



eBook-Angebotskonzepte von Aggregatoren für Bibliotheken¹

Achim Oßwald

Fachhochschule Köln
Institut für Informationswissenschaft
Claudiusstrasse 1
50678 Köln
achim.osswald@fh-koeln.de

Zusammenfassung

In den 80er und 90er Jahren des 20. Jahrhunderts fokussierte die Diskussion um eBooks auf Produkte für gerätespezifische Wiedergabesysteme. Mittlerweile dominieren webbasierte Angebote von Aggregatoren das Thema eBooks. Angebote von Aggregatoren für Bibliotheken, ihre funktionalen Spezifika und informationellen Mehrwerte sowie die aktuell erkennbaren Angebotskonzepte werden dargestellt und analysiert.

Abstract

During the 80s and 90s of the last century eBooks based on dedicated reading devices have been discussed predominantly. Meanwhile webbased ebooks offered by aggregators dominate the market. These ebooks which are specially offered to libraries, their functional characteristics and value adding features as well as the marketing concepts applied are described and analysed.

1 Impressionen aus dem eBook-Markt im Jahre 2003

Seit Ende der 80er Jahre sind eBooks auf dem Informationsmarkt in unterschiedlichen Realisierungsvarianten erhältlich – als Hardware, als Software oder als spezielle Kombinationen derselben – und werden in der Fachliteratur hinsichtlich ihrer Perspektiven diskutiert. Karikierend wurde in einem Cartoon (vgl. Abbildung 1) in der Zeitschrift Ariadne, die das britische Projekt „Electronic Libraries Programme“

¹ Erweiterte Fassung eines Beitrags bei der inetbib-Tagung am 13.11.2003 in Frankfurt. Vgl. hierzu die Folien des Vortrags unter http://www.ub.uni-dortmund.de/inetbib2003/volltexte/osswald_block4.pdf.



(<http://www.ukoln.ac.uk/services/elib>) begleitete, ein Problemасpekt dargestellt, der als einer der Faktoren den Markterfolg negativ beeinflusste: Das Gewicht der dedizierten eBook-Wiedergabegeräte, wesentlich verursacht durch die Lösungen für die Energieversorgung dieser Geräte.



Isn't progress wonderful? This new portable e-book reader is so light in weight

Abbildung 1: Ariadne, Issue 30; <http://www.ariadne.ac.uk/issue30/cartoon> <Dezember 2001>²

Aus der Vielfalt der zwischenzeitlich diskutierten bzw. auf dem Markt angebotenen eBook-Varianten seien nachfolgend nur vier – heute und perspektivisch relevante – Konzepte kurz dargestellt – ohne deren Leistungspotenziale dabei im Detail zu analysieren³:

- Titel, die als eContent online bezogen und auf speziellen Wiedergabegeräten oder mit spezieller Wiedergabesoftware gelesen werden können.

² Alle Links in diesem Beitrag wurden letztmalig am 29.2.2004 überprüft.

³ Vom Verfasser bearbeitete Einteilung nach Shiratuddin et al. (2003). - Die von Lynch in seinen Beiträgen (2001a und 2001b) vorgenommene Einteilung nach „digital books“ und „e-books“ wurde in der Literatur bislang kaum aufgegriffen – auch wenn sie eine hilfreiche Plausibilität besitzt. Ein wesentlicher Grund für die geringe Resonanz könnte sein, dass „e-books“, nach Lynch also digitaler Content, der nur auf speziellen Wiedergabegeräten nutzbar ist, zum Zeitpunkt der Veröffentlichung in der öffentlichen Wahrnehmung und im Markt noch eine andere Stellung hatte. Lynch hatte nicht von ungefähr vermutet, dass dieses Marktsegment überschätzt werde (Lynch 2001b, 31).

- Digital(isiert)e Kopien von Printpublikationen, wobei nachrangig ist, ob diese von der Vorlage einer primären Printpublikation oder parallel aus dem Produktionsprozess als digitale Variante abgeleitet wurden.
- Am Print- bzw. Buchkonzept orientierte originär digitale Produkte, die das Leseerlebnis in einem Buch emulieren und von denen gegebenenfalls eine gedruckte Version im print-on-demand-Verfahren verfügbar gemacht wird.⁴
- Online- oder offline beziehbare multimediale Hypertext- bzw. Hypermedia-Publikationen mit unterschiedlichem Bezug zum Printkonzept.

