</sup> Hilton, John/Wiley: *Free: Why authors are giving books away on the internet*. <http://contentdm.lib.byu.edu/cdm/singleitem/collection/IR/id/809>, 20.1.2013.

<sup>133</sup> Doctorow zitiert nach Hilton/Wiley: *Free: Why authors are giving books away on the internet*, 20.1.2013

<sup>134</sup> Creative Common Licenses: <http://creativecommons.org/licenses>, 19.11.2012.

Eine Frage, die sich daran anschließt und in der Buchbranche stark diskutiert wird, ist die Frage nach der Preisbindung von e-books. Viele sprechen sich dafür aus. An erster Stelle seien hier die Publikumsverlage genannt, für die die Preisbindung Voraussetzung dafür ist, diesen ‚Service‘ für die Leser anzubieten, so Christian Russ, der sich in einem Beitrag in *Gutenberg 2.0* mit diesem Thema auseinander gesetzt hat. Die Verlage versuchen damit ein Preisdumping zu verhindern. Die Anspielungen auf den Musikmarkt werden hierbei zahlreich zitiert. Es sollen keine „Flatrates für beliebig viele Downloads“<sup>135</sup> entstehen. Einige Wissenschaftsverlage wiederum sprechen sich gegen eine Preisbindung von e-books aus, da diese für den Vertrieb der elektronischen Texte hinderlich sei. Das Problem der Preisbindung betrifft auch den grenzüberschreitenden Vertrieb elektronischer Publikationen. In anderen Ländern als Deutschland, Österreich und der Schweiz hat die Buchpreisbindung keine Gültigkeit<sup>136</sup>, hier stellt sich die Frage, wie da die Preiskalkulation übernommen wird. Denn wie bereits erwähnt, ist das e-book vor allem in der Sparte internationaler wissenschaftlicher Arbeiten von Bedeutung ist. Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels hat sich aber 2008 dazu entschieden, „[...] E-Books künftig als grundsätzlich der Preisbindung unterfallende Buchprodukte anzusehen.“<sup>137</sup> Russ weist darauf hin, dass, wenn man den Gesetzestext, der sich mit der Buchpreisbindung auseinandersetzt, genau betrachtet, elektronische Publikationen unter das Preisbindungsgesetz fallen. E-books sind jedoch als eigenständige Buchprodukte anzusehen und deshalb nicht an den Preis der Printausgabe gebunden. Verlage können somit für e-books niedrigere Preise festlegen, was viele Verlage auch tun, um den Lesern einen Anreiz zu geben, den Text in elektronischer Form zu kaufen. Für e-books aus anderen Ländern kommt das Buchpreisbindungsgesetz, wie auch bei der Printausgabe von literarischen Werken, nicht zum Tragen.

Der internationale Buchmarkt scheint aufgrund der neuen Situation sehr verunsichert, dies lässt sich alleine dadurch erkennen, dass jährlich aktuelle Studien dazu durchgeführt werden. Leserbefragungen, Statistiken zum e-book-Verkauf und Untersuchungen zu gegenwärtigen Entwicklungen von Readern, neuen Dateiformaten und ähnliches überfluten die Fachzeitschriften. Vor allem die Verkaufszahlen von e-books und die Prognosen für die kommenden fünf Jahre scheinen interessant. Vor allem auch deswegen, weil sich die Situation

---

<sup>135</sup> Christian Russ in: Roesler-Graichen/Schild (Hrsg.): *Gutenberg 2.0*. Frankfurt a. Main 2008, Seite 58.

<sup>136</sup> Ausgenommen sind hier der Vertrieb zwischen Deutschland, Österreich und der Schweiz, deren Buchmärkte in die Preisbindung eingeschlossen sind.

<sup>137</sup> Zitiert nach Christian Russ in: Roesler-Graichen/Schild (Hrsg.): *Gutenberg 2.0*. Frankfurt a. Main 2008, Seite 63.

gerade am europäischen Markt in den einzelnen Ländern sehr unterschiedlich darstellt. Rüdiger Wischenbart versuchte mit der Studie „The Global eBook Market: Current Conditions & future projections“ von 2011, einen Überblick über die internationale Situation zu schaffen und berief sich dabei auf nationale Umfragen aus den einzelnen Ländern. Wenig überraschend stellte sich dabei heraus, dass der e-book-Verkauf vor allem am englischsprachigen Buchmarkt, das heißt in den USA und in Großbritannien, floriert, soweit man dies bei elektronischen Publikationen bisher behaupten kann. In den USA sind die ständige Weiterentwicklung der Technik und Vergrößerung des Angebotes ausschlaggebend für den Erfolg. Dort habe die Buchindustrie schnell auf die Bedürfnisse der Leser reagiert, was den rasanten Erfolg von e-books unterstützt habe.

The US publishing industry and the US public have embraced new reading formats like no other nation. For reader, ebooks came as a natural and permanent choice in addition to printed books. Publishers have effectively responded to consumer's fast-growing acceptance of new reading devices by constantly redefining and expanding new concepts of books.<sup>138</sup>

Dabei scheint in erster Linie der Bereich Belletristik vom reichhaltigen e-book Angebot zu profitieren. Wobei hier erstmals festgestellt wurde, dass in den USA der steigende Erfolg elektronischer Publikationen den Verkauf der Printausgabe auffallend negativ zu beeinflussen scheint. Der Anteil des e-book-Verkaufs am Gesamtumsatz liegt mittlerweile weit über der 5% Marke, die für viele Branchenkenner als entscheidend gilt, um über Erfolg einer Publikationsform sprechen zu können. Der Verkauf von gedruckten Büchern ist laut Studie um über 10% gefallen. Dieses Ergebnis muss allerdings mit Vorsicht betrachtet werden. Denn, dass gedruckte Bücher immer mehr an Bedeutung verlieren, liegt nicht alleine am Erfolg von e-books, sondern vor allem an der Veränderung der Freizeitgestaltung. Durch neue Medien wie Fernsehen und in den vergangenen Jahren vor allem das Internet, wurde das Lesen von Büchern als Freizeitbeschäftigung immer mehr in den Hintergrund gedrängt. Nichtsdestotrotz zeichnet sich diese Entwicklung vom Lesen gedruckter Werke hin zu elektronischen Ausgaben in den USA viel deutlicher ab, als in anderen Ländern. Vor allem auch, weil der Anteil der e-books am Gesamtumsatz des Buchmarktes in Europa bedeutend geringer ist. Ein deutlicher Unterschied zum deutschen Buchmarkt zeigt sich, wenn man die einzelnen Sparten betrachtet, in denen das e-book in den USA Erfolge verzeichnen konnte. Zwar scheinen an beiden Märkten in erster Linie Belletristik und der wissenschaftliche Sektor eine Rolle zu spielen, doch ist die Verteilung am deutschen Buchmarkt jeder des

---

<sup>138</sup> Wischenbart, Rüdiger: *The Global eBook Market 2011*.  
[http://www.buecher.at/rte/upload/news\\_11\\_2/ebook\\_report\\_2011\\_web1004c\\_1.pdf](http://www.buecher.at/rte/upload/news_11_2/ebook_report_2011_web1004c_1.pdf), 20.1.2013.

amerikanischen Marktes entgegengesetzt. Laut der Studie von Wischenbart, die sich bezüglich des amerikanischen Buchmarktes auf Umfragen der AAP (Assosiation of American Publishers) und *Publishers weekly*<sup>139</sup> beruft, ist es in den USA die ‚adult fiction‘, die den Löwenanteil am e-book-Umsatz ausmacht, wobei im universitären Bereich und für Fernstudien versucht wird, das Angebot an elektronischen ‚textbooks‘ zu erweitern. Im Gegensatz dazu ist in Deutschland der wissenschaftliche Sektor jener Bereich, der elektronische Publikationen am erfolgreichsten übernommen hat. In diesem Bereich war allerdings sehr bald üblich, Studien nur online, ohne ergänzende Printausgabe zur Verfügung zu stellen.

Dass sich der Markt in den USA früher und schneller entwickeln konnte, als in Europa und speziell in Deutschland, liegt allerdings nicht nur an der Medien- und Technikaffinität der USA. Jürgen Snoeren weist auf andere Besonderheiten des amerikanischen und des europäischen Marktes hin. Er spricht davon, dass die digitalen Märkte und der Erfolg des e-books in den USA und in Europa sich vor allem deshalb erheblich unterscheiden, weil die Ausgangssituation in Europa eine ganz andere ist. Der europäische Buchmarkt ist kein einheitlicher Markt, in dem operiert werden kann. Jeder Staat hat seinen eigenen Buchmarkt, und diese unterscheiden sich nicht nur in der Größe, sondern auch in den Verkaufsaktivitäten, in der Umsatzstärke und schließlich im Erfolg von digitalem Content. Zwar sind die Leser und Käufer in Europa ebenso an den Neuheiten auf dem Buchmarkt interessiert, doch wie es ein französischer Verleger treffend ausdrückt, „there is a ‚real gap between the fascination for digitisation and its commercial reality.“<sup>140</sup> Denn nicht nur in Deutschland ist das Buch mit einer gewissen Aura umgeben und gilt als Teil der eigenen Kultur, auch in vielen anderen europäischen Ländern hat das Buch eine gewisse kulturelle Bedeutung. Doch nicht nur dieser Aspekt, sondern auch die wirtschaftliche und politische Situation der einzelnen europäischen Länder birgt oft Hindernisse und Schwierigkeiten für den Buchmarkt und hierbei für den e-book Markt, um sich angemessen etablieren zu können. In Frankreich sind es zahlreiche politische Kontroversen den Buchmarkt und das e-book betreffend, die geklärt werden müssen, um für Verlage, Buchhändler und diverse andere Akteure ein sicheres Handlungsfeld zu schaffen. So hat, laut der Studie von Wischenbart, in Frankreich die Digitalisierung des Buchmarktes zwar sehr früh begonnen, indem einzelnen Verleger mit Google zusammengearbeitet haben und ihre Bücher von Google digitalisieren ließen. Doch Politik und Wirtschaftsteilnehmer versuchen vehement die ‚französische Kultur‘ gegen „threats from

---

<sup>139</sup> Fachzeitschrift für den amerikanischen Buchmarkt.

<sup>140</sup> Antoine Gallimard zitiert nach: Rüdiger Wischenbart: *The Global eBook Market*. 2011, 20.1.2013.

global market forces and players“<sup>141</sup> mit neuen Gesetzen, den bestehenden Buchmarkt zu schützen. Es besteht allerdings die Gefahr, dass Frankreich den Anschluss an den internationalen Markt verlieren könnte, wenn diese politischen Konflikte nicht rechtzeitig gelöst werden können.

Deutschland hat gegenüber den anderen Buchmärkten, wie etwa dem französischen oder dem spanischen, einen entscheidenden Vorteil. Er umfasst nicht nur Deutschland, sondern auch Österreich und die Schweiz. Zwar könnte man hier anführen, dass Spanien einen weiteren großen Absatzmarkt besitzt, wenn man bedenkt, dass in Nord- und Südamerika ein großer Teil von spanischen Verlagskonzernen bedient wird, doch in Spanien selbst hat die Buchbranche mit rückläufigen Verkaufszahlen und vor allem mit geringen Verkaufspreisen zu kämpfen.<sup>142</sup> Der deutsche Buchmarkt ist in Europa einer der größten Buchmärkte, diesen Vorteil könnten Marktteilnehmer durchaus nutzen, um nun auch am e-book Markt den Erfolg neuer Publikationsformen zu unterstützen. Durch internationale Zusammenarbeit wie etwa Übersetzungen ins Deutsche oder vom Verkauf der Werke in Originalsprache am deutschen Markt, selbstverständlich in elektronische Form, könnten literarische Märkte anderer Länder, wie etwa Italien, profitieren. In Amerika ist der Verkaufserfolg von e-books auf die Voraussetzungen des Marktes zurückzuführen, denn die Marktstruktur in den USA ist grundsätzlich eine einheitliche Verkaufsplattform. Snoeren zitiert zudem Michael Tamblyn, ‚Executive Vice President‘ von Kobo. Dieser spricht von „cultural differences in the way the US and the EU do business.“<sup>143</sup> Tamblyn spricht davon, dass europäische Verleger es gewohnt seien, eine Vertrauensbasis aufzubauen und persönliche Kontakte zu knüpfen, von denen beide Seiten profitieren, sei es nun der Autor oder andere Geschäftspartner. Wohingegen US-Verleger reine Geschäftsbeziehungen pflegten. Tamblyn sprach beim Vergleich der Verkaufsansätze europäischer und amerikanischer Verleger von „*trust versus contract*“<sup>144</sup>

In Deutschland allerdings müssen sich die Buchbranche und das Verlagswesen beim Verkauf und der Distribution von E-Content stark machen, denn die aktuelle Entwicklung zeigt, dass zurzeit vor allem branchenfremde Mitstreiter um den Erfolg mitkämpfen. Denn IT-Firmen, die das entsprechende Know-how zur Konfiguration des Textkorpus für die diversen E-

---

<sup>141</sup> Rüdiger Wischenbart: *The Global eBook Market*. 2011, 20.1.2013.

<sup>142</sup> Rüdiger Wischenbart: *The Global eBook Market*. 2011, 20.1.2013.

<sup>143</sup> Michael Tamblyn zitiert nach Snoeren, Jürgen: *The difference between the US and EU digital markets – the need for a new approach*. <http://www.futurebook.net/content/difference-between-us-and-eu-digital-markets-%E2%80%93-need-new-approach>, 14.12.2012.

<sup>144</sup> Michael Tamblyn zitiert nach Jürgen Snoeren *The difference between the US and EU digital markets – the need for a new approach*, 14.12.2012.

Reader Formate besitzen, sehen die Chance, sich als Mitstreiter zu etablieren. Da zurzeit die meisten Verlage die technische Herstellung der e-books an Firmen auslagern, sind sie an diese gebunden. Zudem nehmen noch zu wenige Verlage an der e-book-Produktion und -Publikation teil. Die Gefahr besteht allerdings, dass sie dadurch den Anschluss verlieren. Branchenfremde Konzerne, die keiner Verlagsgruppe oder Buchhandlungskette angehören, können hier eine Marktlücke schließen und die Bedürfnisse der Leser bedienen, wenn dies nicht von den Verlagen übernommen wird. Hier sei Amazon genannt, das Unternehmen, das am erfolgreichsten im Bereich des e-book Verkaufes tätig ist. Bedenklich ist, dass Amazon mittlerweile die Überlegung in den Raum stellt, in Zukunft eigenständig Bücher zu publizieren, um E-Content unabhängig von anderen Verlagshäusern zu produzieren. Diese Idee scheint aufgrund der derzeitigen Machthoheit im Online-Buchhandel nicht ganz unwahrscheinlich zu sein.

Amazon kommt in der e-book Produktion und im Verkauf sowohl am amerikanischen Markt als auch am deutschen Markt eine Monopolstellung zu. Es hat auch einen Vorteil gegenüber anderen Anbietern, denn es vereint den Vertrieb des Lesegerätes, mit dem Kindle, es bietet außerdem eine große Auswahl an elektronischer Literatur und der Vertrieb der Inhalte auf die Geräte wird dem Käufer so einfach wie möglich gemacht, indem man als Kunde über Amazon seine erstandenen Titel direkt auf das Lesegerät senden lassen kann. Im Gegensatz zum deutschen Markt haben aber in den USA die Verlage selbst bereits ein eigenes Verkaufsnetz von e-books geschaffen, so zum Beispiel Springer Science + Business Media. Die Kunden kaufen direkt bei den Verlagen die angebotenen e-books, bzw. auf anderen größeren Internetplattformen, die e-books zum Verkauf anbieten.

Auch in Deutschland bilden sich Portale, die e-books vertreiben, um die wichtigsten zu nennen, seien [www.buch.de](http://www.buch.de), [www.ciando.de](http://www.ciando.de) oder auch [www.libri.de](http://www.libri.de)<sup>145</sup> hier aufgezählt. Doch anders als in den USA scheint die Monopolstellung von Amazon deutlicher hervorgehoben zu sein, denn dort haben große Verlagshäuser wie Barnes & Noble den Verkauf von e-books auf eigenen Plattformen forciert und konnten sich so den Verkaufserfolg bei elektronischen Publikationen sichern. Eine Studie von Aptara<sup>146</sup> aus dem Jahr 2011, die von dieser Firma jährlich durchgeführt wird, um die Entwicklungen am elektronischen Buchmarkt messen zu können, enthält einige interessante Ergebnisse zum Erfolg von e-books am US-amerikanischen Markt. Auch am amerikanischen Buchmarkt dominiert Amazon den Markt bei der Distribution von e-books, allerdings wird der Anteil stetig geringer, da die Verlage

---

<sup>145</sup> Beispiele zitiert nach: Roesler-Graichen/Schild: *Gutenberg 2.0*. Frankfurt a. Main 2008, Seite 17, 52.

<sup>146</sup> Eine Firma, die sich auf die Produktion von Hilfsmitteln für elektronische Publikationen spezialisiert hat.

wie schon erwähnt, versuchen, eigene Verkaufsplattformen aufzubauen, welche die Nachfrage der Kunden decken. Dies scheint nämlich ein deutlicher Unterschied zum deutschen Buchmarkt zu sein. Denn ein Großteil der Verleger in den USA gab an, dass sie ihr Angebot aufgrund steigender Nachfrage seitens der Kunden vergrößert haben. Amazons Vorteil liegt im großen Erfolg des Kindles am Buchmarkt, und an der großen Auswahl an elektronischer Literatur, die angeboten wird, denn diese ist mit einem Kopierschutz gekennzeichnet, wodurch sie auf keinem anderen Lesegerät abgerufen werden kann, als dem Kindle. Das ‚Digital Rights Management‘<sup>147</sup>, kurz als DRM bezeichnet, wird von sehr vielen Anbietern und Verlagen verwendet, da es im Interesse jedes Verlages liegt, die kostenlose und unkontrollierbare Vervielfältigung im Internet zu verhindern; sie befürchten weitreichende Kosteneinbußen, ähnlich wie in der Musikbranche. DRM schützt das Urheberrecht sowie auch das Nutzungsrecht des Verlages, es führt aber auch dazu, dass ein Werk nur auf dem jeweiligen Lesegerät verwendet werden kann, auf das es heruntergeladen wird. Für viele Leser verliert das Buch dadurch aber einen wichtigen Reiz, nämlich die Möglichkeit, eine Publikation mit anderen auszutauschen, zu verleihen und Freunden zur Verfügung zu stellen. Ein Werk kann nicht mehr kursieren, wenn man nicht bereit ist, das Lesegerät mit auszuleihen. Bei Ciando, dem online e-book-Shop sind beim Kauf eines elektronischen Buches zwei Parallelnutzungen beim Herunterladen eingeschlossen<sup>148</sup>, eine passable Lösung, um etwaigen Raubkopien im Vorhinein entgegenzuwirken. Wie erfolgreich diese Maßnahmen sind, wird sich aber, wie vieles was das e-book betrifft, erst in einigen Jahren zeigen. Denn die herrschende Meinung von Internetusern setzt immer selbstverständlicher voraus, dass die Daten, die online zur Verfügung stehen, kostenlos zugänglich sind und früher oder später auf illegalen Websites downloadbar sind. Ein Beispiel aus der Musikszene zeigt, dass der illegale Tauchmarkt von Dateien bereits als selbstverständlich hingenommen wird. Auch wenn das Material legal kostenlos im Internet angeboten wird, beziehen viele User Musikdateien eher auf illegalen Websites. Als Anschauungsbeispiel sei hier ein Projekt der Band ‚Radiohead‘ genannt, die eines ihrer Alben online zum Herunterladen zur Verfügung gestellt haben, ein Preis war nicht festgelegt, es konnte somit theoretisch auch kostenlos erworben werden. Erstaunlicherweise überstiegen jedoch Erwerbungen auf illegalen Tauschbörsen jene der Downloads auf der offiziellen Website um ein vielfaches.<sup>149</sup> Ein Beispiel dafür, dass User

---

<sup>147</sup> Für die genaue Erklärung wie dieser Kopierschutz funktioniert und verwendet wird, siehe Matrisch/Welsch: *E-Books konzipieren und produzieren*. Taching 2011, Seite 67ff.

