

Es gibt noch viele Geschäftsmodelle

Die neu gegründete Interessengruppe Digital ist im Börsenverein die Andockstelle für Bits und Buch. Carmen Udina, im Sprecherkreis des Zusammenschlusses aktiv, zu den Aufgaben und Perspektiven.



Carmen Udina

(44) verantwortet das Digitalgeschäft von dtv. Gemeinsam mit Michael Döschner-Apostolidis (Verlagsleiter elektronisches Publizieren bei Droemer Knaur) und Jochen Grieving (Buchhandlung Transfer, Dortmund) wurde sie in der vergangenen Woche in den Sprecherkreis der als AKEP-Nachfolger gegründeten Interessengruppe Digital gewählt.

Wo steht die Branche im Prozess der digitalen Transformation?

Irgendwo in der Mitte. Den großen Hype, aber auch die große Angst vor dem Digitalen gibt es nicht mehr. Viele Verlage haben die ersten Testballons gestartet und wissen, wie man die Entwicklungen einschätzen kann. Andere Geschäftsmodelle, neue Dienstleister, innovative Vermarktungsideen – weil ständig neue Themen aufkommen, sind wir definitiv noch weit von einer klaren Struktur und Zielperspektive entfernt. Es wird noch eine ganze Menge passieren, gerade auch weil wir jetzt immer stärker versuchen, gezielt für digitalaffine Kunden zu produzieren.

In den USA sinkt der E-Book-Umsatz. Stößt das digitale Buchformat an seine Wachstumsgrenzen?

Ich glaube, es ist eine Konsolidierung des Marktes, weil die US-Verlage die Leser nach und nach mit Erhöhungen an adäquate E-Book-Preise gewöhnt haben. Viele Käufer wollten das nicht mitmachen. Diese Entwicklung werden wir in Deutschland nicht haben, weil wir uns auf dieses Spiel erst gar nicht eingelassen haben. Wenn wir bei dem momentanen Standard bleiben, kann ich mir nicht vorstellen, dass wir noch größere Sprünge machen werden. Aber es gibt noch

viele Geschäftsmodelle, die bisher nicht versucht wurden. Und deshalb gibt es auch Potenzial für Wachstum.

Wo liegen diese Chancen?

Die wachsende mobile Mediennutzung ist ein großes Thema, aber auch Gamification oder Kooperationen mit Partnern außerhalb der Verlagsbranche stehen auf der Agenda. Es gibt zahlreiche Punkte, über die in den Verlagen schon sehr viel geredet wird, von denen wir im aktuellen Tagesgeschäft derzeit aber noch die Finger lassen. Das wird sich ändern.

Die IG Digital dockt auch den Handel an. Müssen Verlage und Sortiment im E-Commerce intensiver zusammenarbeiten?

Ja, aber es gibt auf beiden Seiten Defizite. Wechselnde Ansprechpartner, fehlende Zuständigkeiten und dadurch entstehende Abstimmungsmängel – es gibt eine ganze Reihe von Baustellen. Was mir bei unserer Gründungstagung in Berlin aufgefallen ist: Es waren leider nur sehr wenige Buchhändler dabei, obwohl das vorbereitete Themenspektrum eben nicht nur für die Digitalverantwortlichen der Verlage wichtig war und wir den Buchhandel unbedingt einbinden wollten. Das ist schade und zeigt, dass wir die Kontakte mit dem Sortiment unbedingt intensivieren müssen.