Aus der Informationswissenschaft wurden schon früh Erwartung und Hoffnung geäußert (z.B. Barker 1992; Catenazzi/Gibb 1995), dass insbesondere die realisierten Potenziale der letztgenannten Variante das Angebot digitaler Publikationen weiter beeinflussen würden. Danach sollten solche Produkte einen wesentlichen Marktanteil erlangen können. Im aktuellen Marktgeschehen zeigt sich jedoch eine andere Tendenz: Digitalisierte Printprodukte sowie digitale Parallelpublikationen dominieren das Angebotsgeschehen – und dies trotz der lizenz- und urheberrechtlichen Rahmenbedingungen, die von den anbietenden Verlagen gesetzt werden.⁵ Ein Auszug aus den Nutzungsbedingungen des Verlages Wiley verdeutlicht, wie weitgehend die formulierten Nutzungseinschränkungen sind. Wohl kaum würden sie von den Käufern von Printpublikationen akzeptiert werden:

“Usage Rights for a Wiley E-Book File

Any Wiley e-book you purchase will come with certain restrictions that allow Wiley to protect the copyrights of its products. After you purchase this title, you:

- Must download it within 14 days of purchase
- May not move the file to a different computer
- May not lend, sell or give the e-book to another user
- May not copy the e-book file

⁴ Zur Produktion solcher eBooks gibt es schon seit längerem einschlägige Tools und Erstellungshinweise, erreichbar z.B. unter dem Titel „Buch-Feeling für E-Books“ über „akademie.de“: Die wachsende Zahl günstiger PDF-Produktionstools macht immer mehr Anwender zu potenziellen "eBook-Autoren". Grund genug, die wichtigsten Layout-Tipps für Bildschirm-Bücher zusammenzufassen.

http://www.akademie.de/basiswissen/tipps_tricks/office_und_dokumen... <Abgerufen am 7.4.2003>.

⁵ Vg. hierzu auch Neylon 2001.

- May print up to 35 individual pages every 7 days, with the exception of CliffsNotes titles, which may be printed in their entirety every 7 days
- May copy/paste anything up to a page of text, 10 pages total, every 7 days
- May not copy/paste diagrams, figures, or artwork
- May annotate text in e-book”⁶

Gemeinfreie, retrospektiv digitalisierte Publikationen, wie sie z.B. von den Projekten JSTOR (www.jstor.com) oder DigiZeitschriften (www.digizeitschriften.de) realisiert werden, können hingegen das Marktgeschehen bislang noch nicht entscheidend beeinflussen.

Dennoch: Im Gegensatz zu früheren Jahren, in denen insbesondere technikorientierte Zielgruppen als Käufer und Konsumenten von eBooks identifiziert wurden, geht seit einiger Zeit das Konsumenteninteresse nicht mehr nur von dieser Bevölkerungsgruppe aus. So machte die im Mai 2003 vom Open eBook Forum (OEBF; www.openebook.org) - eine die Marktdurchdringung unterstützende Vereinigung von Herstellern und Anbietern von eBooks und dazu nötiger Hard- und Software - veröffentlichte Umfrage unter Konsumenten deutlich, dass die eBook-Nutzung und das Interesse an eBooks prinzipiell unabhängig von Computer-Besitz, Computer-Kenntnissen und sonstiger Computer-Nutzung ist. Typisch für den Erfahrungshintergrund der befragten US-Amerikaner kann dabei allerdings auch gewertet werden, dass diese die Möglichkeit zum Lesen und Nutzen von eBooks in Bibliotheken unterstellten (vgl. Henke 2003). Nicht von ungefähr richtete das OEBF zwischenzeitlich eine „Special Interest Group“ für Bibliotheken ein. Aber auch diverse Anbieter wie z.B. Blackwell's Book Services, Baker & Taylor oder OverDrive initiieren neue Angebote speziell für Bibliotheken wie z.B. den „Library Digital Kiosk“ mit Ausleihfunktionen oder die „eBook Library“ der eBooks Corporation, die ein innovatives Modell zur Verwaltung des Zugriffs auf eBooks beinhaltet.

Trotz solch ermutigenden Entwicklungen blieben die Tendenzen der Marktentwicklung im Jahre 2003 eher unklar:

Im Juni stellte Gemstar den Vertrieb seiner dedizierten eBook-Lesegeräte ein. Im September beendete der Online-Buchhändler B&N.com den Vertrieb von eBooks. Ebenfalls im September jedoch verkündete das Open eBook Forum eine 20fache Umsatzsteigerung im Vergleich zum Jahre 2000 in Höhe von ca.