<sup>148</sup> Matrisch/Welsch: *E-Books konzipieren und produzieren*. Taching 2011, Seite 68.

<sup>149</sup> Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 286.

daran gewohnt sind, einfach und schnell, auf gewohntem Wege an Musikdateien zu gelangen, dass dies illegal ist, scheint eher zweitrangig zu sein.

Die Chance diese Mentalität der User ins Positive zu kehren, und für die Weiterverbreitung der eigenen Texte zu instrumentalisieren, hat Paulo Coelho erkannt. Nachdem die russische Ausgabe eines seiner Werke online illegal zur Verfügung stand, hatte das weitreichende Auswirkungen auf den Erfolg der Printausgabe, denn der Verkauf der gedruckten Ausgabe in Russland stieg markant an. Somit war die Raubkopie anfangs zwar illegal, sie führte aber dazu, dass Coelho mittlerweile seine Werke selbst ‚piratisiert‘ und online zur Verfügung stellt.<sup>150</sup> Er ist davon überzeugt, das Internet als zweite Marketingplattform zu nutzen und profitiert von diesem positiven Effekt. Alexander Braun, der sich mit dem Thema der Online-Distribution auseinander gesetzt hat, spricht davon, dass Verkaufszahlen von Büchern, die durch Google Books Search zugänglich gemacht wurden, ebenfalls signifikant gestiegen seien<sup>151</sup>, und die online Verbreitung den Erfolg der Printausgaben beeinflusst hätte. Dieses Beispiel zeigt, dass die Online-Publikation und vor allem auch die Online-Vermarktung zu großem Erfolg auch für die Printausgabe führen kann.

Den umgekehrten Weg wählte die junge Autorin Abigail Gibbs, die ihre Texte anfänglich ausschließlich im Internet veröffentlichte. Sie hat mit ihrer schriftstellerischen Karriere auf einer Online-Plattform namens ‚Wattpad‘ begonnen. Eine Homepage, auf der man eigene Texte, Kapitel eines Romans und ähnliches hochladen kann und diese für Leser gratis zur Verfügung stehen. Ihre Vampirgeschichte *The Dark Heroine* ist wenig überraschend angelehnt an die *Twilight-Saga* von Stephanie Meyer, doch war ihr diese nicht „bloody and edgy enough“<sup>152</sup>, weshalb sie anfang, ihre eigene Version dieses faszinierenden Stoffes zu verfassen. Innerhalb kürzester Zeit wurden ihre Texte zum Hit und erreichte rund 17 Millionen views. Ihre ersten Veröffentlichungen könnte man als modernen Feuilleton-Roman bezeichnen. Ähnlich wie ein Prototyp des Feuilletonromans, Dumas‘ *Monte Christo*, endet jedes Kapitel der Vampirgeschichte von Gibbs mit einem Cliffhanger, der das Publikum mit Spannung auf die nächste Episode warten lässt. Durch den großen Erfolg wurde schließlich ein Agent auf die junge Autorin aufmerksam und vermittelte ihr einen Vertrag mit HarperCollins in England und in den USA. Sie veröffentlichte ihr Buch Ende des Jahres zuerst als e-book und kurz darauf als Taschenbuchausgabe. Laut der Autorin soll eine

---

<sup>150</sup> Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 282.

<sup>151</sup> Alexander Braun in: Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 282.

<sup>152</sup> Abigail Gibbs zitiert nach: <http://www.dailymail.co.uk> (am 15.12.2012)

Fortsetzung zu *The Dark Heroine* folgen. Eine Befürchtung der Autorin, dass viele ihrer Fans der Geschichte nicht mehr folgen werden, da sie nicht mehr online und vor allem nicht mehr kostenlos zur Verfügung stehe, konnte nicht bestätigt werden. Zumindest laut Zeitungsberichten erzielte die e-book Ausgabe innerhalb kürzester Zeit große Erfolge bei den Verkäufen von Kindle-e-books.<sup>153</sup>

Wie diese Beispiele zeigen, ist das Web 2.0 auch für den Buchmarkt und die Verlagsbranche von Relevanz. Das Publikum, die Leser, beteiligen sich aktiv am Geschehen der Buchindustrie, sei es nun mit Online-Rezensionen oder durch Kommentare in Blogs und ähnlichem. Wie das Beispiel von Abigail Gibbs zeigt, kann das Internet auch durchaus eine Quelle für Neuentdeckungen darstellen, die es gilt, für den Verlag zu gewinnen. Die Autoren besitzen oft bereits eine online Fangemeinde, und eine Resonanz wie bei Abigail Gibbs, lässt darauf schließen, dass die Veröffentlichung als Buch oder als e-book ähnliche Erfolge erzielen kann. Die Verlagsbranche muss diese Möglichkeiten erkennen und diese vor allem bestmöglich nutzen. „Solange sich die Produzenten weigern, den ihrer Ansicht nach passiven Verbraucher zu Wort kommen zu lassen, wird ihr Publikum weiter schwinden“<sup>154</sup> stellt Paulo Coelho, bei der Eröffnung der Frankfurter Buchmesse 2008, treffend fest. Eine Kombination aus neuen Publikationswegen und der klassischen Form des Buches scheint am vielversprechendsten zu sein, diese schafft es unterschiedlichste Lesergruppen anzusprechen, wovon der gesamte Buchmarkt profitieren kann. Ähnlicher Meinung scheinen amerikanische Verleger zu sein, denn bei der Studie von Aptara, 2011, und auch bei eigenen Befragungen amerikanischer Lektoren zum Thema e-books war der Tenor der Aussagen, dass nicht eine Publikationsform die andere vollständig ablösen werde, sondern, dass das gedruckte Buch und das e-book parallel am Markt bestehen werden.<sup>155</sup>

Ein wichtiges Merkmal, dass speziell für den Lektor am e-book Markt eine Rolle spielt, ist der Einkauf der Verwertungsrechte der Texte, das heißt auch das digitale Verwertungsrecht, das Werk als e-book zu produzieren. Zwar stimmen viele Autoren der zusätzlichen elektronischen Publikation ihrer Texte zu, bzw. forcieren manche Schriftsteller eigenständig die Verbreitung ihrer Texte, wie dies Paulo Coelho getan hat. Doch bei weitem nicht alle Schriftsteller sind damit einverstanden, ihre ‚geistige Schöpfung‘ elektronisch in Umlauf zu

---

<sup>153</sup> Brown, Larisa: *Teenager, 18, secures six-figure sum for vampire novel inspired by Twilight saga which she wrote after school*. In: Dailymail, 11./12. 09.2012. <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2201767/Wattpad-Abigail-Gibbs-18--secures-figure-sum-vampire-novel-inspired-Twilight-saga.html>, 20.1.2013.

<sup>154</sup> Paulo Coelho zitiert nach Meyer/Teutler in: Clement/Blömeke/Sambeth (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden 2009, Seite 241.

<sup>155</sup> Vgl. Aptara-Studie 2011: <http://www.aptaracorp.com/home/Survey>, 20.1.2013.  
Anhang ab Seite 96.

bringen. Dies muss vor Vertragsabschluss mitbedacht und vom Lektor geklärt werden. Auch dies ist bei Backlist-Titeln aufwendiger als bei neuen, denn bei bereits erschienenen Titeln, müssen die Rechte für die elektronische Veröffentlichung nochmals nachträglich eingeholt werden, nicht nur für den eigentlichen Text, sondern auch für Bilder, Fotografien oder anderes, das in den Text eingebunden ist.<sup>156</sup>

Es stellt sich die Frage, ob der Lektor sich auch zusätzliches Wissen zu den technischen Gegebenheiten von e-books aneignen muss, wenn der Verlag Texte elektronisch publiziert. Der Lektor ist Ansprechpartner des Autors, und wenn dieser Fragen zu der Verwertung seines Textes hat, sollte ein Lektor diese beantworten können. Zwar ist es noch nicht seine Aufgabe, technische Detailfragen zu beantworten, die Arbeiten dazu werden von den meisten Verlagshäusern ohnehin ausgelagert, doch das Grundwissen zu den e-book-Formaten, wie E-Ink-Technologie funktioniert und wie die Werke vertrieben werden, müsste bei einem Lektor vorhanden sein, so wie der Lektor Kenntnisse zu Produktionsschritten einer Printausgabe aufweisen sollte.

Bei den Weiterbildungen werden nun Seminare und Fortbildungsprogramme angeboten, die sich speziell mit den technischen Gegebenheiten der e-book Produktion auseinandersetzen. Es scheint somit für Lektoren durchaus an Relevanz zu gewinnen, zu wissen welche Dateiformate sich für die eigene e-book Produktion anbieten, welche Neuerungen auf dem Markt jährlich erscheinen und wie sich Marketing und Vertrieb durch die Entwicklungen am Buchmarkt verändern. Es sei denn, die Ausbildungsstätten für Lektoren sind in diesem Punkt nicht repräsentativ für die tatsächlichen Aufgaben eines Lektors im Verlag. In der Umfrage von Walter Hömberg gaben viele der Lektoren an, dass sie das Weiterbildungsprogramm wenig nutzen würden, da ihnen zum einen die Zeit fehle und zum anderen, dass die eigentlichen Stärken eines Lektors ohnehin schwer zu erlernen seien und in erster Linie Charakterzüge darstellen. Andererseits muss angemerkt werden, dass es vor allem bei Lektoren so scheint, dass die Veränderungen am eigenen Berufsbild kaum von ihnen selbst wahrgenommen werden, oder zumindest mit sehr viel Verspätung darauf reagiert wird. Betrachtet man die markanteste Veränderung in der Vergangenheit des Berufsbildes, im Vergleich zu den Anfängen und der Arbeit von Oskar Loerke und Christian Morgenstern, ist der ‚Lektor zum Produktmanager‘ geworden. Wenn man wissenschaftliche Ausarbeitungen zu diesem Thema betrachtet, wie jene von Schneider wird deutlich, dass diese Veränderung langsam vor sich gegangen ist. Verfolgt man aktuelle Interviews mit Lektorinnen und

---

<sup>156</sup> Siehe Susanne Broos in: Roesler-Graichen/Schild (Hrsg.): *Gutenberg2.0*. Frankfurt a. Main 2008, Seite 75ff.

Lektoren, entsteht dabei allerdings oft das Bild, als sei dies eine Entwicklung innerhalb kürzester Zeit gewesen.

Ähnlich scheint dies auch bei aktuellen Veränderungen des Buchmarktes zu sein, die elektronischen Publikationen betreffen. Ähnlich wie bei Verlegern sind auch bei Lektoren die Meinungen unterschiedlich - einige stehen den Entwicklungen positiv gegenüber und beteiligen sich aktiv an der Weiterentwicklung des derzeitigen Formats. Der Verlag Bastei Lübbe hat seit vergangenem Jahr ein eigenes Lektorat, das sich auf elektronische Bücher konzentriert dessen Leitung von Jan Wielpütz übernommen wurde. Dieser Verlag war einer der ersten, der am deutschen Buchmarkt ‚enhanced e-books‘ produzierte.

## Der Lektor und das e-book

Die Einführung des e-books hat sowohl am US-amerikanischen als auch am deutschen Buchmarkt in allen Bereichen des literarischen Betriebes für Unruhe und Aufregung gesorgt. Wie sehr dies die einzelnen Abteilungen des Verlages, im Besonderen die Arbeit des Lektorats, betrifft soll in diesem Teil der Arbeit analysiert werden. Über den Lektor in deutschen Verlagen gibt es zwar mittlerweile einige Forschungsarbeiten, zu den aktuellsten Geschehnissen wurde allerdings bis zu diesem Zeitpunkt noch keine repräsentative Arbeit verfasst, deshalb werden für den deutschsprachigen Bereich Beispiele verwendet, die sich durch die besondere Herangehensweise an die neuen Gegebenheiten oder innovative Projekte, wie jene von Bastei Entertainment, auszeichnen, da über die allgemeine Situation noch kaum Aussagen getroffen werden können. Ähnlich stellt sich die Situation bezüglich des amerikanischen Lektors dar, zu dem es ebenso wie zum Lektor deutscher Verlage, wenig wissenschaftlich erarbeitetes Material gibt. Deshalb wurde im Zuge dieser Arbeit eine Sammlung von Fragen erstellt, die zwar laut Kallus<sup>157</sup> keinen repräsentativen Fragenkatalog darstellt, jedoch speziell auf die Fragen ausgerichtet ist, die für die Erarbeitung des Themas relevant sind. Diese wurden an verschiedenste Verlage in den USA und Kanada versandt, um zu spezifischen Aspekten der Verlagsarbeit Daten zu erheben. Die Ergebnisse aus dieser Befragung werden am Ende dieses Teiles dargestellt.

### Bastei Entertainment

Einen sehr eigenen und dynamischen Weg wählt der Verlag Bastei Lübbe, der seit 2011 mit dem Publikationszweig Bastei Entertainment eine eigene e-book-Sparte aufgebaut hat. Leiter dieser Abteilung ist Jan F. Wielpütz, selbst Sachbuchautor und bis dahin Buchlektor für Spannungsliteratur.<sup>158</sup> Bastei Entertainment brachte mit dem digitalen Serienroman *APOCALYPSIS* in diesem Jahr das erste große digital in höchstem Maße aufbereitete ‚Enhanced e-book‘ auf den Markt. Die Produktion dieses Pilotprojektes unterschied sich aber bereits von Beginn an von jener eines ‚herkömmlichen‘ Buches. Der übliche Produktionsweg

---

<sup>157</sup> Kallus, Konrad Wolfgang: *Erstellung von Fragebogen*. Wien: Facultas WUV 2010.

<sup>158</sup> Wielpütz, Jan F.: *Warum brauchen digitale Bücher ein eigenes Lektorat, Herr Wielpütz?* In: Börsenblatt, 28.8.2011. <http://www.boersenblatt.net/453609/>, 19.12.2012.

eines Buches, ob es nun als Printausgabe oder auch als e-book angegeben wird, beginnt beim Autor, der sein verfasstes Manuskript beim Verlag einreicht, dieses von den Lektoren geprüft wird und im besten Falle in das nächste Programm aufgenommen wird. Jan F. Wielpütz hat für den „ultimativen digitalen Serienroman“<sup>159</sup> jedoch von Beginn an, ein anderes Konzept verfolgt.

Bei APOCALYPSIS hatten wir von Beginn an eine klare Vorstellung, wie das Produkt aussehen sollte. Wir wollen die weltweit erste digitale E-Book-Serie produzieren, die verschiedene Medienformen zusammenbringt und Text mit Film, Spiel, Audio und Animation verbindet. Das inhaltliche Story-Konzept dazu stammte aus dem Lektorat selber. Das bedeutet: Wir hatten die Geschichte und brauchten jemand, der sie umsetzt. Wir konnten also nicht wie gewöhnlich darauf warten, dass ein Autor an uns herantritt, sondern mussten ihn aktiv suchen[.]<sup>160</sup>

so der Leiter des digitalen Lektorats von Bastei Entertainment, Jan Wielpütz.

Es ist zwar auch in Sach- und Fachbuchverlagen, in manchen Fällen auch in Belletristik-Verlagen, üblich, aktiv nach Autoren zu suchen, die ein Buch zu einem bestimmten Thema verfassen, jedoch war bei dem Projekt ein fixer Rahmen vorgegeben, den der Autor nicht ausweiten durfte. Dies ist für viele Schriftsteller, wie auch Verlage, ungewohntes Terrain. Auch der Aufbau von APOCALYPSIS erinnert eher an eine Fernsehserie als an einen gebundenen Roman. Es besteht aus einer Anzahl an Episoden, die in Staffeln eingeteilt sind. Der Leser kann sich entscheiden, wie er das e-book downloaden will, als ‚einfaches‘ e-book für Kindle, Apple, Sony oder ähnliche Reader. Man kann das Buch auf der Homepage des Verlages als Hörbuch herunterladen oder eine Kombination wählen aus „Read & Listen-Version“<sup>161</sup> und diese online erwerben. Der Text scheint somit bestmöglich digital verwertet zu sein.

Ob dies die Zukunft der Buchproduktion ist, darüber scheiden sich die Geister. Es müsse jeder Verlag für sich entscheiden, ob und wie in Zukunft seine Manuskripte veröffentlicht werden. Die Entwicklung des e-books sei bisher nur die „Übernahme des physischen Inhaltes in eine virtuelle Simulation des Buches.“<sup>162</sup> Die Erfahrung des vergangenen Jahres habe allerdings gezeigt, dass neue Wege beschritten werden müssen, weshalb Bastei Entertainment die Projekte so entwickle, dass das gesamte Potential dieser Lesegeräte ausgeschöpft werden kann, erläuterte Wielpütz in einem Interview die Strategie seines Lektorates.<sup>163</sup> Für Leander

---

<sup>159</sup> Bastei-Lübbe: *Apocalypsis*. <http://www.luebbe.de/Digital/Serien/Id/1453235>, 19.12.2012.