⁶ Zitiert nach <http://www.wiley.com/WileyCDA/Section/id-10742.html>
<Veröffentlichungsdatum 2004>

10 Mio. US \$ Umsatz im Segment der eBooks. Eine beachtliche Entwicklung, auch wenn dies im Vergleich zu den 32 Mrd. US \$ des Printbereichs weiterhin nur eine Marginalie bleibt.⁷

Eine einschlägige Marktprognose für das Jahr 2004 (Lugg/Fischer 2003) sagt tendenziell ähnliche Entwicklungen voraus.

Ein nicht unwesentlicher Grund für die insgesamt noch geringe Marktdurchdringung ist sicher auch die Vielfalt der Dateiformate, in denen eBooks angeboten werden. Sie ermöglichen zwar spezifische Nutzungs- und Darstellungsvarianten, die bislang häufig proprietären Formate sollen jedoch vorzugsweise die Rechte der Verlage am Content absichern. Perspektivisch dürfte hier die als universelles eBook-Format konzipierte „Open eBook Publication Structure“ (OEBPS) (vgl. <http://www.openebook.org>) eine Lösung bieten, allerdings bleibt der dafür anzusetzende Zeithorizont eher unklar.

Reduziert haben sich hingegen die Softwareumgebungen, in denen eBooks rezipiert werden: Marktrelevant sind derzeit die Wiedergabe

- in einem beliebigen Browser
- mittels Arcobat Reader (ab der Version 6.0 auch mit eBook-Spezifika) sowie
- im MS-eBook-Format .lit

2 Nutzerwünsche an eBooks

Immer wieder werden über die diversen Methoden der Nutzerforschung eBook-bezogene Kundenwünsche ermittelt. Da lange Zeit Nutzungserfahrungen primär nur aus dem Konsumentensegment der Expertinnen und Experten ermittelt werden konnten, kommen erst allmählich die Wünsche anderer Nachfragegruppen zum Tragen. Ein Beispiel für die Wünsche der Expertinnen und Experten listet die im Jahr 2003 veröffentlichte Studie (Henke 2003) über die „top-ten-features“ (aus insgesamt 48) von eBooks auf:

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| „1. Open to Last Page Viewed | 6. Page Numbers |
| 2. Title Page | 7. Bookshelf |
| 3. Text Search | 8. Electronic Updates |

⁷ <http://www.oebf.org/pressroom/pressreleases/stats.htm> <Pressemitteilung: Veröffentlichungsdatum 16.9.2003>

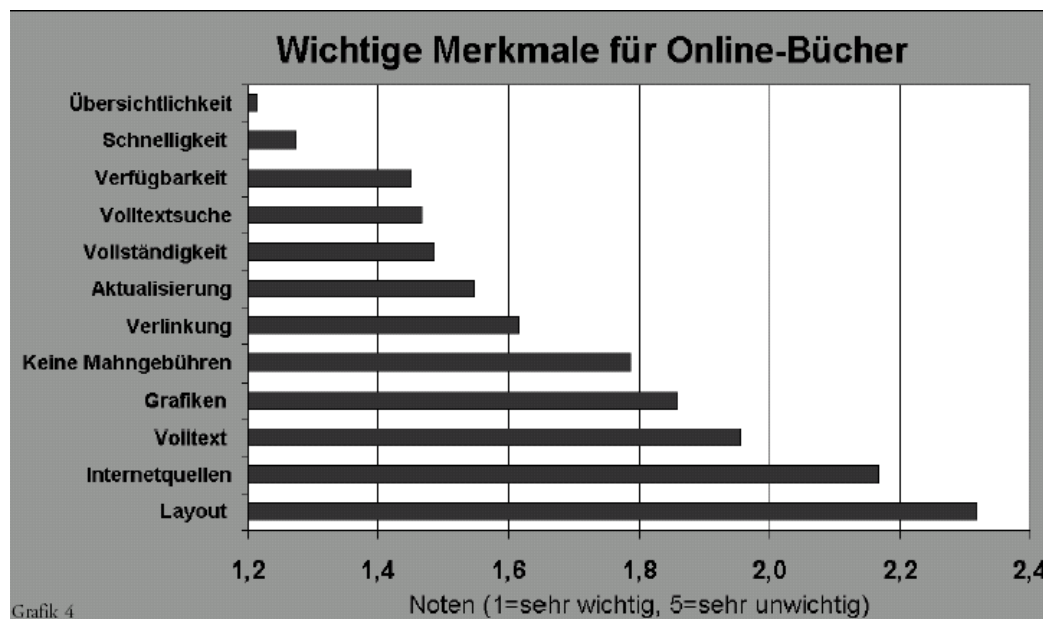
4. Bookmarks

9. Personalization

5. Table of Contents

10. Progression Bar“ (ebd.)

Waren deren Ergebnisse noch mit Zurückhaltung aufzunehmen, da die Studie im marktfördernden Umfeld des OEBF entstand, so sind die von Obst (2003) veröffentlichten, gewichteten Nutzerwünsche (vgl. Abbildung 2) bezüglich der Anforderungen an das zunehmend dominierende Marktsegment der webbasiert angebotenen eBooks sicher von anderer Qualität.



Grafik 4

Abbildung 2: Obst, Oliver: Elektronische Bücher in der Bibliothek - Beginn einer Revolution? In: *medizin – bibliothek – information* 3 (2003) 3, 24 (http://www.agmb.de/mbi/2003_3/obst.pdf)

Damit ist aber auch verwiesen auf die für das Marktgeschehen immer wichtiger werdende Anbietergruppe der sogenannten Aggregatoren, die gerade jene Angebotsformen verstärkt realisieren. Insbesondere im akademischen Bereich sind diese Organisationen, die als Sammelanbieter mit einem für ihre Produktpalette vereinheitlichten Angebotskonzept auftreten, zu den dominierenden Anbietern zu zählen. Zunehmend treten dahinter die Angebote einzelner Verlage sowie die von Online-Buchhandlungen zurück. Die freien, zunehmend auf dem Open Archive Initiative (OAI)-Konzept beruhenden Angebote von Hochschulen sind noch keine wirkliche Konkurrenz zu den von großen Verlagen dominierten Angeboten der Aggregatoren.

3 Aggregatoren und ihre Angebotskonzepte

Die allgemeine Charakterisierung von Aggregatoren als Sammelanbieter, die unterschiedliche Informationsquellen als kohärentes Angebot zusammenführen, verdeutlicht ihre Nähe zur klassischen Bibliotheksfunktion. Im konkreten Zusammenhang handelt es sich faktisch um auf eBooks spezialisierte Aggregatoren (z.B. Zeitschriftenagenturen oder Verlagszusammenschlüsse), die seit dem Jahr 2002 verstärkt auf dem Angebotsmarkt an Relevanz gewinnen. Deren Existenz gibt gleichzeitig einen weiteren Hinweis darauf, dass die Aufgabe digitale Publikationen aus dem Marktangebot zu selektieren und anzubieten nicht mehr automatisch als eine originäre Funktion von Bibliotheken zu sehen ist.

Unter den elektronischen Rahmenbedingungen zeichnen sich die Angebote der Aggregatoren durch mindestens die folgenden Charakteristika aus:

- Kein physisches, sondern ein virtuelles Produkt unter einer webbasierten Oberfläche.
- Die Zusammenstellung der eBooks unter vergleichbaren Bezugs- bzw. Nutzungsbedingungen erfolgt sowohl unter inhaltlichen als auch unter anbieterbedingten Aspekten.

Als typische Beispiele von Aggregatoren, die für den Bibliotheksbereich als Anbieter wie auch als substitutionsbereite Konkurrenten relevant sind, gelten u.a.:

- Books@Ovid⁸ - mit einer großen Zusammenstellung von Nachschlagewerken zur klinischen Medizin.
- netLibrary⁹ (OCLC-Tochter) – mit über 60 000 Titeln Marktführer mit Warenhauscharakter (vgl. Oßwald 2003).
- ebrary¹⁰ - ein Spezialanbieter für den Hochschulbereich mit über 13 000 Titeln von 160 Verlagen.
- Safari¹¹ - ein Spezialanbieter für IT-Bücher (Tochter von O'Reilly & Associates und The Pearson Technology Group).
- Questia (ProQuest-Tochter)¹² – ein Spezialanbieter für den geistes- und sozialwissenschaftlichen Bereich, der auch Zeitschriften und Zeitungen im thematischen Kontext anbietet und mehr als 235 Verlage einschließt.