<sup>160</sup> Wattig, Leander: *Interview: Bastei-Entertainment-Cheflektor über Autoren-Castings als Weg der Autorengewinnung für Buchverlage*. <http://leanderwattig.de/index.php/2012/08/05/>, 19.12.2012.

<sup>161</sup> Bastei-Lübbe: *Apocalypsis*, 19.12.2012.

<sup>162</sup> Jan F. Wielpütz: *Warum brauchen digitale Bücher ein eigenes Lektorat, Herr Wielpütz?*, 19.12.2012.

<sup>163</sup> Jan F. Wielpütz, ebd.

Wattig, der an der Universität St. Gallen tätig ist und sich ausgiebig mit der Entwicklung neuer Technologien am Buchmarkt beschäftigt, stellt der Serienroman *APOCALYPSIS* ein interessantes Projekt dar, vor allem auch durch die unkonventionelle Arbeitsweise bei der Produktion. Wattig sieht in der multimedialen Aufbereitung eine Möglichkeit gezielt Content-Marken aufzubauen.<sup>164</sup> Nun muss angemerkt werden, dass es sich bei Bastei Lübbe um einen der größten Sachbuch- und Belletristik-Verlage am deutschen Buchmarkt handelt, dem es möglich ist, in neue Ideen und Pilotprojekte zu investieren.

Bei den meisten Verlagen, vor allem Kleinverlagen, ist jedoch die Umstellung, das Programm in zweifacher Form, als Printausgabe und als e-book, zur Verfügung zu stellen bis jetzt noch nicht völlig abgeschlossen. Viele der Verlage bieten jene Titel auch als e-book an, die aus unternehmerischer Sicht das größte Potenzial zum Bestseller besitzen.

Zwar sind die Prognosen für die Zukunft vielversprechend: Der Anteil des e-books am Gesamtumsatz soll steigen und die digitale ‚Revolution‘ sei keine Zukunftsfantasie mehr, sondern bereits Realität des Buchmarktes. Doch eine gewisse Unsicherheit seitens der Verleger, der Autoren und auch der Lektoren bleibt. Einerseits herrscht zwar Begeisterung für das neue Medium, vor allem in Bezug auf die Möglichkeiten, welche elektronische Publikationen schaffen werden. Andererseits hat sich die Situation noch nicht eingependelt und es bleiben noch offene Fragen zum Thema e-book, die bisher noch nicht zu beantworten sind, die zukünftigen Entwicklungen werden zeigen, wohin sich der Buchmarkt verändern wird.

### Befragung der Lektoren amerikanischer Verlage: Ein Ausblick

Bei der Erstellung des Fragebogens wurde das Ziel verfolgt, offenen Fragen zum Beruf des Lektors in amerikanischen Verlagen zu beantworten. Der Fragenkatalog umfasst nicht flächendeckend alle Bereiche der Arbeit, sondern spricht spezifische Themen an, wie etwa das Wissen des Lektors über die Allgemeinsituation des e-book-Marktes in den USA, oder inwiefern sich der Lektoratsprozess eines e-books von jenem eines gedruckten Buches unterscheidet. Bei der Auswahl der Verlage, an die der Fragebogen gesendet wurde, habe ich zwar versucht, alle Bereiche und Genres abzudecken, da jedoch hauptsächlich Lektoren wissenschaftlicher Verlage geantwortet haben, ist auch die Analyse selbst nicht generell auf

---

<sup>164</sup> Leander Wattig: Interview: Bastei-Entertainment-Cheflektor über Autoren-Castings als Weg der Autorengewinnung für Buchverlage, 19.12.2012.

die Situation der Verlage und Lektoren in den USA anwendbar. Als Auswertungsmethode habe ich die qualitative Inhaltsanalyse, wie sie bei Walter Spöhring beschrieben wurde, angewendet.<sup>165</sup>

Durch die Befragung konnte somit ein Einblick gewonnen werden, wie Lektoren in amerikanischen Verlagen arbeiten und ob bzw. wie die Einführung des e-books diese beeinflusst hat, werden diese werden diese interne Verlags-Perspektive im Folgenden zusammenfassend ausgearbeitet.

### *Die Lektoren und Lektorinnen*

Die Begeisterung für das neue Medium einerseits, aber auch die Distanz dazu in der eigenen Arbeit spiegeln sich in den Antworten einiger Lektoren amerikanischer Verlagshäuser wider, die zum Thema ‚e-books und wie die Entwicklungen am Buchmarkt ihre Arbeit beeinflussen‘, befragt wurden.

Dabei lag der Fokus auf den Fragen, ob und seit wann die Verlage e-books in ihren Programmen haben, wie sehr sie jeweils in den Publikationsprozess eingebunden sind, vor allem beim e-book im Vergleich zur gedruckten Version, sowie auf der Frage, wie sich der Arbeitsprozess durch die Einführung des e-books verändert hat.

Da der e-book Markt in Amerika sich um einiges rasanter entwickelt hat und bereits einen starken Umsatzanteil verbuchen kann, liegt die Annahme nahe, dass sich die Verlage und Lektorate bereits auf die Veränderungen eingestellt haben. Interessanterweise waren jedoch zum Zeitpunkt meiner Befragung<sup>166</sup> manche Verlage noch nicht in die e-book Produktion eingestiegen. Man muss allerdings anmerken, dass dies auch in Zusammenhang steht mit der jeweiligen Produktlinie der einzelnen Verlage.

Getty Publications ist zum einen ein Wissenschaftsverlag, in erster Linie publiziert der Verlag aber illustrierte Non-Fiction Bücher, wie etwa Museums- oder Ausstellungskataloge. In diesem Segment stellt sich die Umstellung von gedruckten Ausgaben zum e-book als sehr schwierige Aufgabe dar. Bei Bildern und Illustrationen ist bereits bei Printbüchern besonders auf die Qualität der Farben, des Papiers und ähnliches, zu achten. Diese muss bei der Konvertierung zum e-book erhalten bleiben. Einer der befragten Lektoren des Verlages verweist darauf, dass bei illustrierten Büchern Offset-Druck immer noch der Vorgabewert für

---

<sup>165</sup> Spöhring, Walter: *Qualitative Sozialforschung*. Studienskripten zur Soziologie. Stuttgart: B.G. Teubner 1995, Seite 189ff.

<sup>166</sup> Die Fragebögen wurden von mir Anfang Mai an die Verlage versendet.

die Qualität der Bücher ist. Hier muss vor allem auch die Technik der Lesegeräte den Ansprüchen entsprechen. Die ersten Versionen bekannter E-Reader wie dem Kindle oder dem Sony Reader hatten anfangs noch das Problem Grafiken und Bilder zufriedenstellend zu konvertieren. Getty Publications hat im Mai dieses Jahres damit begonnen, einzelne Werke als e-book anzubieten. Grund für den späten Einstieg des Verlages in den e-book Markt, waren jedoch nicht in erster Linie technische Probleme, sondern „complicated right issues“<sup>167</sup>, so einer der Lektoren von Getty Publications. Für die Lektoren gilt deshalb in Zukunft, dies bereits in den Vertragsverhandlungen zu integrieren und die Rechte für den Verlag zu sichern. Auf die Frage hin, ob und wie sehr die Einführung der e-books in ihrem Verlag das eigene Aufgabenfeld beeinflusst hat, konnten die Lektoren zum Zeitpunkt der Befragung noch wenig sagen, da der e-book Sektor noch kaum etabliert war. Ein Lektor, der hauptsächlich dafür verantwortlich ist, den Lektoratsprozess, insbesondere die Vertragsverhandlungen für neue Projekte zu beaufsichtigen, gab an, dass sich die Art des Arbeitsablaufs zwar verändert habe, bei weitem aber nicht so stark, wie bei Verlagen, die Text-basierte Werke veröffentlichen. Da sie erst am Anfang der e-book Produktion stehen, müsse sich der Arbeitsablauf erst regulieren. Für sie sei der wichtigste Parameter zurzeit, bei welchen Projekten es rentabel sei, sie elektronisch zu publizieren.

Die Columbia University Press, die in erster Linie als Universitätsverlag arbeitet, und als solcher Non-fiction, also wissenschaftliche Arbeiten, publiziert, bietet bereits seit etwa fünf Jahren ihre Veröffentlichungen auch als e-books an. Nur wenige der Manuskripte jedoch werden rein als e-book angeboten. Diese Ergebnisse decken sich auch mit der Situation am deutschen Buchmarkt, in dem es ebenfalls Wissenschafts- und Universitätsverlage waren, die sehr früh damit begonnen haben, die Manuskripte digital anzubieten. Ein erster Schritt war, die Texte als PDF online zur Verfügung zu stellen. Als EPUB-Format bietet die Columbia University Press die Werke seit etwa drei Jahren an. Michael Haskell ist als „manuscript/production editor“<sup>168</sup> dafür verantwortlich, Titel während des Publikationsprozesses zu betreuen. In seiner Funktion als „publishing systems manager“<sup>169</sup> ist er hauptsächlich für die Umsetzung der Manuskripte hin zu e-books zuständig. Er spricht davon, dass die Einführung des e-books, den Arbeitsverlauf durchaus verändert habe, vor allem die Erarbeitung des Textes für das vorgefertigte e-book Format, was aber nötig sei, um das Manuskript zu einem elektronischen Text konvertieren zu können. Jennifer Crewe, die als „Editorial Director“ für beide Lektoratsabteilungen, jene für digitale und jene für gedruckte

---

<sup>167</sup> Robert T. Flynn siehe Anhang Seite 109f.

<sup>168</sup> Michael Haskell siehe Anhang Seite 101f.

<sup>169</sup> Michael Haskell ebd.

Inhalte, verantwortlich ist, erläutert, dass dieser Prozess jedoch in ihrem Verlag sehr früh eingesetzt habe, da sie bereits seit 1995 an Online-Projekten arbeiten und somit die Mitarbeiter mit den Vorgängen elektronischer Publikationen vertraut seien.<sup>170</sup>

Haskell ist in seiner Aufgabe als ‚publishing systems manager‘ verantwortlich für digitale Publikationsprojekte, betont in diesem Zusammenhang aber, dass das Lektorieren der Texte nicht in seinen Aufgabenbereich liege. Dies kann einerseits daran liegen, dass seine Tätigkeit sich auf die Leitung und generelle Beaufsichtigung der einzelnen Projekte konzentrieren, oder auch daran, dass zurzeit ein Großteil des Bearbeitungsprozesses aus dem Verlag noch ausgelagert wird. Allerdings ist es Ziel des Verlages, diese Aufgaben in naher Zukunft ebenfalls im eigenen Haus durchzuführen.

Parallelen, die sich zum vorherigen Beispiel ziehen lassen, betreffen die eigentliche Lektoratsarbeit am Text. Haskell meint hierzu, dass diese von der Entwicklung des e-books kaum betroffen seien. Der ‚Content‘ sei derselbe und müsse sowohl als gedruckte Ausgabe als auch in elektronischer Form denselben Lektoratsvorgang durchlaufen, bis es zur Veröffentlichung komme. Eine weitere Verbindung zur Situation von Getty Publications arbeitet Haskell in Hinblick auf die Technologie der Lesegeräte heraus. Liegt bei Getty Publications der Focus darauf, die Qualität der Illustration und Bilder auf die Lesegeräte zu übertragen, liegt bei wissenschaftlichen Verlagen das Problem eher darin, dass die Arbeiten und Manuskripte oft mit Grafiken, Tabellen und Abbildungen angereichert sind. Haskell spricht von einem „lack of hardware that can support the features needed to truly make the e-books as useful as the print.“<sup>171</sup> Haskell betont, dass der Entwicklungsprozess, den das e-book in Gang gesetzt habe, noch andauere und sich in den nächsten Jahren noch einiges verändern werde. Deshalb sei es schwer, genaue Prognosen zu diesen Veränderungen abzugeben. Einen interessanten Punkt, den sowohl Haskell als auch Crewe festgehalten haben, ist, dass der e-book Verkauf zwar in den nächsten Jahren sicherlich noch steigen wird, jedoch nicht derart markant, wie in den ersten Jahren nach der Einführung am Markt. In Zukunft könnte das e-book stabile 20-25 Prozent des Umsatzes ausmachen, so Crewe zur Situation ihres Verlages.

Dieser Meinung ist auch ein Lektor der Georgetown University Press, der davon ausgeht, dass das e-book an Popularität gewinnen und in den nächsten Jahren einen wachsenden Anteil am Umsatz der Verlage einnehmen wird. Zurzeit ist das e-book jedoch, was den Umsatz der Georgetown University Press betrifft, noch eher ein Nischenprodukt, obwohl circa achtzig Prozent aktueller Veröffentlichungen als e-book angeboten werden. Allerdings ist seiner

---

<sup>170</sup> Jennifer Crewe siehe Anhang Seite 96f.

<sup>171</sup> Michael Haskell siehe Anhang Seite 101f.

Meinung nach das e-book am erfolgreichsten im Belletristik-Bereich zu vertreiben, da diese Leser die elektronischen Publikationen am begeistertsten angenommen hätten. Für wissenschaftliche Texte sei hingegen immer noch die Printausgabe die bevorzugte Publikationsform. Damit bestätigte er die Ansichten anderer Lektoren in Universitätsverlagen, für die bei wissenschaftlichen Publikationen das Potential für e-books noch nicht ausgeschöpft sei.

Donald Jacobs ist als einer der Lektoren der Georgetown University Press für die Akquisition von Autoren und Manuskripten zuständig. In dieser Funktion ist er zwar auch für die Betreuung der Bücher in der Produktion zuständig, die Entwicklung des e-books hat zum jetzigen Zeitpunkt für seinen Arbeitsbereich jedoch wenig Einfluss. Da der eigentliche Lektoratsprozess von dem der Akquisition in diesem Verlag getrennt ist, muss er sich weder mit der Software noch mit der Textgestaltung im e-book Format auseinandersetzen. Somit habe für seine Arbeit als ‚acquisition editor‘ auf „day-to-day basis“<sup>172</sup> kaum eine Veränderung stattgefunden. Jedoch muss für zukünftige Projekte bereits bei der Planung berücksichtigt werden, wie das Manuskript publiziert und wie der Text aufbereitet wird. Da vom Verlag erwogen wird, in naher Zukunft Texte nur mehr elektronisch zu veröffentlichen, kann dies durchaus gravierende Änderungen im täglichen Arbeitsablauf der Lektorate mit sich bringen.

Eine sehr pragmatische Antwort zum Thema liefert Vincent Burke, Lektor der John Hopkins University Press, der auf die Frage, ob sich durch die Einführung des e-books die Arbeit des Lektors verändert habe, mit einem klaren Nein antwortet und damit, dass die signifikanteste Veränderung die sei, dass es zu zahlreicheren Meetings im Verlag komme. Der Arbeitsaufwand im Lektoratsprozess unterscheide sich kaum, da er für beide Publikationsformen gleich viel Zeit aufwenden müsse.<sup>173</sup> Dies deckt sich auch mit den Antworten anderer Autoren, dass in der Bearbeitung des eigentlichen Textes, wie etwa Korrekturarbeit oder ähnliches, die spätere Publikationsform kaum eine Rolle spiele. Dies leuchtet ein, denn dass eine Geschichte in sich schlüssig ist, dass die Fakten übereinstimmen und die Sprachgestaltung ansprechend ist, hat wenig mit der Produktionsform zu tun, sondern mit dem konkreten Text.

Einen kontroversen Gesichtspunkt im Verkauf von e-books spricht Burke bei der Befragung an. Für ihn ist der e-book Markt in erster Linie ein Markt für billige Bücher, vor allem Bestseller. Für teurere Bücher rentiere sich der e-book Markt jedoch nicht. Das Problem der Preiskalkulation von e-books wird auch am deutschen Buchmarkt häufig diskutiert. Leser sind

---

<sup>172</sup> Donald Jacobs siehe Anhang Seite 116f.

<sup>173</sup> Vincent J. Burke siehe Anhang Seite 124f.

nicht bereit, für digitale Inhalte viel zu bezahlen, die Mentalität, dass im Internet alles gratis sein soll, hat sich auch am Musikmarkt etabliert und wird daran deutlich, dass selbst auf Websites, die Musik zum Kauf anbieten, der Preis für eine einzelnen Datei kaum sehr gering ist. Wie bereits erwähnt, ist die Erstellung von e-books kostenaufwendiger als von vielen angenommen wird, und erfordert deshalb auch eine gewisse Preiskalkulation. Ein weiterer Kritikpunkt an niedrigen Preisen für e-books liegt in der Kulturfunktion des Buches verhaftet. Verleger befürchten, dass dadurch das Bild vermittelt werde, der geringe Preis spiegle die Qualität des Inhaltes wider, und dass Bücher nicht mehr als qualitativ hochwertig betrachtet werden und auch auf Dauer die Produktionskosten der Herstellung bei e-books nicht gedeckt werden können.

Die Produktion von e-books stellt vor allem für Verlage, die sich auf Kunstbücher, wie Bildbände und Fotokataloge konzentrieren, eine große Neuerung dar. Ähnlich wie bei Getty Publications stellt sich die Situation bei Hudson Hills Press dar. Die Lektorin Leslie van Breen gab in einer E-Mail an, dass ihr Verlag seit einigen Jahren eine vertretbare Lösung suche, die Bildbände und Kunstbücher auch elektronisch zu veröffentlichen. Bei Illustrationen und Fotografien ist jedoch die Qualität der Bilder essentiell; wenn diese nicht auf die Lesegeräte übertragen werden können, wird der Leser das e-book dem gedruckten Exemplar kaum vorziehen. Laut van Breen haben aber Sammler und Historiker gegenüber dem Verlag bereits Interesse daran bekundet, die Werke als e-book, zusätzlich zur Printausgabe zu erwerben.<sup>174</sup> Hudson Hills Press hatte zum Zeitpunkt der Befragung noch keine e-books im Verlagsprogramm. Für die Lektorin stellt die Entwicklung dieser Sparte von elektronischen Publikationen eine fundamentale Komponente für die Zukunft dar. Sie erwarte, dass bis 2012 zumindest die Hälfte des Angebotes auch digital zur Verfügung stehe. Dass die Werke in einiger Zeit nur mehr als e-books angeboten werden, hält van Breen zwar für unwahrscheinlich, dass die Verkaufszahlen von e-books jene von Printbücher übertreffen, hält sie aber durchaus für möglich.<sup>175</sup> Auch sie schließt sich der Meinung an, dass sich der Lektoratsprozess nicht entscheidend verändern werde, zumindest was die Textkomponente der Werke betrifft. Wie sich die Konvertierung der Fotografien und Illustrationen entwickeln wird, kann sie zu diesem Zeitpunkt noch nicht sagen, da ihr Verlagshaus erst im Aufbau einer e-book Produktion befindet.