⁸ <http://www.ovid.com/site/products/ovidguide/baovdb.htm> <Veröffentlichungsdatum 8.1.2004>

⁹ <http://www.netlibrary.com/Gateway.aspx>

¹⁰ <http://www.ebrary.com/> bzw. <http://www.ebrary.com/libraries/>

¹¹ <http://proquest.safaribooksonline.com/>

¹² <http://www.questia.com/Index.jsp> <ohne Veröffentlichungsdatum>

3.1 Angebotsaspekte

Typisch für die Webangebote von Aggregatoren ist deren anbieterspezifische Ausgestaltung u.a. mit

- einer Art „Schaufenster“, über das Informationen zu Angebot und Anbieter sowie den dabei gebotenen Suchmöglichkeiten im Bestand gegeben werden und der Zugriff auf einen login-geschützten Nutzungsbereich realisiert wird;
- einer Suchoberfläche für die inhaltliche Suche in mehreren eBooks;
- einem individualisierbaren Nutzungsbereich, der eine Art „privates virtuelles Bücherregal“ beinhaltet oder ein inhaltlich vom Nutzer selbst zusammengestelltes neues eBook (vgl. a. Ohene-Djan / Fernandes 2003).

Nahezu jeder Aggregator hat darüber hinaus sein eigenes Lizenzierungskonzept mit ideenreich-restriktiven Nutzungsvarianten entwickelt (vgl. o.), die alle zum Ziel haben, die digitalen Inhalte vor unautorisiertem Zugriff und damit die Erwartungen auf Entgelte zu schützen. Dabei sind die folgenden Tendenzen erkennbar:

- Traditionell erfolgt eine Orientierung am Modell der Buchausleihe (ein Medium zu einem Zeitpunkt).
- kreative Ansätze wie z.B. das „Non-Linear-Lending“. Hierbei ist ein Buch eine festgelegte Anzahl von Tagen für die Ausleihe verfügbar - ggf. auch für gleichzeitige Ausleihe mehrerer virtueller Exemplare.

Bei der **Vermarktung der Angebote** lassen sich noch keine stabilen Trends erkennen. Deshalb seien nachfolgend zumindest ausgewählte Angebotskonzepte vorgestellt (vgl. a. Ball 2003):

- Eine Lizenzgebühr zur Nutzung der ausgewählten Titel eines Anbieters, konkret 155% des Printpreises für den permanenten Zugriff oder 15 % als jährliches Zugriffsentgelt.
- „All-you-can-eat“-Modell: Das angebotene eBook-Paket kann vom Bezieher nicht modifiziert werden. Die Entgeltkalkulation ergibt sich aus folgenden Faktoren: Anzahl der Nutzer multipliziert mit (Jahresgrundlizenz + jährliches Nutzungsentgelt).
- Festpreis für ein Angebotspaket bei *einer* Zugriffslizenz pro eBook pro Zeitpunkt pro Bibliothek.
- Jedes eBook wird mit Entgelt-Punkten belegt. Im Nutzungsfall erfolgt die Verrechnung mit einem vorab bezahlten Punktekonto. Vorab wird die Anzahl der gleichzeitigen Nutzer festgelegt. Allmonatlich kann die Sammlung der Titel im Bezugskontingent modifiziert werden.

- „eBook Library“: Es wird ein Kontingent Nutzungstage pro Jahr vereinbart. Je nach Vereinbarung wird auch die „Kurzausleihe“ für Fernleihe oder Dokumentlieferung ermöglicht.
- Direktvermarktung an Endkunden.

Einige dieser Vermarktungs- und Abrechnungskonzepte erweisen sich allerdings als eher sperrig und behindern die Marktentwicklung. Hinzu kommt ihre Unterschiedlichkeit, die eher zu einer Marktzersplitterung als zur Entwicklung des Marktes beiträgt.

3.2 Bevorzugte eBook-Objekte

Die verstärkte Orientierung der eBook-Angebote von Aggregatoren am Marktsegment der wissenschaftlichen Bibliotheken hatte zur Folge, dass bestimmte Publikationstypen sowie inhaltliche Segmente der Buchmarktproduktion bevorzugt in das Angebot aufgenommen wurden. Hinsichtlich der Eignung bestimmter Publikationsformen sowie bestimmter Publikationsinhalte für eine digitale Bereitstellung hat Lynch in seinen beiden umfangreichen Publikationen (Lynch 2001a und Lynch 2001b) eine systematische Analyse bereitgestellt, in der er die bisherige und mögliche zukünftige Entwicklung detailliert hinterfragt. Eine breit angelegte, eventuell darauf aufbauende aktuelle Analyse der inhaltlichen Segmentierung des auf dem Publikationsmarkt verfügbaren Angebotes liegt bislang leider nicht vor und konnte im gegebenen Kontext auch nicht realisiert werden. Erkennbar ist allerdings, dass ein wesentlicher Teil der Angebote im STM-Bereich liegt.¹³ Hinsichtlich der Publikationstypen sind die folgenden Angebotsschwerpunkte erkennbar:

- Nachschlagewerke
- Lehrbücher¹⁴
- Die jeweils neueste Version von Buchpublikationen aus dem Bereich der Informationstechnologie
- Hochpreisige Bücher für den Management- und sonstigen Geschäftsbereich
- Gemeinfreie Texte.

¹³ Beispielsweise ist der Bereich medizinischer Lehrbücher sehr gut mit eBook-Angeboten vertreten.

¹⁴ U.U. fehlerhaft und ohne Zustimmung der Autoren; vgl. einen entsprechenden Beitrag von Julia Bolton Holloway unter dem **Subject:** „Copyright/Copyleft“ in der Mailingliste diglib v. 14.10.2003 (vgl. das Archiv der Liste unter <http://infoserv.inist.fr/wwsympa.fcgi/arc/diglib>).

3.3 Informationelle Mehrwert-Dienste aufgrund der digitalen Bereitstellung

Auch wenn hier nicht hinreichend Raum ist, um den Sachverhalt in der wünschenswerten Weise zu vertiefen, so sollen zumindest die wesentlichen der in den heutigen Angeboten realisierten informationellen Mehrwertekonzepte genannt werden:

- Suchmöglichkeiten mindestens bis zur Kapitel- z.T. bis auf Volltextebene
- Browsing in den table-of-content
- Preview-Funktion
- Automatischer Zugriff auf die jeweils neueste Auflage eines Werkes
- Ausgabe/Druck von schwarz-weiß oder farbigen Bildern
- Externe Verlinkung z.T. mit PURL¹⁵.

Direkt erkennbar ist, dass die Möglichkeiten von Hypermedia-Publikationen nur ansatzweise ausgeschöpft werden (Diaz 2003, perspektivisch Bry/Kraus 2002). Dies ist im Wesentlichen auf den Umstand zurückzuführen, dass die angebotenen eBooks bevorzugt digitale Versionen von parallel vermarkteten Printprodukten sind.

4 Nutzungserfahrungen aus der Perspektive von Bibliotheken

Nicht erst seit dem eBook-hype um die Jahrtausendwende werden in Publikationen die Möglichkeiten und erste Erfahrungen von Bibliotheken bei der Einbeziehung von eBooks in ihr Angebotsspektrum kontrovers und spekulativ, zwischenzeitlich aber auch desillusioniert diskutiert. Neben den im Überblick von Barbian/Oßwald 2003 und von Obst 2003 genannten deutschsprachigen sowie den bei Bailey 2003 verzeichneten englischsprachigen Veröffentlichungen sind dies u.a. Lynch 2001a und 2001b, Sawyer 2002, Garrod 2003. Als Trend ist dabei erkennbar, dass das Thema eBooks, insbesondere gerätespezifische eBooks, zuerst von Öffentlichen Bibliotheken aufgegriffen wurde. Deren Bemühungen um einen auch technologisch aktuellen Ausleihbestand scheiterten insbesondere an der Vielfalt und Unzulänglichkeit der Lese- bzw. Wiedergabesysteme sowie am insgesamt zahlenmäßig zu geringen Angebot (deutschsprachiger) eBooks. Erst in einer zweiten Phase wurden eBooks das Thema von

¹⁵ Für Details vgl. <http://purl.oclc.org/>.

wissenschaftlichen Bibliotheken. Deren Diskussionen werden zwischenzeitlich ganz wesentlich von den Angeboten der Aggregatoren beeinflusst. Einige ausgewählte Aspekte der Diskussion seien nachfolgend genannt:

- Die Anforderungen an die Funktionalität variieren in Abhängigkeit vom Lesestoff (Nachschlagewerke, wissenschaftliche Literatur, Belletristik) und Nutzungskontext (Lesen zum Vergnügen oder mit gezielten Nutzungsinteressen).
- Angestrebt und erreicht wird die Steigerung der virtuellen „Ausleihen“ (auch bei parallelem Printangebot) wohl insbesondere wegen des Zusatznutzens, also der schon angesprochenen informationellen Mehrwerte – so die Beobachtungen an der Universitäts- und Landesbibliothek in Münster.
- Die Integration der Aggregatoren-Plattformen und -Anwendungen in die branchenspezifischen Bibliotheksanwendungen (z.B. Kataloganzeige oder Download und „Ausleih“-verwaltung) beginnt erst allmählich und muss derzeit für jeden Aggregator noch speziell realisiert werden.