Susan McEachern spricht in ihren Antworten einen weiteren essentiellen Faktor der Lektoratsarbeit mit e-books an. Sie ist im Verlag The Rowman & Littlefield dafür

---

<sup>174</sup> Leslie van Breen siehe Anhang Seite 113f.

<sup>175</sup> Leslie van Breen ebd.

verantwortlich, in den Autorenverträgen dem Verlag alle Rechte zu sichern, auch alle 'e-rights'<sup>176</sup>. In ihrem Arbeitsprozess haben sich durch die Einführung des e-books im Vergleich mit der Arbeit an reinen Printausgaben durchaus Veränderungen ergeben. Die Lektorin muss bereits vor Vertragsabschluss das Buchprojekt planen, inwieweit der Text aufbereitet wird, ob es eine reine Printausgabe oder auch als e-book veröffentlicht wird. Entscheidend werden die rechtlichen Fragen bei 'Enhanced e-books', es müssen die Rechte an Illustrationen, Videos oder Hotlinks eingeholt werden und dafür bedarf es einer Erlaubnis sowohl seitens des Autors, den Text aufbereiten zu dürfen, als auch von den Anbietern der verlinkten Inhalte. Wenn die Fragen dazu nicht vor Vertragsabschluss geklärt werden, führt dies zu doppeltem Arbeits- und auch Zeitaufwand, den es zu vermeiden gilt, um in Zukunft effektiv an der e-book Produktion arbeiten zu können.

### *Eine gemeinsame Basis*

Gemeinsam ist all den befragten Lektoren, mit wenigen Ausnahmen, dass sie sich mit der Entwicklung am Markt beschäftigen müssen. Zwar hat das e-book auf die einzelnen Lektoren einen unterschiedlichen Einfluss auf die tägliche Arbeit, Gemeinsamkeiten lassen sich aber herausarbeiten.

So scheinen Software-Kenntnisse zum jetzigen Zeitpunkt für Lektoren keine Voraussetzungen für die Arbeit mit digitalen Inhalten zu sein. Ein Lektor von Getty Publications gab an, dass er zwar mehr über die technischen Details, wie Software und E-Reader Bescheid wisse, da er die einzelnen Projekte beaufsichtigen müssen, aber weniger mit der eigentlichen Text-Produktion in Verbindung stehe. Wichtiger seien diese Kenntnisse jedoch für Projektmanager der Bücher, um zu verstehen, wie die Formate funktionieren und damit ein Buch bestmöglich und erfolgreich veröffentlichen zu können. Eine Lektorin bei Getty Publications, die „project managing“<sup>177</sup> zu ihrem Aufgabenbereich zählt, erläutert, dass sie zwar Kenntnis davon haben muss, welcher E-Reader für ihre Projekte verwendet wird, dass sie persönlich jedoch nicht mit der Software arbeite und Teile der Produktion von e-books ohnehin ausgelagert werden, bzw. im Verlag ein Team arbeite, das speziell für digitale Publikationen verantwortlich sei.<sup>178</sup>

Ziel der Lektorate ist es, neben den aktuellen Titeln, die meist parallel als Printausgabe und als e-book angeboten werden, auch die Backlist digital zugänglich zu machen, das heißt in den kommenden Jahren, den Bestand des Verlages größtenteils elektronisch zur Verfügung zu

---

<sup>176</sup> Susan McEachern siehe Anhang Seite 120f.

<sup>177</sup> Ann Lucke siehe Anhang Seite 105f.

<sup>178</sup> Ann Lucke ebd.

stellen, soweit dies für den Verkauf rentabel scheint.

Die Lektoren und Lektorinnen, die von mir befragt wurden können sich durchaus vorstellen, dass in Zukunft Werke nur in rein elektronischer Form publiziert werden und diese durchaus erfolgversprechend vermarktet werden können. Sie sind zudem sehr zuversichtlich, dass der Anteil des e-books am Gesamtumsatz weiter steigen wird. Viele nehmen zwar an, dass sich das Wachstum verlangsamen wird, dass es aber dennoch steigen wird in den kommenden Jahren.

Nicht jeder Verleger und Lektor teilt die Euphorie über die Einführung des e-books. Ähnlich wie Verleger am deutschen Buchmarkt der elektronischen ‚Revolution‘ skeptisch gegenüberstehen, gibt es auch unter amerikanischen Lektoren Stimmen, die sich gegen die Entwicklung des e-book-Marktes aussprechen.

Deutliche Worte findet dabei Leonard Flachman, gleichzeitig Verleger und Lektor von Kirk House Publishers. Seiner Meinung nach ist der Erfolg des e-books ein Mythos. Es mag auf einige große Verlagshäuser zutreffen, dass sie große Verkaufserfolge mit e-books feiern können, doch treffe dies nicht auf alle Verlage zu. In seinem Verlag sind es circa 5 Prozent der Neuerscheinungen, die auch in elektronischer Form gedruckt werden, der Anteil am Gesamtumsatz sei jedoch minimal. Die Arbeit des Lektors betreffe die Einführung des e-books kaum, denn eine überarbeitete Ausgabe des Textes müsse der Lektor ohnehin zur Verfügung stellen, ob dieser als e-book oder als gedrucktes Buch erscheint, spiele dabei keine Rolle.<sup>179</sup> Für Flachman sei nicht das e-book die große Herausforderung, die der Buchmarkt zu bestehen habe, sondern, dass sich die traditionellen Verkaufsstrukturen durch die Online-Distribution stark verändern und Vertriebsplattformen, wie etwa Amazon, das Buchgeschäft bestimmen werden. Viele Verlage reagierten auf die sinkenden Verkaufszahlen damit, dass sie sich auf die e-book Produktion konzentrierten, in der Hoffnung, dies sei „the new savior“.<sup>180</sup>

Vorsichtige Kritik äußert auch Helen Tartar, Lektorin der Fordham University Press.<sup>181</sup> Sie verweist dabei vor allem auf die Codierung des Textes. Ihrer Ansicht nach ist dieser technische Vorgang zeit- und kostenaufwendiger als von vielen angenommen wird, weshalb die meisten Verlage diese Arbeit nach Asien auslagern. Eine Frage aus dem Fragebogen bezog sich auf die Skepsis einiger Verleger am deutschen Buchmarkt, die von der

---

<sup>179</sup> Leonard Flachman siehe Anhang Seite 128f.

<sup>180</sup> Leonard Flachman ebd.

<sup>181</sup> Frau Tartar hatte nicht die Zeit den Fragebogen ausführlich zu beantworten, fasste ihre Meinung jedoch in einer Antwort-Mail zusammen. Siehe Anhang Seite 134.

Entwicklung und dem Erfolg des e-books nicht überzeugt sind. Sie deutet in ihrer Antwort darauf hin, dass die Einnahmen der e-book Verkäufe die Kosten der Codierung oft nicht decken. Auch Flachman ist der Meinung, dass bei der derzeitigen Einnahmesituation von e-books die Kosten für die Produktion frühestens nach einem Jahr gedeckt werden können.

### *Ein amerikanischer Blick auf den deutschen Buchmarkt*

Der Fragebogen an die Lektoren beinhaltete auch einen kleinen Block aus Fragen, der sich der Situation des deutschen Buchmarktes widmet, und sollte in erster Linie einen kurzen Überblick verschaffen, inwieweit amerikanische Lektoren sich mit anderen Buchmärkten und deren Veränderungen auseinandersetzen.

Die Fragen waren so gestellt, dass sie eine subjektive Einschätzung der Situation seitens des befragten Lektors bzw. Lektorin verlangten. Von einigen Lektoren wurde diese Frage jedoch nicht beantwortet, aus welchem Grund dies geschah, kann an dieser Stelle allerdings nicht eruiert werden. Bei jenen Lektoren und Lektorinnen, die sich damit beschäftigt haben, fallen die Antworten sehr unterschiedlich aus. Manche versuchen, so objektiv wie möglich die Situation aus ihrer Sicht zu schildern, andere wiederum geben Ratschläge und verweisen auf Untersuchungen und Studien, die sich dem Thema e-book-Markt widmen.

Vincent Burke findet hier, wie auch im Rest des Fragebogens, sehr direkte Worte zum deutschen Buchmarkt. Auf die Frage, ob sich der Markt in Deutschland in Hinblick auf das e-book ähnlich entwickeln wird wie der amerikanische, antwortet er mit „Probably, everyone copies the leader.“ Dies betont zwar, dass e-books am amerikanischen Markt einen größeren Anteil am Verkauf einnehmen als in europäischen Ländern, jedoch scheint diese Antwort etwas zu allgemein gehalten und geht zu wenig auf die unterschiedlichen Gegebenheiten der verschiedenen Märkte ein. Auch eine Lektorin eines deutschen Verlages<sup>182</sup> vertritt eine ähnliche Sichtweise, denn für sie wird sich der e-book-Markt in Europa ähnlich entwickeln wie in den USA, nur mit einer zeitlichen Verschiebung von etwa drei Jahren.

Robert Flynn von Getty Publications und Jennifer Crewe von der Columbia University Press gehen auf diese Aspekte genauer ein und verweisen in erster Linie auf die unterschiedliche Gesetzeslage. Gemeint ist dabei die Buchpreisbindung, die für deutsche, österreichische und

---

<sup>182</sup> Veronika Matousek ist Lektorin des Harlequin Verlages in Hamburg, der einen Teil des Harlequin Verlages in Toronto darstellt. Der Fragebogen wurde ursprünglich an den Verlag in Kanada geschickt, der Teil der den deutschen Buchmarkt betrifft, wurde an Frau Matousek weitergeleitet, in der Annahme, sie könne diese Fragen besser beantworten. Ihre Antworten werden in die Arbeit aufgenommen, da sie für den Vergleich einen anderen Blickwinkel auf die Situation des Buchmarktes erlauben. Siehe Anhang Seite 132f.

Schweizer Verlage verpflichtend ist. Da die Frage der Buchpreisbindung im Zuge der Entwicklung noch nicht vollständig geklärt werden konnte, hat auch für Robert Flynn dieser Gesichtspunkt entscheidenden Einfluss auf den steigenden Erfolg von e-books. Er räumt aber ein, dass durchaus mehrere Faktoren dabei eine Rolle spielen, die ihm persönlich aber nicht bekannt sind.<sup>183</sup> Für Jennifer Crewe hat neben der Buchpreisbindung vor allem Amazon großen Einfluss auf die Entwicklung des Marktes. Ihrer Meinung nach ist in Deutschland die Präsenz von Amazon sehr gering, sie hat aber nicht weiter spezifiziert worauf sie das genau bezieht. Den Vorteil, den Amazon am deutschen gegenüber dem amerikanischen Buchmarkt hat, ist jener, dass in den USA mehrere unterschiedliche Lesegeräte erfolgreich am Markt verkauft werden, wie etwa das Nook von Barnes & Noble oder der Sony Reader. Diese stellen für Amazons Kindle durchaus eine Konkurrenz dar. In Deutschland stellt sich die Situation etwas anders dar, denn es bieten zwar ebenfalls verschiedene Hersteller Lesegeräte für e-books an, seit der Einführung des Kindles am deutschen Buchmarkt 2009 behält Amazon beim Verkauf von E-Readern und e-books aber die Oberhand, auch wenn der Abstand zu anderen Anbietern in den letzten Jahren geringer geworden ist. Auch für Veronika Matousek, Lektorin des Harlequin Verlages in Hamburg, ist das Verlagsgeschäft der Zukunft ohne e-books nicht mehr vorstellbar.<sup>184</sup>

Konträre Meinungen vertreten die Lektoren und Lektorinnen bei der Frage, ob das e-book zum ‚Verlust‘ der Buchkultur beitragen wird. Vincent Burke fasst seine Meinung mit einem prägnanten „No“<sup>185</sup> zusammen, jedoch sollte dies nicht unkommentiert bleiben, denn dem Buch kommt in Europa eine sehr unterschiedliche kulturelle Bedeutung als in den USA zu. Michael Haskell von der Columbia University Press spricht nicht von einem ‚Niedergang‘ aber, „[b]ook culture will change, certainly.“<sup>186</sup> Einen anderen Zugang findet Robert Flynn, der nicht ausschließt, dass das e-books selbst einen Beitrag zur Buchkultur leisten kann. Verleger sollten anerkennen, „that e-books themselves contribute to book culture. There can be high quality, culturally significant e-books as there are high quality, culturally significant paper books.“<sup>187</sup>

In einem Punkt sind sich die Lektoren und Lektorinnen einig, dass es in Zukunft für Verlagshäuser an Relevanz gewinnen wird, ob e-books ins Programm aufgenommen werden oder nicht. Die Frage, die gestellt wurde, konzentrierte sich darauf, dass sich in Deutschland,

---

<sup>183</sup> Robert T. Flynn siehe Anhang Seite 109f.

<sup>184</sup> Veronika Matousek siehe Anhang Seite 132f.

<sup>185</sup> Vincent J. Burke siehe Anhang Seite 124f.

<sup>186</sup> Michael Haskell siehe Anhang Seite 101f.

<sup>187</sup> Robert T. Flynn siehe Anhang Seite 109f.

Österreich und der Schweiz sich manche Verlage noch dagegen aussprechen, e-books in ihr Verlagsprogramm aufzunehmen. Ob Verlage so am Markt konkurrenzfähig bleiben, sollten die Lektoren und Lektorinnen einschätzen. Sie bezweifeln, dass dies möglich sei, am amerikanischen Buchmarkt zumindest ist es laut einer befragten Lektorin nicht möglich. Die Verleger sollten flexibel sein und sich dem neuen Markt nicht verschließen, dies würde in erster Linie ihnen selbst schaden, da sie dadurch ihre eigenen potentiellen Marktmöglichkeiten einschränken würden. Einer der befragten Lektor bezweifelt aber nicht, dass mit der Entwicklung des e-book-Marktes in den deutschsprachigen Ländern, sich auch die Verlage mitentwickeln und am elektronischen Markt teilhaben werden. Einzig ein befragter Lektor war der Meinung, dass sich auch in Zukunft ein Verlag nur auf die Publikation gedruckter Bücher konzentrieren kann und verwies auf einen Artikel der New York Times von James Gleick. Der Artikel beschäftigt sich allerdings nicht mit Verlagen und deren Markttauglichkeit, sondern ist viel mehr als Plädoyer für das gedruckte Buch zu verstehen. Der Autor des Artikels spricht davon, dass auch in Zukunft das gedruckte Buch durch das e-book nicht vom Markt verdrängt werden wird, sondern durch die Besonderheiten, die dem gedruckten Buch eigen sind, am Markt sich umso mehr von elektronischen Publikationen abheben wird. Ähnlich wie die Schallplatte im digitalen Musikzeitalter eine Renaissance erlebt.<sup>188</sup> Der Artikel der New York Times entspricht zwar auch der Meinung von deutschen Lektoren, spielt aber im Zusammenhang mit dem Fragebogen keine entscheidende Rolle.

### *Literarische Agenten im Zeitalter des e-books*

Da nicht nur Lektoren eine wichtige Funktion im literarischen Betrieb übernehmen, sondern in den USA vor allem auch Agenten eine entscheidende Rolle spielen, sollten an dieser Stelle auch die Meinungen dieser Berufsgruppe zur aktuellen Situation am Literaturmarkt eingeholt werden. Wie bereits oben ausgeführt, sind es literarische Agenten, die besonders eng mit Lektoren der Verlagshäuser zusammenarbeiten, und deshalb für eine Zusammenfassung der Gesamtsituation von Bedeutung sind.

In der Arbeit der Agenten machen sich die Veränderungen durch das e-book in vielen Aspekten bemerkbar. Eine Agentin betont jedoch, dass in den vergangenen fünf Jahren ihre Arbeitsweise sehr viel elektronischer geworden sei. Sei es nun die Nutzung von Social Media,

---

<sup>188</sup> Gleick, James: *How to Publish Without Perishing*: In: The New York Times, 29.11.2008.  
[http://www.nytimes.com/2008/11/30/opinion/30gleick.html?\\_r=3&paperwanted=1&](http://www.nytimes.com/2008/11/30/opinion/30gleick.html?_r=3&paperwanted=1&), 28.12.2012.

um die Autoren stärker zu bewerben, oder dass sie Manuskripte fast ausschließlich in elektronischer Form erhält bzw. an die Verlage weitersendet.

Veränderungen, die speziell in Zusammenhang mit dem e-book aufgetreten sind, betreffen vor allem die Suche nach Verlagen, die Texte auch in elektronischer Form publizieren. Dabei kann die Chance genutzt werden, ältere, bereits veröffentlichte Bücher erneut elektronisch zu publizieren und so für ein neues Zielpublikum zugänglich zu machen.

Da die Aufgabe der Agenten hauptsächlich darin besteht, den Autoren eine Plattform zu bieten und ihnen die Möglichkeit zu einer Veröffentlichung ihrer Werke zu verschaffen, ist es wenig erstaunlich, dass sie laut eigener Einschätzung kein detailliertes Wissen über die Software oder ähnliche technische Einzelheiten benötigen, zumindest nicht mehr als über den Produktionsvorgang eines gedruckten Buches, so einer der Agenten.

In einem Punkt unterscheiden sich die Meinungen der *editors* von jenen der *agents*. Denn laut der befragten Lektorinnen und Lektoren wird das e-book in Zukunft das gedruckte Buch nicht völlig ersetzen können, Agenten hingegen halten dies durchaus für möglich. Meist wird erwartet, dass beide Publikationsformen parallel verkauft werden und sich gegenseitig ergänzen. Die befragten Agentinnen und Agenten können sich aber durchaus vorstellen, dass das e-book entweder den Markt völlig beherrschen wird oder zumindest in bestimmten Sparten das gedruckte Buch ersetzen könnte. Peter Rubie, literarischer Agent bei Fine Print, sieht e-books vor allem als Konkurrenz zur Paperback-Ausgabe von Werken. Für ihn hat sich das e-book bereits so weit entwickelt, dass es für ‚mainstream writers‘ als eigenständige Publikationsform funktionieren könnte und nicht zusätzlich eine Print-Edition benötige. Deshalb seien seiner Meinung nach von der Entwicklung des e-books in erster Linie Verlage betroffen, die sich auf die Veröffentlichung von Taschenbüchern konzentrieren.<sup>189</sup>

Katherine Fausset, Agentin bei Curtis Brown LTD, spricht von einem ‚Kannibalisierungsprozess‘<sup>190</sup> beim Verkauf des e-books gegenüber dem gedruckten Buch, der genreübergreifend stattfinden wird, vor allem dann, wenn die Lesegeräte in Zukunft maßgeblich billiger werden sollten.

Für Wendy Keller, Agentin und Inhaberin von Keller Media, könnte die Entwicklung des literarischen Marktes noch einen Schritt weiter gehen. Sie hofft, dass in naher Zukunft die gesamte Buchindustrie Bücher „ebook-only“ produziert. Frei nach dem Motto „save the trees“.<sup>191</sup> Für sie stellt die Möglichkeit, Manuskript nur mehr als e-books anzubieten, wenn

---

<sup>189</sup> Peter Rubie siehe Anhang Seite 139f.

<sup>190</sup> Katherine Fausset siehe Anhang Seite 137f.

<sup>191</sup> Wendy Keller siehe Anhang Seite 140f.

diese das gedruckte Buch vollständig abgelöst haben, durchaus eine reizvolle Alternative zur jetzigen Situation dar. Sie glaubt auch nicht, dass sich durch das Wachstum des e-books der Gesamtumsatz der Verlage reduzieren wird. Ihrer Meinung nach wird in Zukunft der Anteil des e-books am Buchmarkt weiter kontinuierlich steigen, ohne Begrenzung nach oben hin.<sup>192</sup>

### Ist ein Vergleich möglich?

Die Grundstruktur des deutschen und des amerikanischen Buchmarktes mögen sich ähnlich sein: ein Autor verfasst ein Werk, schickt dieses an einen Verlag bzw. wendet sich der Autor an einen Agenten der das Manuskript weiterleitet. Das Manuskript wird vom Lektorat geprüft und im besten Falle veröffentlicht. Dieser Ablauf scheint allen Teilhabern am literarischen Geschehen gemeinsam. In der Umsetzung der Arbeitsschritte und in der Akkumulierung neuer Entwicklungen und Technologien werden zwischen den einzelnen Verlagslandschaften aber große Unterschiede deutlich.

Zwar könnte man annehmen, dass sich der deutsche Markt auf dieselbe Weise entwickeln wird, wie der amerikanische nur eben mit drei Jahren Verspätung, wie von einer Lektorin angenommen. Doch unterscheiden sich amerikanische und deutsche Verlage sowohl in der Struktur als auch in den Arbeitsprozessen, um nur zwei Gesichtspunkte zu nennen, die annehmen lassen, dass sich die amerikanischen Gegebenheiten nicht entsprechend für den deutschen Markt übernehmen lassen. Zudem sind auch gesetzliche Umstände, wie etwa durch die Buchpreisbindung am deutschen Buchmarkt, andere als in den USA.

In amerikanischen Verlagen werden die Arbeitsbereiche spezifischer getrennt. Schon das Lektorat verfügt in vielen amerikanischen Verlagen über Abteilungen, die speziell für die Akquisition, für die Kontrolle des Produktionsablaufes zuständig sind, oder die seit einiger Zeit für die digitale Aufbereitung und Produktion der Manuskripte zuständig sind. Diese übernehmen die Konzeption der e-books, wodurch ‚acquisitions editors‘ oder ‚copy editors‘ sich weiterhin auf den Kern ihrer eigentlichen Arbeiten konzentrieren können und durch die Entwicklung des e-books laut eigenen Angaben nur sehr tangential betroffen sind. Der Einfluss des e-books auf die tägliche Arbeit der Lektoren macht sich in den einzelnen Abteilungen unterschiedlich bemerkbar.

Am deutschen Buchmarkt ist der Marktanteil des e-books noch deutlich geringer als in den

---

<sup>192</sup> Wendy Keller siehe Anhang Seite 140f.

USA, weshalb diese Sparte in den Verlagen noch keine derartige Rolle spielt, sondern meist als zusätzlicher Service angeboten, jedoch noch nicht als eigenständige Produktionssparte empfunden wird. Da die technische Produktion, ähnlich wie in den USA, meist ausgelagert wird, bleibt auch aus Sicht deutscher Lektoren ihre Arbeit weitgehend von der Produktion der e-books unbeeinflusst.

Zwar ist es für den Lektor essentiell, sich Wissen über Software und Technologie anzueignen, aber auch nicht mehr als sie Wissen über die Produktion gedruckter Bücher brauchen, um ein qualitativ hochwertiges Buch produzieren zu können.

In amerikanischen Verlagen wird aber bereits verstärkt darüber diskutiert, auch bei der Herstellung von e-books den gesamten Produktionsprozess im eigenen Haus durchzuführen. Überlegungen solcher Art sind für deutsche Verlage zum jetzigen Zeitpunkt kaum relevant, da der Marktanteil der e-books noch zu gering dafür ist. Zudem werden in amerikanischen Verlagen, da auch auf Seiten der Leser große Nachfrage nach elektronischen Publikationen besteht, bis zu 95 Prozent der Neuerscheinungen zusätzlich zur Printausgabe auch als e-book veröffentlicht. In deutschen Verlagen hingegen werden bisher nur potentielle Bestseller bzw. Werke, bei denen angenommen wird, dass sie auch als e-book erfolgreich sein könnten, als elektronisches Buch angeboten.

Genauere Daten und repräsentative Studien sind zu diesem Aspekt des Berufsfeldes Lektor weder in deutschen, österreichischen noch Schweizer Verlagen veröffentlicht worden. Da die Einführung des e-books noch eine sehr junge Erscheinung am Buchmarkt ist und sich die Situation bisher sehr instabil dargestellt hat, können kaum gesicherte wissenschaftliche Daten erhoben werden.

Hier sind es vor allem Interviews und Berichte von Lektoren, die Aufschluss über die Situation geben, wie etwa Jan Wielpütz, der, seit er das digitale Lektorat bei Bastei Entertainment übernommen hat, sehr häufig Frage und Antwort steht zu seiner Arbeit mit e-books. Diese Aufmerksamkeit wird eher Projekten oder Verlagen zuteil, die sich mit Besonderheiten der Produktion, der Publikation oder ähnlichem auseinandersetzen und nicht repräsentativ für den üblichen Lektoratsprozess in Verlagen sind. Zudem werden spezifische Phänomene auch seitens der Buchindustrie meist im Kontext der Gesamtsituation betrachtet. Da zu dieser im Moment ohnehin nur Prognosen und Vermutungen angestellt werden können, melden sich in Fachzeitschriften in erster Linie häufig Verleger und Marktexperten zu Wort, um die Situation zu kommentieren.

Weil sich der Lektor, wie die bisherigen Ausführungen zeigen, aber eher als jemand betrachtet, der hinter den Kulissen arbeitet und wenig mit der literarischen Öffentlichkeit zu tun haben will, sind auch derartige Interviews und Berichte zu aktuellen Geschehnissen sehr selten zu finden. Im Zuge der vierten Lektorenkonferenz in Hildesheim erschien in *Die Zeit* ein Artikel von Hans-Josef Ortheil, der sich in mehreren Publikationen mit dem Beruf des Lektors auseinandergesetzt hat. Er bringt dabei jene Entwicklungen am literarischen Markt zur Sprache, die bereits 2009 in der Lektorenkonferenz thematisiert wurden, und die sich vor allem damit beschäftigen, wie sehr das e-book die Arbeit des Lektors vereinfachen oder vervielfachen kann, bzw. wie sich die Situation am Buchmarkt an sich verändern wird. Ortheil spricht den positiven Aspekt der Lesegeräte an, dass die dicken Manuskriptstapel, mit denen Lektoren ansonsten assoziiert werden, in den leichten E-Readern kompakt zusammengefasst werden können und zitiert zur Unterstützung die Lektorin Uta Rupprecht: „Es ist ein wunderbares Gefühl, alle Texte, an denen man gerade arbeitet, immer bei sich haben zu können.“<sup>193</sup> Wenn sich die Technologie dahingehend entwickelt, dass man auch die Korrektur direkt in den elektronischen Texten durchführen könnte, wäre die Arbeit mit Papier beinahe überflüssig. Welche Gefahren und Chancen die „neuen Medien“ für die Verlage und Lektoren bringen werden, war Thema der Lektorenkonferenz, wird aber im Artikel selbst nur angedeutet. Es werden Parallelen zum Musikmarkt gezogen und welche Gefahren sich ergeben, wenn Inhalte digital ungeschützt im Internet zur Verfügung gestellt werden. Dass der gesamte Arbeitsablauf der Lektoren elektronischer geworden ist und die von Klaus Siblewski angesprochenen 91 Mails, für den Lektor keine Metapher darstellen sondern Arbeitsalltag sind, wird im Artikel ebenfalls besprochen. Doch über die eigentliche Situation können auch Lektoren selbst im Moment nur Prognosen abgeben. Inwieweit diese zutreffen, wird sich ohnehin erst in einigen Jahren zeigen.

---

<sup>193</sup> Uta Rupprecht zitiert nach Ortheil, Hanns-Josef: *E-Books, Blogs, Chats. In Hildesheim diskutierten Lektoren über Veränderungen in der Verlagsarbeit.* <http://www.zeit.de/2009/06/KA-Mittelstueck>, 28.12.2012.

## Fazit

Der Buchmarkt an sich ist einem ständigen Wandel unterzogen. Dies wurde in den letzten Jahren deutlicher spürbar als zuvor und liegt daran, dass das erste Mal seit Entstehen der Buchindustrie das Buch von seiner haptischen Form gelöst wird und die digitale ‚Revolution‘, die mit Besorgnis bei der Musikindustrie beobachtet wurde, weil sie diesen Markt stark umformiert hat, die Buchkultur in seiner Grundstruktur zu verändern scheint. Weder deutsche noch amerikanische Marktkenner können zum gegebenen Zeitpunkt vorhersehen, wie sich der Markt weiter entwickeln wird: „We really won’t know for sure what’s happening to the size of the book-reader population for another couple of years“<sup>194</sup> wird Lee Rainie zitiert, der sich mit Studien zum elektronischen Leser beschäftigt. Noch schwieriger ist es für Lektoren die Situation einzuschätzen.

Im Falle der Lektoren stellt sich nun die Frage, inwieweit sich das Berufsbild vom vielbeklagten Produktmanager zu einem technikversierten Computerspezialisten hin entwickeln wird. Die These ist etwas provokant formuliert, doch daran, dass sich das Berufsbild verändern wird, scheint wenig Zweifel zu bestehen. Der Beruf des Lektors ist von der Einführung des e-books gleichermaßen betroffen, wie andere Bereiche der Buchindustrie. Verlage, Buchhandlungen oder auch Druckereien müssen Möglichkeiten finden, diese neuen Technologien in ihre Arbeit einzubinden, um weiter am Markt konkurrenzfähig zu bleiben.

Lektoren scheinen oftmals die Veränderungen, die ihrem Beruf widerfahren, etwas verspätet wahrzunehmen. Die Entwicklung vom Lektor, der literarische Texte bearbeitet und versucht den literarischen Markt zu formen, hin zum oft beklagten Produktmanager, der sich mehr mit der Programmplanung auseinandersetzen muss, der aber mit den Werken nur mehr sehr wenig zu tun hat, scheint für Lektoren selbst immer noch ein plötzliches Phänomen zu sein, dass den Beruf des Lektors drastisch verändert hat. Zumindest die Lektoren selbst, scheinen von dieser Wende überrascht. Dies ist jedoch ein jahrelanger Prozess, der einerseits durch die Einführung technischer Geräte in den Arbeitsalltag der Lektorate zurückzuführen ist, andererseits darauf, dass Lektoren dazu tendieren, viele Arbeiten in den Verlagen zu übernehmen, die nicht in erster Linie Teil ihres Aufgabengebietes sind.

---

<sup>194</sup> Lee Rainie zitiert nach Jones, Malcolm: *Pew E-book Survey: 20 Percent of U.S. Is Reading Electronically*: <http://www.thedailybeast.com/articles/2012/04/05/pew-e-book-survey-20-percent-of-u-s-is-reading-electronically.html>, 04.01.2013.

Die Befragung der Lektoren in amerikanischen Verlagen zeigt, dass die digitale und elektronischen Herstellung zwar kein Teil des Lektoratsprozesses sind, dass es für die bestmögliche Ausübung ihrer Aufgaben dennoch unumgänglich ist, zumindest allgemeines Wissen über die Produktionswege und Technologien zu besitzen. Ob sich dies ändern könnte und auch der Lektor in Zukunft detaillierte Informationen zur Herstellung des e-books benötigt, wird sich vielleicht zeigen, wenn in amerikanischen Verlagen die technische Produktion der e-books im Haus selbst durchgeführt wird. Es bleibt dabei abzuwarten inwieweit dabei das Lektorat in die Herstellung miteinbezogen sein wird. Am deutschen, aber auch am restlichen europäischen Buchmarkt muss sich der e-book-Markt in erster Linie soweit entwickeln, dass der Marktanteil stabil bleibt und es für die Verlage rentabel erscheint, entsprechende Kompetenzen für die Herstellung der e-books im Verlagshaus aufzubauen.

Um diese Entwicklungen mitverfolgen zu können und in naher Zukunft wissenschaftliche Daten daraus gewinnen zu können, bedarf es vor allem seitens der Lektoren aktive Mitarbeit. Da das ‚Gemüt‘ der Lektoren dazu neigt, so unauffällig wie möglich, ihrer Arbeit nachzugehen, wenig über ihre Arbeit preiszugeben und als ‚unsichtbarer Zweiter‘ die literarische Landschaft zu gestalten, verhilft ein Projekt von Klaus Siblewski hierbei vielleicht zu einer Lösung. Der Lektor des Luchterhand-Verlages spricht davon, eine „Akademie der Lektoren“ zu gründen, die als Institution dienen soll, in der Materialien von Lektoren und zu Lektoren gesammelt und Veränderungen des Arbeitsfeldes dokumentiert werden sollten, um die Berufsgeschichte des Lektors für die Forschung zugänglich zu machen. „[W]ir Lektoren haben gerade erst angefangen, die etwa hundertjährige Geschichte unseres Berufes zu erforschen und zu begreifen, was wir da eigentlich von Tag zu Tag alles Herrliches tun.“<sup>195</sup> Dies könnte für die Zukunft die Arbeit der Forscherinnen und Forscher in der Erarbeitung der Daten erheblich erleichtern und auch dazu beitragen, das Berufsfeld des Lektors etwas durchschaubarer zu machen, damit dieser nicht mehr nur die „graue Eminenz“<sup>196</sup> im Literaturbetrieb darstellt.

---

<sup>195</sup> Klaus Siblewski zitiert nach Hanns-Josef Ortheil: *E-Books, Blogs, Chats. In Hildesheim diskutierten Lektoren über Veränderungen in der Verlagsarbeit*, 29.12.2012.

<sup>196</sup> Klaus Siblewski Beiträge zur Lektorenkonferenz 2006: [http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

## Literaturverzeichnis:

Alisch, Lutz-Michael/Baumert, Jürgen/Beck, Klaus (Hrsg.): *Professionswissen und Professionalisierung*. Braunschweiger Studien zur Erziehung- und Sozialarbeitswissenschaft Bd 28. Braunschweig: o.V. 1990.

Bayard, Pierre: *Wie man über Bücher spricht, die man nicht gelesen hat*. Aus dem Frz. von Lis Künzli. München: Verlag Antje Kunstmann 2007.

Birkerts, Sven: *Die Gutenberg Elegien. Lesen im elektronischen Zeitalter*. Dt. Übersetzung von Kurt Neff. Frankfurt a. Main: S. Fischer 1997.

Boehlich, Walter/Habermas, Rebekka (Hrsg.): *Der Autor, der nicht schreibt*. Frankfurt a. Main: Fischer Taschenbuch 1989.

Bruch, Martin/Schneider, Johannes (Hrg.): *In der Werkstatt der Lektoren: 10 Gespräche*. Hildesheim: Universitätsverlag Hildesheim 2007.

Burdorf, Dieter/Fasbender, Christoph/Moennighoff, Burkhard (Hrsg.): *Metzler Lexikon Literatur*. 3. Auflage. Stuttgart/Weimar: Verlag J.B. Metzler 2007.

Clement, Michel/Blömeke, Eva/Sambeth, Frank (Hrsg.): *Ökonomie der Buchindustrie*. Wiesbaden: Gabler 2009.

Coser, Lewis A./Kadushin, Charles/Powell, Walter W.: *Books. The Culture and Commerce of Publishing*. New York: Basic Books, Inc., Publishers 1982.

Daheim, Hansjürgen/Burkhart, Lutz/Schmidt, Gert/Hoselitz, Bert F.: *Beruf, Industrie, Sozialer Wandel in unterentwickelten Ländern*. In: René König (Hrsg.): *Handbuch der empirischen Sozialforschung*. Band 8. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag 1977.

Davies, Gill: *Book Commissioning and Acquisition*. 2.Auflage. London/New York: Routledge 2004.

Göbel, Wolfram: *Produktmanager, Ghostwriter oder Macher. Die Funktionsveränderungen im Verlagslektorat*. In: Ute Schneider (Hrsg.): *Das Lektorat – Eine Bestandsaufnahme*. Beiträge zum Lektorat im literarischen Verlag. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag 1997.

Groothuis, Rainer: *Wie kommen die Bücher auf die Erde? Über Verleger und Autoren, Hersteller, Verkäufer und Gestalter, die Kalkulation und den Ladenpreis, das schöne Buch und Artverwandtes. Nebst einer kleinen Warenkunde*. Köln: DuMont 2000.

Hillmann, Karl-Heinz (Hrsg.): *Wörterbuch der Soziologie*. 5. Auflage. Stuttgart: Kröner 2007.

Hömberg, Walter: *Lektor im Buchverlag. Repräsentative Studie über einen Kommunikationsberuf*. Konstanz: UVK 2010.

Kallus, Konrad Wolfgang: *Erstellung von Fragebogen*. Wien: Facultas WUV 2010.

Kochhan, Christoph/Schengbier, Kristiane: *Bücher und Lesen im Kontext unterschiedlicher Lebenswelten*. In: Media Perspektiven. Frankfurt a. Main 2007.

Matrisch, Uwe/Welsch, Ursula: *E-Books konzipieren und produzieren*. 2. Auflage. Taching: MedienEdition Welsch 2011.

Nickel, Gunther (Hrsg.): *Krise des Lektorats?*. Göttingen: Wallstein Verlag 2006.

Pfadenhauer, Michaela: *Professionalität. eine wissenssoziologische Rekonstruktion institutionalisierter Kompetenzdarstellungskompetenz*. Opladen: Leske + Budrich 2003.