Weitere Aspekte sind in der Literatur genannt und sollten in nachfolgenden Publikationen analysiert und systematisiert werden.

5 Perspektiven

Auch hier – wie auch in anderen informationswissenschaftlichen Kontexten – zeigt sich die Tragfähigkeit der von Kuhlen in den 80er Jahren des letzten Jahrhunderts in die deutschsprachige Diskussion eingebrachten Sicht auf die informationellen Mehrwerte¹⁶, die bei der Betrachtung und Bewertung, aber auch bei der Konzeption marktfähiger informationsbasierter Produkte und Dienstleistungen immer wieder in den Vordergrund tritt. Obst hat diese Sicht – bezogen auf den eBook-Markt – in seinem Erfahrungsbericht über den Einsatz von eBooks im medizinischen Bibliotheksbereich wie folgt formuliert: „Die Größe des Marktanteils wird durch den Mehrwert der Online-Bücher bestimmt.“ (Obst 2003, 24).

Und der Marktanteil ist – nicht zuletzt wegen der noch in unzureichendem Maße erfüllten informationellen Mehrwerte – derzeit eher noch bescheiden. Dennoch zeichnen sich aktuell einige Trends ab, die unter bestimmten Voraussetzungen eBooks für Bibliotheken attraktiv werden lassen:

¹⁶ Vgl. die zusammenfassende Darstellung zur Theorie informationeller Mehrwerte bei Kuhlen 1995, 80-94.

Die seit dem Jahr 2003 verstärkte Orientierung der Aggregatoren auf das Nachfragesegment Bibliotheken – die sich u.a. ausdrückt in speziellen Angebotsseiten im WWW sowie speziellen Konditionen für dieses Nachfragesegment – lässt erwarten, dass eBooks schon bald in verstärktem Maße zum Thema für Bibliotheken werden. Als Trends¹⁷ können aktuell identifiziert werden:

- Die generelle Angebotsorientierung auf Nachschlagewerke.
- Die insbesondere von Aggregatoren realisierbaren Angebote eines abgerundeten Bestands an Nachschlagewerken.
- Die wesentliche marktrelevante Nachfrage kommt derzeit aus dem institutionellen Bereich (=Bibliotheken), nicht von Einzelpersonen.
- Als Bezugsform ist die Subskription anstelle des Kaufs relevant.
- Bei der Lizenzierung und dem Angebot von eBooks profitieren Bibliotheken ganz deutlich von den umfangreichen Erfahrungen, die sie mit eJournals sammeln mussten und konnten (vgl. Lynch 2001b, 31). Diese Erfahrungen werden aber auch zu einer beschleunigten Einführung von eBooks beitragen können.

Dennoch sind zahlreiche Fragen hinsichtlich des kurz- und mittelfristigen Umgangs mit eBooks in Bibliotheken offen. Diese werden verschärft durch die allein an der kurzfristigen Vermarktung orientierten Strategien der Aggregatoren. Entsprechend sind für die Fragen der langfristigen Verfügbarkeit, wie sie gerade mit Blick auf wissenschaftliche Bibliotheksaufgaben in der Literatur gestellt werden, noch keine wirklichen Lösungen erkennbar.

6 Zusammenfassung

Sowohl für das Angebot wie auch die Nutzung von webbasierten eBooks, die von Aggregatoren, d.h. von Anbietern, die solche Produkte unter einem „Dienstleistungsdach“ zusammengefasst Bibliotheken in spezifischer Weise zugänglich machen, liegen noch wenige tragfähige Erfahrungsberichte vor. Ihre Vermarktungskonzepte erweisen sich bislang als sehr heterogen. Auffallend ist zudem, dass sie nur in wenigen Fällen über die bekannten Konzepte aus dem Printbereich hinausgehen und neue Wege suchen. Um so mehr werden andererseits Bibliotheken selektiv und aufgrund ihrer Erfahrungen mit elektronischen Zeitschriften kompetent auf solche Angebote reagieren. Welche mittel- bis langfristigen Perspektiven sich daraus für den Bestandaufbau von Bibliotheken ergeben, ist bislang spekulativ.

¹⁷ Vgl. hierzu z.B. auch O'Leary 2003.