Roesler-Graichen, Michael/ Schild, Ronald (Hrsg.): *Gutenberg 2.0 – die Zukunft des Buches. Ein aktueller Reader zum E-Book*. Frankfurt a. Main: Börsenblatt 2008.

Schneider, Ute: *Der unsichtbare Zweite. Die Berufsgeschichte des Lektors im literarischen Verlag*. Göttingen: Wallstein Verlag 2005.

Spöhring, Walter: *Qualitative Sozialforschung*. Studienskripten zur Soziologie. Stuttgart: B.G. Teubner 1995.

Unsel, Siegfried (Hrsg.): *Peter Suhrkamp. Briefe an die Autoren*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1963.

Von Wallmoden, Thedel (Hrsg.): *Seiltanz. Der Autor und der Lektor*. Göttingen: Wallstein Verlag 2010.

Weiss, Rainer: „*Lektoren in die Fresse!*“ – Einige Beispiele der Autor-Lektor Beziehung. In: Ute Schneider (Hrsg.): *Das Lektorat – Eine Bestandsaufnahme*. Beiträge zum Lektorat im literarischen Verlag. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag 1997.

## Internetquellen:

Aptara-Studie 2011: <http://www.aptaracorp.com/home/Survey>, 20.1.2013.

Bastei-Lübbe: *Apocalypse*.

<http://www.luebbe.de/Digital/Serien/Id/1453235>, 19.12.2012.

Beiträge zur Lektorenkonferenz 2006:

[http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege\\_der\\_Teilnehmer\\_-\\_Zweite\\_Lektorenkonferenz.pdf](http://lektorenkonferenz.com/material/Vortraege_der_Teilnehmer_-_Zweite_Lektorenkonferenz.pdf), 05.10.2012.

Börsenverein des deutschen Buchhandels: *Das Buch im Medienportfolio*.

[http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Das\\_Buch\\_im\\_Medienportfolio\\_Zusammenfassung\\_Presse.pdf](http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Das_Buch_im_Medienportfolio_Zusammenfassung_Presse.pdf), 20.1.2013.

Brown, Larisa: *Teenager, 18, secures six-figure sum for vampire novel inspired by Twilight saga which she wrote after school*. In: Dailymail, 11./12. 09.2012.

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2201767/Wattpad-Abigail-Gibbs-18--secures-figure-sum-vampire-novel-inspired-Twilight-saga.html>, 20.1.2013.

Creative Common Licenses:

<http://creativecommons.org/licenses>, 19.11.2012.

Gleick, James: *How to Publish Without Perishing*: In: The New York Times, 29.11.2008.  
[http://www.nytimes.com/2008/11/30/opinion/30gleick.html?\\_r=3&paperwanted=1&](http://www.nytimes.com/2008/11/30/opinion/30gleick.html?_r=3&paperwanted=1&_ga=2.11111111.123456789.1234567890.1234567890.1234567890),  
28.12.2012.

Hilton, John/Wiley: *Free: Why authors are giving books away on the internet*.  
<http://contentdm.lib.byu.edu/cdm/singleitem/collection/IR/id/809>, 20.1.2013.

Jones, Malcolm: *Pew E-book Survey: 20 Percent of U.S. Is Reading Electronically*:  
<http://www.thedailybeast.com/articles/2012/04/05/pew-e-book-survey-20-percent-of-u-s-is-reading-electronically.html>, 04.01.2013.

Ortheil, Hanns-Josef: *E-Books, Blogs, Chats. In Hildesheim diskutierten Lektoren über Veränderungen in der Verlagsarbeit*.  
<http://www.zeit.de/2009/06/KA-Mittelstueck>, 28.12.2012.

Pew Research Center: *The rise of e-reading*.  
<http://libraries.pewinternet.org/2012/04/04/the-rise-of-e-reading>, 20.01.2013.

Sinus Institut: [www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de), 20.01.2013.

Snoeren, Jürgen: *The difference between the US and EU digital markets – the need for a new approach*.  
<http://www.futurebook.net/content/difference-between-us-and-eu-digital-markets-%E2%80%93-need-new-approach>, 14.12.2012.

Wattig, Leander: *Interview: Bastei-Entertainment-Cheflektor über Autoren-Castings als Weg der Autorengewinnung für Buchverlage*.  
<http://leanderwattig.de/index.php/2012/08/05/>, 19.12.2012.

Wielpütz, Jan F.: *Warum brauchen digitale Bücher ein eigenes Lektorat, Herr Wielpütz?* In: Börsenblatt, 28.8.2011.  
<http://www.boersenblatt.net/453609/>, 19.12.2012.

Wischenbart, Rüdiger: *The Global eBook Market 2011*.  
[http://www.buecher.at/rte/upload/news\\_11\\_2/ebook\\_report\\_2011\\_web1004c\\_1.pdf](http://www.buecher.at/rte/upload/news_11_2/ebook_report_2011_web1004c_1.pdf),  
20.1.2013.

## Anhang

### Fragebogenmaterial für die Befragung der Lektoren amerikanischer Verlage:

Begleitschreiben zu E-Mail:

Dear ...,

I am Magdalena Kislinger, a student of the University of Vienna. I am studying Comparative Literature and I'm currently writing my diploma thesis. The subject of my thesis is the development of the book market, especially when it comes to the influence of e-books and how they affect the job profile of editors. In the USA, the development of e-books and their influence on the book market are far more advanced than in Europe. For this reason, I want to draw a comparison between the American book market and the German book market (including the Austrian and the Swiss book market as well).

The purpose of the following questionnaire is to collect data to provide a sound basis for my comparison. The data is not only very important for my paper, but would also help to get a better impression of the American book market. The evaluation of the data on the development of the e-book in America will hopefully give an idea about how the book market in Europe itself may develop in the future. The data could not only be useful for my paper, but also for university matters as well as a basis for an analysis of the Austrian book market. Your participation would make a great contribution to getting a picture of the changes regarding the book markets worldwide.

I can assure you that all the data will be kept in confidence and will not be given to a third party. The process of designing the questionnaire and the analysis of the data will further be monitored by my supervising professor at the University of Vienna. If one of your answers in the questionnaire points out an important perspective of the matter, I would like to quote you in my thesis. Please be assured that you would get full credit for your statement as you would be quoted with your name and the name of your publishing company. If you do not want to be quoted in the paper at all, please write a short note at the top of the questionnaire.

This questionnaire will be a significant part of my paper. Therefore it is very important that the data is representative and extensive, which makes your participation essential. Since it will only take about 15 minutes to answer all the questions, I would kindly ask you to answer them all.

Please answer the questions as clearly and detailed as possible, because there will not be the possibility for checking with you again. Please send the questionnaire back until the end of April 2012 to the following e-mail address: [m.kislinger@gmx.net](mailto:m.kislinger@gmx.net)

Thank you for your participation

Kind regards

Magdalena Kislinger

## Einleitung zum Fragebogen:

### **Introduction to the questionnaire**

The book market in America as well as in Europe is always changing. This has become especially evident by the introduction and the success of e-books, although e-books are much more successful in the USA than in the German book market (which includes the book markets of Germany, Austria and Switzerland).

According to a survey conducted by Aptara<sup>197</sup>, more than 60% of American publishing houses with focus on “Consumer”, „Professional–Scientific/Technical/Medical“, „Education“ (books for children under 12, and College) and/or „Corporate“, have already included e-books in their program and sell them with success.

Compared to publishing houses in the United States of America, German publishing houses take a much more skeptical view towards e-books. Many of them doubt that e-books will ever become successful at all, and often take a strong stand against this new form of electronic publishing. Furthermore, they are not only afraid that book sales will decrease, if e-books are introduced to the market (a conclusion which is drawn from the comparison with the music industry, which had to face a massive decrease in sales when the mp3 was introduced), but

---

<sup>197</sup> A company that focuses on electronic means of publication

also they fear that e-books might destroy the cultural value which is currently associated with real, meaning printed, books. Therefore, a lot of German publishing houses are not even considering offering e-books in the near future.

The book editor plays an important role not only within the complex of the publishing house, but also on the book market itself. Changes on the market therefore affect the publishing houses as well as the daily work of book editors, since they are responsible for the program of the publishing house and the books offered.

This questionnaire will be used to find out how the introduction of e-books has changed (or is still changing) the book market and the work of book editors. The following questions will help us to get a better picture of publishing houses in the USA, the work of book editors and the development of the e-book market. Most of the questions are designed as open questions and I would kindly ask you to answer them as detailed as possible. Please take all the space you need.

### Fragebogen:

## **Questionnaire**

### **About your publishing house**

1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?
2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?
3. Does your publishing house offer e-books?

If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4

If NO...

3.1 What are your reasons not to offer e-books?

3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?

3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?

If YES...

3.4 When did you start offering e-books?

3.5 What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?

3.6 How much do e-books contribute to your publishing house's sales?

3.7 Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?

**About your editorial office**

4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?

5. When did you start working for your publishing company?

6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?

7. Is there an editor who is responsible only for e-books?

8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?

9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?

10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?

11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?

12. What is your role in the process of publishing an e-book?

13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.
14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?
15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?
16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?
17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?
18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?
19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?
20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?
21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?
22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?
24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?

25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?

26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?

27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?

## Antworten der Lektorinnen und Lektoren:

Jennifer Crewe (Columbia University Press)

### About your publishing house

**1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?**

We publish nonfiction trade, scholarly, professional books and textbooks. We also publish some translations of fiction from Asia.

**2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?**

We are a separately incorporated not-for-profit business affiliated with Columbia University.

**3. Does your publishing house offer e-books?**

Yes. All our new books are produced as ebooks (unless there are electronic rights restrictions on the content) and we are digitizing our backlist.

**If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4**

**3.1. What are your reasons not to offer e-books?**

**3.2. Are you planning on offering e-books in the near future?**

**3.3. Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?**

**If YES...**

**3.4. When did you start offering e-books?**

We have had PDF versions of ebooks offered through NetLibrary and Ebrary for about 5 years. Offering Epubs and Kindle books began about 2 years ago.

**3.5. What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

98% (only when there are rights restrictions will we not offer an ebook)

**3.6. How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

About 8% and we expect that to rise to 10% in the next year.

**3.7. Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

We have published three books as ebooks only. In future there may be more.

**About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

Permanent employee.

**5. When did you start working for your publishing company?**

25 years ago

**6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**

We have seven acquisitions editors (acquiring new books to publish). We have six people in our manuscript editorial department who edit manuscripts and oversee editing done by freelancers and packagers. We use three packagers regularly, and have a stable of 12 regular freelancers.

**7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**

We have one publishing systems manager whose primary job is to work on conversions to ebooks.

**8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**

I am Associate Director of the Press and Editorial Director, so I oversee the acquisitions department as well as the manuscript editorial department. I also acquire about 20-25 books in various fields in the humanities each year.

**9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**

Yes I am in charge of both editorial departments. I would say that a bit more than half of my time is taken up by acquiring new books, and the rest is taken up by administrative and managerial duties.

**10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**

As mentioned above we outsource a number of manuscripts to be copyedited, but the ones that are freelanced or packaged are always supervised by an in-house manuscript editor, production editor, or managing editor. Occasionally we also hire freelance proofreaders.

We hire freelance indexers as well. Very occasionally we will hire a freelance developmental editor.

**11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**

Yes, we were a very early adopter of digital copyediting, and our editors have for many years coded in XML while editing. This is because we started an online-only reference product—Columbia International Affairs Online, and we wanted to put our political science books in that product so we had to be coding them for electronic publication. That was in about 1995.

**12. What is your role in the process of publishing an e-book?**

My role is making sure we have digital rights to all the content before releasing the manuscript for editing. Occasionally editors here have issued new enhanced editions of books and they focus on the digital version as the main version of that book. One example is Marks, *The Most Important Thing Illuminated*.

<http://cup.columbia.edu/book/978-0-231-16284-5/the-most-important-thing-illuminated>

**13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**

The vast majority of our ebooks are exact replicas of our print books. We have not found it to be cost-effective, for the kinds of books we publish with their small scholarly audiences, to publish many enhanced ebooks.

For many years we have had an XML workflow for our manuscripts, so there is no editorial difference. We have an integrated publishing dynamic.

**14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**

No, that is done by our design department.

**15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

As they are the same, I don't know how to answer this.

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

So far the books we have published as ebooks only have not sold many copies, and they are priced very inexpensively. We have done them in connection with the Columbia Journalism Review as short ebooks to be published very quickly and cheaply. Here is an example:

[http://www.amazon.com/Tales-Great-Disruption-Newspaper-ebook/dp/B00699MAG8/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1337029129&sr=1-1](http://www.amazon.com/Tales-Great-Disruption-Newspaper-ebook/dp/B00699MAG8/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1337029129&sr=1-1)

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

We have a hybrid procedure. We have an in-house preparation most of the actual ebook work is outsourced but we are looking to bring it in-house.

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extend do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

We produce ebooks in Mobi for Amazon, Epub, and PDF. The manuscript editors do not need to be familiar with these formats—the publishing systems manager is the person who works to get the files converted.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

As mentioned above, we are digitizing all of our backlist.

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

Yes many of our books that sell very few copies are published in digital short-run only, or POD.

**21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

Ebook sales will continue to grow, though perhaps not as exponentially as they did in the first few years. I imagine they might end up somewhere between 20-25% of our revenue.

**22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

As mentioned before there is not much change on the acquisitions side, although we are very aware of the importance of metadata and of including keywords in the book's title or subtitle and in copy so that the book is discoverable on the web. The manuscript editors need to code in XML but at our company they have been doing that for a long time anyway.

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

**23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

Not to the decline of book culture—on the contrary I have personally bought more books more quickly since I bought my Ipad! It's so easy to do. There was just an article on the front page of yesterday's New York Times (Sunday, May 13) about how ebooks have put pressure on bestselling authors to write two books per year rather than one because the readers want as much as they can get. Print culture will certainly decline, but book culture won't.

**24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

The crisis we face now is the Department of Justice lawsuit against Apple and five major publishers, claiming they colluded in the development of the agency model for pricing ebooks. We were happy about this model because it allows us to set our own prices rather than having Amazon set artificially low prices for our books (which cost a lot to produce but sell very few copies and so cannot be priced inexpensively). We are also concerned about the demise of physical bricks-and-mortar bookstores. Many people go to the remaining stores to browse through physical books and then go home and order them from Amazon which has lower prices. (You don't have that problem in Germany as you have fixed pricing for books.) Bookstores are important for discovering books you might want to read but haven't yet heard about.

I don't think the book situation is directly analogous to the MP3 music situation, and after all there still is a music business. There is some piracy in the book world to be sure but piracy isn't as rampant as it was in the music world. The measures we are taking to make sure we protect our revenue stream are getting all our books in all digital formats quickly and making them easy to buy.

**25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

Not here.

**26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

I'm not really sure what this question means.

**27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?**

It's hard to say—you have such a different situation there with fixed pricing for ebooks and very little Amazon presence, as I remember.  
But I do think that German publishers will need to offer electronic editions.

---

Michael Haskell (Columbia University Press)

**About your publishing house**

- 1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?**

University Press: Academic nonfiction

- 2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?**

Independent associated with Columbia University

- 3. Does your publishing house offer e-books?**

Yes

**If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4**

**If NO...**

- 3.1 What are your reasons not to offer e-books?**

- 3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?**

- 3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?**

**If YES...**

- 3.4 When did you start offering e-books?**

We have offered PDF e-books for over five years. We began our EPUB and MOBI programs three years ago

- 3.5 What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

90 percent

**3.6 How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

At this point, about 5 percent.

**3.7 Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

Very few, but yes.

**About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

Permanent.

**5. When did you start working for your publishing company?**

March 2002

**6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**

Approx. 20

**7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**

Not exactly. I am responsible for many aspects of our digital-publishing program, but less editorially and more in terms of production, quality assurance, and future planning.

**8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**

I occupy a couple of roles. I am a manuscript/production editor, which means guiding specific titles through to publication and supervising the content editing and copyediting. But as publishing systems manager, I also guide digital-publishing initiatives.

**9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**

E-book quality control and development.

**10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**

About 80 percent of copyediting is outsourced, as is index compilation and most print composition.

**11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**

It has changed many aspects of workflow, and these changes are ongoing.

**12. What is your role in the process of publishing an e-book?**

At this point: quality control, scheduling, and trafficking. We hope to have taken most e-book-production responsibility in-house soon.

**13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**

Not really, no. Content is the same.

**14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**

No. This is still part of the Design and Production Department.

**15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

I supervise ~15 titles at any given time. This is about 1/5 to 1/3 of my work time.

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

This is in flux. E-only titles will most likely increase in number, but the precise nature of those publications has not been decided yet. As an academic publisher, we are working on various models for e-only publishing that balance the speed of that model with our requirements that all publications be peer reviewed by scholars in the relevant disciplines.

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

At this point, yes.

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

As an editor, it is less important. But as publishing systems manager, it is quite necessary. We produce PDF, EPUB, and MOBI files.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

We are converting all backlist titles that we have adequate files for.

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

I'm not quite sure what this means. But many older titles are available through print-on-demand service. Since this generally means we have text PDF files, many of these will also be available as e-books. We are not making the printed versions unavailable, though.

- 21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

For straight-text fiction and some nonfiction, e-books will be increasingly popular, and print sales will decrease. For more-production-heavy and academic titles, there is still a real lack of hardware that can support the features needed to truly make the e-books as useful as the print. It remains to be seen whether anyone will address this as there is not near the financial incentive as there is for mass-market fiction.

- 22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

Editing in a styled environment in order to produce XML as a master file for the text.

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

- 23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

This seems to beg the question by assuming that change equals decline. Book culture will change, certainly.

- 24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

Staying agile and avoiding DRM whenever possible is the best lesson to learn from the music industry.

- 25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

For text publishers? Doubtful, I'd say.

- 26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

Not sure what this means.

Ann Lucke (Getty Publications)

**About your publishing house**

**1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?**

Nonfiction: exhibition catalogues, scholarly collection catalogues, and art-historical monographs relating to the Museum collection or issues of moment to the Getty Research Institute and Conservation Institute.

**2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?**

We are part of the J. Paul Getty Trust.

**3. Does your publishing house offer e-books?**

On May 29, we will publish our first e-book—an IBook.

**If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4**

**If NO...**

**3.1 What are your reasons not to offer e-books?**

**3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?**

**3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?**

**If YES...**

**3.4 When did you start offering e-books?**

On May 29, 2012.

**3.5 What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

That is very difficult to say. It could be as much as just under half or it could be less.

**3.6 How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

It is too soon to tell.