7 Literaturverzeichnis¹⁸

- Bailey, Charles W. (2003): "Scholarly Electronic Publishing Bibliography. 2.3 Electronic Books and Texts: Library Issues". Houston, 1996-2003. <<http://info.lib.uh.edu/sepb/blibrary.htm>>
Kommentar: in unregelmäßigen Abständen aktualisierte Auswahlbibliographie.
- Barker, Philip (1992): „Electronic Books and libraries of the future“ In: *The Electronic Library* 10 (1992) 3, 139-149
- Ball, David (2003): "Procuring e-Books and Other Electronic Services" (unveröffentlichte PowerPoint-Präsentation im Rahmen des British Council Seminars "e-Books and the Future: e-xploring (sic) a new-found land", Bournemouth Januar 2003 <<http://www.resource.gov.uk:8000/peoplesnetwork/uploads/12bbba-f30f6e09a1--7ffb/DavidBallHandouts.ppt>>
- Barbian, Jan-Pieter, Oßwald, Achim (2003): „E-Books im Kontext des digitalen Publizierens. Bericht über ein internationales Seminar des British Council in Bournemouth“ In: *Buch und Bibliothek* 55 (2003) 5, 321-325
- Bry, Francois; Kraus, Michael (2002): "Perspectives for electronic books in the World Wide Web age" In: *The Electronic Library* 20 (2002) 4, 275-287
- Catenazzi, Nadia; Gibb, Forbes (1995): "The publishing process: the hyper-book approach" In: *Journal of Information Science* 21 (1995) 3, 161-172
- Diaz, Paloma (2003): "Usability of Hypermedia Educational e-Books" In: *D-Lib Magazine*, 9 (2003) 3 <<http://www.dlib.org/dlib/march03/diaz/03diaz.html>>
- Garrod, Penny (2003): "Ebooks in UK libraries: Where are we now?" In: *Ariadne* issue 37, 30.10.2003 <<http://www.ariadne.ac.uk/issue37/garrod/intro.html>>
- Henke, Harold (2003): "Consumer Survey on eBooks", Sponsored by the Open eBook Forum, Dezember 2002 / Mai 2003; http://www.oebf.org/doc_library/surveys.htm <vom 20.3.2003>
- Kuhlen, Rainer (1995): „Informationsmarkt. Chancen und Risiken der Kommerzialisierung von Wissen“, Konstanz 1995 (Schriften zur Informationswissenschaft ; 15)
- Lugg, Rick, Fischer, Ruth (2003): *The eBook Prospectus: 2004*; www.ebookmap.net, October 2003
- Lynch, Clifford (2001a): "The Battle to Define the Future of the Book in the Digital World" In: *First Monday*, 6 (2001) 6, http://www.firstmonday.org/issues/issue6_6/lynch/index.html
- Lynch, Clifford (2001b): "What Do Digital Books Mean for Libraries?" In: *Journal of Library Administration*, 35 (2001) 3, 21-32
- Neylon, Eamonn (2001): "First Steps in an Information Commerce Economy. Digital Rights Management in the Emerging Ebook Environment" In: *D-Lib Magazine* 7 (2001) 1
<http://www.dlib.org/dlib/january01/neylon/01neylon.html>>

¹⁸ Wie schon in Fußnote 2 vermerkt, wurden alle Links am 29.2.2004 überprüft.

- Obst, Oliver (2003): „Elektronische Bücher in der Bibliothek - Beginn einer Revolution?“
In: *medizin – bibliothek – information* 3 (2003) 3, 24
http://www.agmb.de/mbi/2003_3/obst.pdf
- Ohene-Djan, James; Fernandes, Alvaro (2003): “Personalising Electronic Books” In:
Journal of Digital information 3 (2003) 4 vom 19.2.2003;
<http://jodi.ecs.soton.ac.uk/Articles/v03/i04/Ohene-Djan/>
- O’Leary, Mick (2003): "E-Books Scenarios Updated" In: *ONLINE* 27 (5)
(September/October 2003) <http://www.infotoday.com/online/sep03/oleary.shtml>
- Oßwald, Achim (2003): “netLibrary (www.netlibrary .com)” In: *Zeitschrift für
Bibliothekswesen und Bibliographie* 50 (2003) 3, 169-171
http://www.klostermann.de/zeitsch/osw_503.htm
- Sawyer, Susan (2002): „Electronic books: their definition, usage and role in libraries“ In:
Libres 12 (2002) 2 (September 2002) <http://libres.curtin.edu.au/libres12n2/ebooks.htm>;
tabellarische Einteilung speziell in Appendix I.
- Shiratuddin, Norshuhada et al. (2003): “E-Book Technology and Its Potential Applications
in Distance Education.” In: *Journal of Digital information* 3 (2003) 4 vom 19.2.2003;
<http://jodi.ecs.soton.ac.uk/Articles/v03/i04/Shiratuddin/>