**3.7 Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

Not yet.

**About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

Permanent employee

**5. When did you start working for your publishing company?**

January 7, 2002

**6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**

Editor in chief, managing editor, four staff editors, one assistant editor, and one administrative assistant. We use many freelance copy editors, translators, proofreaders, and indexers.

**7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**

The assistant editor is a member of the digital publications team, along with a production coordinator and designer.

**8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**

I am managing editor and function occasionally as a project manager.

**9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**

Project managing is my most labor-intensive duty.

**10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**

See #6 above.

**11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**

This is yet to be determined.

**12. What is your role in the process of publishing an e-book?**

I monitor the schedule and budget.

**13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**

So far, the differences are minimal.

**14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**

No.

**15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

The same in both instances.

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

It is hard for me to say.

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

Part of it, yes.

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

We are using IBook author for the title mentioned above and are in the process of determining which formats we will be using in the future, as we embark on publishing e-book counterparts to our print books. I personally do not have to use the software.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

Our policy will be to publish a substantial portion of the backlist as e-books and as print books are published in the future, release them as e-books at the same time or shortly afterward.

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

We do have a backlist, which we advertise as available for sale. Some of the books are available electronically.

**21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

I have no specific opinion regarding my particular area of publishing, only that likely there will be more.

**22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

It is too soon to tell in our arena.

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

**23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

See the recent Pew Trust Study. Heavy readers embrace both, with printed books having the edge.

**24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

This is difficult to answer. It looks as if both platforms will coexist. Perhaps books will become cheaper still.

**25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

It is always good to be flexible and not adhere to ideology about such things. They could do what we are doing and float some e-books to see how the public responds.

**26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

We are working on that every day.

**27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?**

How could I possibly know?

Robert T. Flynn (Getty Publications)

**About your publishing house**

- 1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?**

Primarily illustrated non-fiction books, scholarly and some trade.

- 2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?**

We are a nonprofit, part of the J. Paul Getty Trust.

- 3. Does your publishing house offer e-books?**

Not yet but very soon.

**If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4**

**If NO...**

- 3.1 What are your reasons not to offer e-books?**

Complicated rights issues with illustrations.

- 3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?**

Yes.

- 3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-book?**

No

**If YES...**

- 3.4 When did you start offering e-books?**

- 3.5 What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

- 3.6 How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

- 3.7 Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

**About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

Permanent

**5. When did you start working for your publishing company?**

2003

**6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**

5 full time, freelancers as needed (several projects each year).

**7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**

Not now.

**8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**

I oversee the editors and the editorial program: overseeing the approval process and contracting process for new titles as well as the administrative aspects of the department (budgets, hr, assignments, etc.)

**9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**

Most of my time is taken up by administrative responsibilities.

**10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**

Yes. Some copy editing, proof reading, indexing.

**11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**

It has changed the way we work but not as much as it has changed the work of those in commercial houses that produce text-driven books.

**12. What is your role in the process of publishing an e-book?**

Strategic decisions about what platform to use to publish the content. Then, managing the approval process, developing the budget, assigning the resources to complete the project.

**13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**

We're still working through these issues. There likely should be more differences than we've incorporated into our process, but we haven't started regular production of e-books yet.

**14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**

No.

**15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

Same parameters.

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

Ebooks in particular genres (romance and sci-fi, e.g.) have already proven to be successful; PW has covered this pretty well. It will depend on the genres and the individual titles whether e-books work best as add-ons or not. But, in general, I don't see e-books developing in that way.

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

Still working through that. So far, some aspects are and some are being handled in house.

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

I know this information more because of my role in the strategic planning that we're doing rather than because I'm actually editing text. I think it will be important for project managers who are developing the project to understand the formats and what is possible in order to build a successful book.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

We hope to do both.

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

Do you mean print on demand? A few of our backlist titles are produced as POD or SRDP, but most of the books are offset. Offset is still the default for high quality illustrated books.

**21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

They will continue to increase, but the rate of increase will slow.

**22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

We're still looking at work flow. The most significant questions at this point are about what titles are viable given the shifting market.

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

**23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

No, as long as you accept that e-books themselves contribute to book culture. There can be high quality, culturally significant e-books as there are high quality, culturally significant paper books.

**24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

No and yes.

**25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

As the markets for ebooks develop in the German speaking lands, the publishing houses will evolve as well.

**26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

I'm not sure what you mean by this, but it is always important for a publishing house to know what it is about. Sometimes, narrowing the focus is appropriate. Other times expanding the house's mission is important.

**27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?**

Probably not in exactly the same way. The trading laws in Germany are significantly different with the book price protection laws. How those laws are interpreted will have an impact on distribution of ebooks. That factor could cause the market to develop differently. I'm sure there are other important factors here about which I am ignorant.

Leslie van Breen (Hudson Hills Press)

**About your publishing house**

- 1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?**

Hudson Hills Press focuses on fine art and art historically-related publications.

- 2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?**

Independent.

- 3. Does your publishing house offer e-books?**

Not yet, but we are expecting to in the near future. We believe this will become a fundamental component of the transference of information and knowledge both academically and professionally. Collectors and historians have indicated they are interested in owning both an e-pub and print version of the art book publications produced.

**If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4**

**If NO...**

- 3.1 What are your reasons not to offer e-books?**

- 3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?**

- 3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?**

**If YES...**

- 3.4 When did you start offering e-books?**

NA – see above.

- 3.5 What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

Hopefully, at least, half the list will also be available in e-pub form.

- 3.6 How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

NA

**3.7 Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

This is unlikely due to expectations of viewing art and quality reproduction, but the number of printed editions sold may well be surpassed by those sold as e-books.

**About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

I am a full-time employee.

**5. When did you start working for your publishing company?**

More than ten years ago.

**6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**

On average, it would be four editors plus three proofreaders.

**7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**

Not at this time.

**8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**

Publisher – I oversee all sides of the editorial program.

**9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**

NA

**10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**

Yes, proofreading and some copy-editing.

**11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**

I believe it has and it will continue to for some time. E-books are still evolving.

**12. What is your role in the process of publishing an e-book?**

NA

**13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**

For this publishing house, there will be little difference for the text in the editorial process between e-books and the printed version. The difference will come in the layout, design and presentation of illustration and interactive options.

**14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**

Yes.

**15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

I am involved in all stages.

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

I think it depends on the subject and focus of the book. There is no reason why e-books can not stand alone especially when they are used for instruction or to demonstration.

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

NA

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

I think it will be critical that editors have this knowledge and understanding.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

I would hope to include backlist titles as well in future, especially out-of-print editions and artists' catalogues raisonnées.

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

No, the backlist is active and currently available in print.

**21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

The e-book component will continue to increase and will take up a considerable portion of the market share – it already does in the US. For developing countries, where space is often at a premium, e-books will be highly prized and used readily. The market will only grow.

**22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

NA

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

**23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

**24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

**25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

This is a choice, but by not including e-books the publisher will limit/reduce their potential market.

**26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

**27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?**

---

Donald Jacobs (Georgetown University Press)

**About your publishing house**

**1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?**

Georgetown University Press publishes nonfiction books including textbooks for university level courses.

**2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?**

We are a not-for-profit organizations within Georgetown University.

**3. Does your publishing house offer e-books?**

Yes.

**If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4**

**If NO...**

**3.1 What are your reasons not to offer e-books?**

**3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?**

**3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?**

**If YES...**

**3.4. When did you start offering e-books?**

2007.

**3.5. What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

Approximately 80%. There are certain books, such as foreign language textbooks, that are difficult to convert to e-book because of formatting and font issues.

**3.6. How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

Only 2% at present, but it is growing year after year.

**3.7. Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

Not at present, though this is something we are actively considering.

**About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

I am a permanent employee.

**5. When did you start working for your publishing company?**

2007

- 6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**  
4 acquisitions editors. 2 people who manage editorial work on the manuscripts. Our copyeditors are all freelancers.
- 7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**  
Not at present.
- 8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**  
Acquisitions editor.
- 9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**  
No, we separate acquisitions from manuscript editorial work.
- 10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**  
Yes, we outsource copyediting and proofreading.
- 11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**  
Not on a day-to-day basis yet, though we have to think differently about how to shape future projects.
- 12. What is your role in the process of publishing an e-book?**  
I am involved at the conception of the project and in seeing the project to the production stage, but I am not involved in converting the electronic files to e-book formats or any of the other steps.
- 13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**  
No.
- 14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**  
No.
- 15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

They can be successful, and there are publishers who are having success with e-only versions now. But the e-books that are selling in high volume right now tend to be for general readers. Popular fiction such as romance novels do especially well, while scholarly works and textbooks still sell much better as print products. This could and probably will change over time.

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

Yes, it is at our press.

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

There are several different e-readers, and each company's device runs on their own proprietary software platform. The main ones in the US are Amazon's Kindle, Barnes & Noble's Nook, and the Sony Reader. But you can also get apps that allow you to read an e-book on a different device, such as a smart phone. The app bridges the proprietary software (such as Amazon's Kindle) to the software platform of the device. There are also ebook vendors, such as Google and eBooks.com, that sell e-books that can be read on multiple devices.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

Backlist titles are often published as e-books too, years after the print version was first published.

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

We do print some backlist titles on demand. For the foreseeable future, we will continue to use print-on-demand. We do not necessarily see e-books as a substitute for print on demand because many customers prefer print.

**21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

I think that e-books will continue to gain popularity and account for a growing share of publishers' revenue. However, this will vary greatly from publisher to publisher and from genre to genre.

**22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

To date, I do not think that it has greatly changed an acquisitions editor's day-to-day work. But this could very well change in the not too distant future if there is stronger demand for "born-digital" products and for shortening or repackaging existing works in e-form.

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

**23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

**24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

**25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

**26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

**27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?**

---

Susan McEachern (The Rowman & Littlefield)

**About your publishing house**

**1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?**

Non-fiction

**2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?**

Independent

**3. Does your publishing house offer e-books?**

Yes

If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4

If NO...

**3.1 What are your reasons not to offer e-books?**

**3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?**

**3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?**

If YES...

**3.4 When did you start offering e-books?**

2009

**3.5 What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

95%

**3.6 How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

10%

**3.7 Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

Not currently, but under discussion.

**About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

Permanent

**5. When did you start working for your publishing company?**

1996

**6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**

7

**7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**

No

**8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**

Acquisitions editor in charge of publications in history, international studies, and geography

**9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**

No.

**10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**

Copyediting, proofreading, indexing, and some cover design are handled by freelancers

**11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**

No

**12. What is your role in the process of publishing an e-book?**

Ensuring that contract with author includes all e-rights, that permissions from secondary sources include all e-rights

**13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**

Primary editorial difference is if we're publishing an enhanced e-book that includes illustrations, video, hotlinks, which requires additional acquisitions and permissions either from the author or from secondary sources

**14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**

I provide cover ideas to our design department and consult with production editor if non-standard layout is required

**15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

The e-book is an ancillary to the print book, so acquiring the print book is my primary focus.

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

We're not yet at the e-book only stage, but I expect it to become a part of our publishing program. Trade is much further along in this direction than the text market

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

This is handled by our production and IT departments.

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

Yes, I'm familiar with the formats we use but the information isn't necessary for my up-front role in the publishing process.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

We are converting the more successful and enduring part of our backlist

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

Yes. POD and e will both be choices.

**21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

50%

**22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

Ensuring that we have electronic permission for all materials included in a book

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

**23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?
25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?
26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?
27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?
- 

Vincent J. Burke (John Hopkins University Press)

**About your publishing house**

1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?

Adult nonfiction

2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?

University Press, part of the university.

3. Does your publishing house offer e-books?

Yes

If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4

If NO...

- 3.1 What are your reasons not to offer e-books?

- 3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?

**3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?**

**If YES...**

**3.4. When did you start offering e-books?**

2008

**3.5. What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

95%

**3.6. How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

2%

**3.7. Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

No

#### **About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

Perm.

**5. When did you start working for your publishing company?**

2003

**6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**

8

**7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**

No

**8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**

acquisition editor

**9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**

No

**10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**

Yes, copyediting and design and ebook conversions

**11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**

No

**12. What is your role in the process of publishing an e-book?**

Obtaining e-rights

**13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**

No

**14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**

Yes

**15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

Same amount of work for both

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

No, they supplement sales slightly.

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

Yes

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

Yes, we publish for Kindle, Nook, and Goggle Books.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

Only New

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

Yes, and No

- 21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market. In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

It's a market for cheap books, bestsellers mostly, so will grow, but not for more expensive books.

- 22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

More meetings.

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

- 23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

No

- 24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

Fools will dig in and fail, others will see new opportunities.

- 25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

Yes, read James Gleick,

[http://www.nytimes.com/2008/11/30/opinion/30gleick.html?\\_r=2&pagewanted=1](http://www.nytimes.com/2008/11/30/opinion/30gleick.html?_r=2&pagewanted=1)

- 26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

No

- 27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?**

Probably, everyone copies the leader.

Leonard Flachman (Kirk House Publishers)

Freies Statement von Herrn Flachman am Beginn des Fragebogens:

I think it is myth that e-books are becoming the elephant in the room. We have 10% of our catalog (titles of a variety of genre) in Kindle books. Last month our check from Amazon was about \$150. At that rate it will take a year to pay the e-book conversion costs for just two titles. Fifteen years to break even for all.

We are in no big rush to provide e-books.

There are two major transitions taking place in the book publishing industry and the e-book emergence is the least significant of the two.

The most significant change in the industry is in book sales and marketing. The traditional bookstores are becoming less and less important to the success of a book. For example. It is reported that there were nearly one million titles published in the United States last year. The average Barnes & Noble store inventories about 140,000 titles, many of which are standards that stay in the store year after year. That means that there are about 900,000 titles that will never be sold in a bookstore. The nation-wide access to a book that the bookstore chains provided becomes less and less a factor in the marketing plan of smaller publishers.

For the last 50 years or more the bookstores have been the elephant in the room. The traditional marketing and publicity procedures which are enshrined in "publishing law" all related to bookstores sales. For example *The New York Times Review of Books*, *Publishers Weekly*, *the Library Journal* still require a pre-publication proof of a book four months before publication date. That process was designed to give bookstores time to get the books on their shelf before the review was printed.

The percentage of total book sales through the traditional bookstores decreases every year. Amazon and the online book stores will be the elephant in the room, very soon. If the archaic practices related to bookstores are not changed soon the bookstores will become more and more irrelevant.

Because the traditional book selling venues are diminishing in value and publishers have not yet figured out how to publicize their Amazon availability, many rushed to e-book thinking this would be the new savior. The archaic book practices relate even less well to e-books than they do to online book sales.

Five years from now??? This book environment is like the cell-phone environment. What will happen next month. I think the present e-book formats will go the way of audio cassette.

E-book readers will change dramatically. I think the conversion systems will be simplified. Many of the 900,000 titles will find their way to e-books and everything will be so cluttered that the traditional publishers will seek yet another way to make knowledge and information available.

### **About your publishing house**

- 1. On what genres of literature does your publishing house focus on: fiction, non-fiction, children's books, education or others?**

With three imprints we are very eclectic. We do not publish children's books.

- 2. Is your publishing house an affiliate, a proprietary company or an independent publishing house?**

Independent

- 3. Does your publishing house offer e-books?**

Yes

If NO, please go to question 3.1, if YES please go to question 3.4

If NO...

- 3.1 What are your reasons not to offer e-books?**

- 3.2 Are you planning on offering e-books in the near future?**

- 3.3 Does it give your publishing house an advantage not to offer e-books compared to other publishing houses which offer e-books?**

If YES...

- 3.4 When did you start offering e-books?**

2009

- 3.5 What percentage of your new publications will be covered by e-books in 2015?**

5%

- 3.6 How much do e-books contribute to your publishing house's sales?**

Minimal

**3.7 Are there manuscripts in your publishing program that will only be published as e-books?**

One

**About your editorial office**

**4. Are you a permanent employee of your publishing company or are you a freelancer?**

Owner

**5. When did you start working for your publishing company?**

1994

**6. How many editors (employees and freelancers) are currently working for your publishing company?**

3

**7. Is there an editor who is responsible only for e-books?**

No

**8. What is your position as an editor? Are you e.g. an acquisition editor or a content editor, are you in charge of the publishing program or do you work as a project manager for specific book projects?**

Yes to all

**9. Are you in charge of all editorial duties? If yes, which of your duties (if any) takes up most of your time?**

Acquisitions

**10. Is there any kind of editorial work (e.g. proofreading) that is outsourced?**

Yes

**11. Did the advent of e-book technology change the way editors work today?**

No. Any book we release has to have the same editorial oversight

**12. What is your role in the process of publishing an e-book?**

It varies. Is the book a Kindle book. Is the book launched through Smashwords?

**13. Is there a difference between e-books and printed books when it comes to the editorial process? If yes, please describe which steps of the process are different and how they differ from the usual process.**

**14. Is designing cover and layout of e-books part of your duties as an editor?**

Yes

**15. Compared to the process of publishing e-books, how much do you contribute to the process of publishing printed books?**

The same.

**16. Do you think books that are only published as e-books are (or will be) successful? Or do e-books only work when offered as a kind of additional service to printed books?**

It is a myth that e-books are a big success. Check the statistics. I understand that 80% of e-book sales in USA is of books (primarily fiction) by the 12 largest publishers in USA.

**17. Is the technical side of publishing e-books outsourced?**

Yes / No

**18. Do you know what formats there are for e-books and which of these are used for the e-books published by your publishing house? To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software as an editor?**

If the preparation is done in-house you have to be familiar with everything.

**19. Do only new titles get published as e-books or is (or will be) a part of the backlist published as e-books as well?**

Probably not the back list

**20. Does your publishing house have a backlist on demand? If yes, will this list be substituted by an electronic backlist in the near future?**

No

**21. Within the past three years, e-books have become significantly more popular in the USA and make up for quite a share on the American book market.**

I don't know that this statement is true. It may be for some publishers, but not generally across the board.

**In your opinion, how will the book market share of e-books develop within five years from now?**

I think within 5 years the electronic book format may be something entirely different than what we see today. Market share will depend on how the new formats catch hold.

I went to a book awards program last night. Out of 220 titles submitted there were 3 e-books.

One of the things your study might do is sort the myth from reality.

**22. What was the most significant change in the editor's work that was caused by the advent of e-book technology?**

Little change. The editor has to prepare clean copy for a book whether that book is a e-book or a printed book.

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

**23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

**24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

**25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

**26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

**27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?**

---

Veronika Matousek (Harlequin Hamburg)

**Questions concerning the German book market (including the markets of Germany, Austria and Switzerland)**

**23. Do you think that e-books will contribute to the decline of book culture?**

Den Untergang fördern werden sie wahrscheinlich nicht, ganz bestimmt aber wird sich das Leseverhalten ändern. Schon jetzt lesen die Menschen durch das Internet anders; ergebnisorientierter, weniger erlebnisorientiert. Ich könnte mir vorstellen, dass durch die permanente Verfügbarkeit über Smartphones etc. viele eBooks gekauft werden, aber nicht ganz so viele gelesen werden. (Auf einen iPod lädt man auch 5000 Songs und hört kaum alle.) Dennoch wird das gedruckte Buch nicht aussterben, sondern gerade im Gegensatz zum digitalen Buch an Wert gewinnen, könnte ich mir vorstellen. Einerseits könnte es als Kunst- und Dekorationsgegenstand geschätzt werden, der ein haptisches Erlebnis

garantiert, andererseits rückt ein gedrucktes Buch viel eher als ein eBook den Lesegenuss in den Vordergrund.

**24. Do you think that the e-book technology will cause a crisis in the book industry like the advent of mp3 technology did with the music industry? If yes, do you think the book industry could take certain measures to prevent that from happening?**

Eine Umstellung des Buchmarktes wird es bestimmt geben müssen. Für die meisten Menschen wird eine riesige (und schwere) Privatbibliotheken wenig interessant sein. Ich könnte mir vorstellen, dass es üblich sein wird, nur einige wertvolle Exemplare oder Lieblingsbücher in gebundener Form zu besitzen. Der tägliche Lesestoff wird möglicherweise in Zukunft ausschließlich auf dem eReader zu finden sein. Der Buchmarkt wird sich also diesen Bedürfnissen anpassen müssen, flexibler werden und mit den neuen Vertriebswegen arbeiten. Eine Herausforderung wird auch die starke Transparenz durch das Internet, Preise, Inhalte und Werke bestimmter Autoren sind direkt vergleichbar. Eine Chance für Verlage ist möglicherweise, den Kunden Sondermaterial (edit value, non-book etc) anzubieten. Übrigens ist dieser Umschwung schon im Gange und weist bisher kaum starke Anzeichen einer Krise auf. Dass die Verlage diesen Wandel in irgendeiner Form aufhalten können, glaube ich nicht.

**25. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

Uns sind solche Verlage nicht bekannt. Ganz ohne eBooks ist das Verlagsgeschäft der Zukunft eigentlich nicht mehr vorstellbar.

**26. Do you think it will become more important to further specify the focus of your publishing house's program?**

Das muss nicht zwingend notwendig sein. Die Frage der Abgrenzung zu Büchern aus dem Selbstverlag und print-on-demand-Verlagen, ist vielleicht eher von Bedeutung. Eine klare Positionierung des Verlages (beziehungsweise in unserem Fall der Reihe) und Darstellung des Inhaltes ist essentiell. Der Harlequin Verlag ist ja Marktführer auf dem Gebiet der Romance (siehe oben) und somit schon sehr stark auf dem Markt positioniert.

**27. Do you think the German book market will develop in the same way as the American book market when it comes to e-books?**

Amerika ist in technischen Belangen meist schneller als Europa. Der eBook-Markt Europas entwickelt sich ähnlich dem der USA, bloß mit etwa drei Jahren Verzug.

Helen Tartar (Fordham University Press)

Antwort-Mail:

**E-Mail Helen Tartar zum Fragebogen**

Dear Magdalena Kislinger,

I'm sorry, but I really do not have time to fill out your questionnaire, since I have a talk of my own to write and give in a couple of weeks and a very intense flow of work.

The only appreciable influence of e-books on the kinds of publishing I do (scholarly nonfiction in the humanities) is as follows. By requiring XML coding, the e-book format requires more expensive and time-consuming coding of manuscripts either prior to copyediting or after typesetting, much of which, given the nature of such coding (apparently it is rather grueling), seems to be farmed out to providers in Asia.

I happen to agree with the skepticism in Germany about e-books, although we do see an increase in sales of books in that format. So far as I have been able to see, the financial returns from e-book sales equal only a fraction of the cost of the XML coding.

I apologize for not being able to take more time, and I wish you the best of luck with your scholarly work.

Sincerely,  
Helen Tartar

## Fragebogenmaterial zur Befragung literarischer Agenten in den USA

Einleitung zum Fragebogen:

### **Introduction to the questionnaire**

The book market in America as well as in Europe is always changing. This has become especially evident by the introduction and the success of e-books, although e-books are much more successful in the USA than in the German book market (which includes the book markets of Germany, Austria and Switzerland).

According to a survey conducted by Aptara<sup>198</sup>, more than 60% of American publishing houses with focus on “Consumer”, „Professional–Scientific/Technical/Medical“, „Education“ (books for children under 12, and College) and/or „Corporate“, have already included e-books in their program and sell them with success.

Compared to publishing houses in the United States of America, German publishing houses take a much more skeptical view towards e-books. Many of them doubt that e-books will ever become successful at all, and often take a strong stand against this new form of electronic publishing. Furthermore, they are not only afraid that book sales will decrease, if e-books are introduced to the market (a conclusion which is drawn from the comparison with the music industry, which had to face a massive decrease in sales when the mp3 was introduced), but also they fear that e-books might destroy the cultural value which is currently associated with real, meaning printed, books. Therefore, a lot of German publishing houses are not even considering offering e-books in the near future.

The matter of my paper is focused on the job profile of book editors but your view from outside on publishing houses may bring some new interesting results for my analysis. In America literary agents play an important role on the book market since they are middle-men between authors and the publishing houses.

Changes on the market therefore affect the publishing houses as well as the daily work of literary agents. This questionnaire will be used to find out how the introduction of e-books has changed (or is still changing) the book market. The following questions will help us to get a better picture of publishing houses in the USA, the work of book editors and literary agents and the development of the e-book market. Most of the questions are designed as open questions and I would kindly ask you to answer them as detailed as possible. Please take all the space and time you need.

---

<sup>198</sup> A company that focuses on electronic means of publication

## Fragebogen für literarische Agenten:

### **Questionnaire for literary agents**

1. Are you an independent agent or are you a steady employee at a literary agency?
2. When did you start working as a literary agent?
3. What have been the most significant changes in your daily work as a literary agent in the past five years?
4. Please describe your duties as a literary agent. Do you carry out editorial work as well?
5. Did the introduction of e-books change the way you work? If yes, please describe the most significant changes.
6. To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software?
7. Do you acquire books that will only be published as e-books (i.e. books that will never have a printed edition)?
8. Would you describe yourself as an author's agent or as an editor's agent? Do you have to choose one side? Or is there a balance between the two?
9. What is your prognosis for the development of the e-book market until the year 2015?
10. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?

## Antworten der Agentinnen und Agenten:

Katherine Fausset (Curtis Brown LTD)

**1. Are you an independent agent or are you a steady employee at a literary agency?**

The latter. I'm an agent with a mid-size agency.

**2. When did you start working as a literary agent?**

1999

**3. What have been the most significant changes in your daily work as a literary agent in the past five years?**

Helping authors navigate the ways they can use social media as a promotional tool, and using social media myself as a way of promoting my authors and keeping up with industry news.

Reading manuscripts on an e-reader rather than paper.

Submitting manuscripts almost exclusively electronically.

Receiving and sending reviews almost exclusively electronically.

Exploring potential deals with new electronic book publishers for both backlist and frontlist titles.

**4. Please describe your duties as a literary agent. Do you carry out editorial work as well?**

I receive approximately 40-50 queries daily. From those I choose those I might be interested in reading. I read requested new material, as well as manuscripts and non-fiction proposals by own clients, before and after the work day, or on the weekends. I almost always give my authors' editorial feedback on their work. My work day in the office includes a myriad of things on any given day, including writing editorial letters to clients about their work; submitting short stories, essays and articles to print and online publications; submitting my client's manuscripts or proposal to editors; talking to and meeting editors to get a sense of their taste; researching editors and publishing companies; reviewing and negotiating contracts; submitting clients' books to audio publishers; pitching my clients' books to our UK, foreign rights and dramatic rights agent; helping to come up with publicity/promotion ideas for a client's book; tweeting about my clients; tweeting about my colleague's clients; writing to other authors to request blurbs for a client's new book; sending copies of my clients' books to key people; working with the author estates I represent on getting backlist books reprinted; reading Publishers Marketplace, Publishers Weekly, NYTimes Book Review, Kirkus Reviews, etc.; chasing up editors for payments due; being the go-between the author and the editor when a problem arises; trying to be as gracious as possible in explaining to your mom's best friend's former veterinarian's wife why I didn't have time to read the entirety of the manuscript of her memoir she sent me without sounding like a complete jerk; and basically corresponding with authors about every step of the process of publishing their

book (including editorial matters, cover image, publicity, promotion, submission strategy, general career strategy) and managing expectations.

**5. Did the introduction of e-books change the way you work? If yes, please describe the most significant changes.**

Yes. See above regarding exploring deals with new e-book publishers for both backlist and frontlist titles.

**6. To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software?**

It's certainly necessary to have a general idea of the different formats. I don't personally think an expertise about the different software is necessary. Though it certainly would be helpful and I probably should have a better handle on it than I currently do.

**7. Do you acquire books that will only be published as e-books (i.e. books that will never have a printed edition)?**

When I acquire a book I hope to be able to sell to a traditional publisher in both print and e-book, but there have been situations in which I haven't been able to sell a project to a traditional publisher and have then submitted it to an ebook publisher.

**8. Would you describe yourself as an author's agent or as an editor's agent? Do you have to choose one side? Or is there a balance between the two?**

I think there has to be a balance to be a good agent.

**9. What is your prognosis for the development of the e-book market until the year 2015?**

I think it's clear ebooks will start cannibalizing print book sales across all genres, increasingly so for young adult books as the reading devices become significantly cheaper.

**10. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

I think a publisher would be able to answer this better. Certainly some publishers might be able to succeed, such as publishers of niche books like illustrated art and gift books, but my sense is that most publishers of general fiction and non-fiction titles will need to offer e-books to stay profitable.

Peter Rubie (Fine Print)

**1. Are you an independent agent or are you a steady employee at a literary agency?**

I am an independent agent who owns an agency with 10 agents

**2. When did you start working as a literary agent?**

I was originally a published writer, who became an in-house editor, and became an agents after 6 years as an editor. That was in 1991.

**3. What have been the most significant changes in your daily work as a literary agent in the past five years?**

Huge increase in submissions, and a demand for more instantaneous response to these submissions from authors. Plus an increasing need to utilize social media as a tool to distribute and publicize a book and a falling off of editorial practices at publishing houses which is falling more and more on agents.

**4. Please describe your duties as a literary agent. Do you carry out editorial work as well?**

We do considerable editorial preparation of ms we submit, we act as career coaches in general, and advisors on particular projects, as well as business consultants, and sometimes life coaches.

**5. Did the introduction of e-books change the way you work? If yes, please describe the most significant changes.**

It has increased our work load while at the same time making it easier to get clients books available to a readership. It has also created an ethical challenge between representing a client's work and publishing a client's work.

**6. To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software?**

While one needs an awareness of these things, no more so than one's awareness of the process of creating a book out of paper.

**7. Do you acquire books that will only be published as e-books (i.e. books that will never have a printed edition)?**

Yes. I believe ebooks are the evolution of disposable reading, in particular, mass market paperbacks. I also believe the ebook has evolved to the point where it is becoming viable to consider them as a genuine option for mainstream writers.

**8. Would you describe yourself as an author's agent or as an editor's agent? Do you have to choose one side? Or is there a balance between the two?**

I'm not sure I understand this question. I represent authors and editors rely on my judgement and expertise to supply them with quality material because they don't have the time to scout good projects themselves. How is there a conflict?

**9. What is your prognosis for the development of the e-book market until the year 2015?**

I believe it will likely replace the mass market paperback and sell in the same kinds of numbers eventually that mass market paperbacks were selling in their heyday in the 1970s and 1980s, i.e. in 10s of thousands of copies.

**10. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

Depending on the size and economy of the company in question, if all you have been doing is small print run hard cover books, then the ebook market won't unduly effect you. If you have a paperback arm, then not doing ebooks will impact your bottom line profoundly.

---

Wendy Keller (Keller Media)

**1. Are you an independent agent or are you a steady employee at a literary agency?**

Independent for 23+ years.

**2. When did you start working as a literary agent?**

1988 for someone else. Started my own agency in 1989.

**3. What have been the most significant changes in your daily work as a literary agent in the past five years?**

I sell far fewer books for far less money, so I've chosen to focus more on the part of the business I always liked the best anyway: helping authors develop a "platform" – the ability to successfully market their books.

**4. Please describe your duties as a literary agent. Do you carry out editorial work as well?**

I edit only under duress. I have editors, writers, ghostwriters and writing collaborators who do most of this on my behalf. My duties as a literary agent have changed, as stated. Where before I spent most of my time focused on acquiring clients, making sure their content was properly developed, selling the books, making sure they met the deadline and then advising on marketing, now I spend way more time on the marketing part and less on the other aspects.

- 5. Did the introduction of e-books change the way you work? If yes, please describe the most significant changes.**

Other than the % negotiated in contracts, no.

- 6. To what extent do you have to be familiar with e-book formats and software?**

Not at all, although I'm aware some (foolish) colleagues think that their future is in becoming ebook publishers.

- 7. Do you acquire books that will only be published as e-books (i.e. books that will never have a printed edition)?**

Not yet, but I hope that the whole industry goes ebook-only in the next few years. Save the trees! Of course at that time, I will only acquire books intended to be ebooks, because there will be nothing else.

- 8. Would you describe yourself as an author's agent or as an editor's agent? Do you have to choose one side? Or is there a balance between the two?**

I am neither. I am the conduit who helps good, worthy, meaningful content to the public who needs/wants it. As a result, I am more often on the author's "side" but I don't really see it that way. If a book will help the world in some way, I represent it.

- 9. What is your prognosis for the development of the e-book market until the year 2015?**

"God Speed the day"! I had lunch with a friend who is the publisher of one of the biggest business book imprints in the world a few weeks ago in NYC. He said their company's official position is that ebook growth will slow down now and never own more than 30% of the market. I strongly disagree. The issue is that publishers need to make their content more compelling in digital format, not that the public will alter its trajectory.

- 10. Some publishing houses in Germany, Austria and Switzerland are strongly against e-books and do not even consider including them in their program in the near future. Do you think it is possible to stay successful as a publishing house even if you do not offer e-books?**

Of course not! But their blinded opinion is similar to that of the US publishers five years ago. When the tsunami hits Europe, they'll change their opinion fast.

## Abstract (deutsch)

Diese Arbeit konzentriert sich auf das Berufsfeld des Lektors in literarischen Verlagen. Dabei wird der Schwerpunkt der Ausarbeitungen darauf gelegt sein, wie dieser Beruf entstanden ist, was die Aufgaben des Lektors in einem Verlag darstellen und welche Funktion dem Lektor im literarischen Betrieb zukommt. Im Fokus der Arbeit steht aber vor allem, der Entwicklungsprozess, den dieser Beruf seit der Entstehung des Lektorats durchlaufen hat. Es stellt sich dabei die Frage, wie technische Innovationen und ökonomische Veränderungen am Buchmarkt die Arbeit des Lektors beeinflussen. Diese Frage wird vor dem Hintergrund der ‚digitalen Revolution‘ des Buchmarktes durch das e-book erneut relevant.

Um dies klären zu können bedarf es eines Blickes auf die aktuelle Situation des literarischen Betriebes und wie dieser an die Herausforderung herangeht, die die neuesten Entwicklungen an ihn stellen. Dabei wird jedoch kein historischer Abriss der Buchmarktgeschichte anvisiert, sondern bereits die gegenwärtige Situation dargestellt. Um das Thema e-books etwas genauer zu verstehen, gebe ich in der Arbeit einen kurzen Überblick über die Entwicklung des e-books, wie die Technologie funktioniert und wie die Leserschaft auf die neue Publikationsform reagiert.

Ziel dieser Arbeit ist eine Gegenüberstellung zwischen dem amerikanischen und dem deutschen Buchmarkt herzustellen, da die USA in den technischen Entwicklungen und Innovationen dem europäischen Markt einige Jahre voraus ist. Um analysieren zu können, wie sich der amerikanischen e-book-Markt im Vergleich zum deutschen Buchmarkt weiterentwickelt hat, wie weit die Digitalisierung der Literatur in den vergangenen Jahren vorangeschritten ist, und ob sie bereits merklich Einfluss auf die Arbeit des Lektors genommen hat, wurden einige Lektoren und Lektorinnen amerikanischer Verlage befragt, die die aktuelle Situation ihres Arbeitsfeldes schildern sollten. Diese Bestandsaufnahme bildet den Abschluss dieser Arbeit und soll eine Momentaufnahme der Veränderungen der Buchindustrie darstellen, da durch die Aktualität des Themas eine abgeschlossene Analyse nicht möglich ist.

## Abstract (englisch)

The subject of my thesis is the development job profile of editors in publishing houses. I focus on the development and changes of the working process of editors. What are the duties and responsibilities of editors in their publishing houses and what position do they take in the book industry? A key point for this thesis is the evolution of the job profil through technical innovations and economical changes especially when it comes to present developments of the book market and the ‘digital revolution’ due to the growing success of e-books.

To explain the situation of editors it is important to take a look on the current situation of the book market itself and how it approaches the challenge of electronic publication. The book market in America as well as in Europe is always changing. To get a picture of the development I give a brief overview about the technology and the production of e-books and how readers accept this new form of literature. In the USA, the development of e-books and their influence on the book market are far more advanced than in Europe. For this reason, this thesis wants to draw a comparison between the American book market and the German book market.

Changes on the market therefore affect the publishing houses as well as the daily work of book editors, since they are responsible for the program of the publishing house and the books offered.

To get a view if the launch and the success of the e-book have led to a more technical workflow for editors or how the literature becomes more and more digitalized, I designed a questionnaire for editors in America to describe the current situation at their publishing houses. This analysis shows the status of the market only for a given moment in time as the development of the e-book is still an on-going process.

## Lebenslauf

Magdalena Kislinger, geboren am 11. Mai 1989 in Schärding, Oberösterreich

1999-2007 Besuch des Bundesgymnasiums Schärding; Juni 2007 Matura

Seit dem Wintersemester 2007 Studium der Vergleichenden Literaturwissenschaft an der Universität Wien

Von Mai bis Juli 2010 Praktikum im Picus-Verlag Wien

Lektoratstätigkeiten für die Publikation des Heimatbuches St.Roman, Oberösterreich