

ZÖGERLICHE SCHRITTE IN DIE DIGITALE ERZÄHLWELT

Das digitale Lesen ist auf dem Vormarsch – auch bei Kindern und Jugendlichen. Mit welchen Herausforderungen sehen sich die Verlage dabei konfrontiert? Welche Versuche werden unternommen, um im digitalen Geschäft mitzumischen? Und wohin mag diese Reise gehen? Eine Bestandesaufnahme von ELISABETH EGGENBERGER.

«Darf ich noch lesen?», fragt der 8-Jährige im Bett. «Na gut, du darfst dir noch ein Erstlesebuch herunterladen. Aber nicht spielen, nur lesen! Und um halb neun schaltest du das Gerät aus!» Schöne neue Welt? Noch ist das digitale Lesen im Kinderzimmer nicht ganz so weit fortgeschritten, wie noch vor einigen Jahren erhofft oder befürchtet wurde. Zwar steigen in der Schweiz die Marktanteile der E-Books am Buchverkauf, sie betragen laut Schätzung des SBVV aber erst ca. 6%. Im Kinder- und Jugendliteraturbereich dürften sie noch tiefer liegen. Trotzdem: Die Möglichkeit des digitalen Lesens ist auch im Bewusstsein von Kindern und Jugendlichen angekommen. In der regionalen Digitalen Bibliothek Bern (www.dibibe.ch) werden pro Monat ca. 500 elektronische Jugendmedien ausgeliehen. Dies seien gute Zahlen, sagt Barbara Nabulon von den Kornhausbibliotheken. Verglichen mit den ca. 6500 Medien für Kinder und Jugendliche, die alleine in der Hauptstelle in Bern monatlich real ausgeliehen werden, ist es aber ein kleiner Anteil.

Eine Umfrage bei einigen deutschsprachigen Kinder- und Jugendbuchverlagen zeigt, dass mit den Herausforderungen des digitalen Wandels ganz unterschiedlich umgegangen wird. Die Branchenriesen wie Carlsen und Oetinger probieren alle möglichen digitalen Formate aus: Vom E-Pixi mit Vorlesefunktion über animierte Boardstories fürs Klassenzimmer bis zu Enhanced E-Books. Martin Kurzhals, bei Oetinger für die digitalen Projekte zuständig, erklärt dies so: «Das gedruckte Buch wird es auch in hundert Jahren noch geben. Aber ein immer grösser werdender Teil der Kundschaft möchte die Bücher auch digital lesen können. Wir wollen 100% der Kunden erreichen, also müssen wir ihnen alle Möglichkeiten zur Verfügung stellen.» Eine Vorgehensweise, die sich kleinere Verlage nicht leisten können. Andrea Deyerling-Baier vom Gerstenberg Verlag, der bisher ganz auf elektronische Versionen seiner Bücher verzichtet, spricht die Kosten-Nutzen-Rechnung an. E-Book-Rechte müssten separat erworben werden, das bedeutet Nachverhandlungen und Vertragsänderungen. Ein vor allem finanzieller Aufwand, der sich in ihren Augen bisher nicht lohnt. Insbesondere, weil der Schwerpunkt des Verlags eher im bebilderten Bereich und bei der jüngeren Ziel-

gruppe liege. Die höchsten Umsatzzahlen generieren E-Books jedoch im erzählenden Jugendbuch. Auch Gisela Klinkenberg vom Orell Füssli Verlag argumentiert ähnlich. Die elektronische Umsetzung von Bilderbüchern, auf die sich Orell Füssli und Atlantis spezialisiert haben, sei aufwändig. Bisher werden nur von den Globi-Büchern, garantierte Bestseller, statische E-Books angeboten. Zwar werde der Markt sehr genau beobachtet und man habe sich intensiv mit den Möglichkeiten befasst, aber: «Die Investitionen sind noch sehr hoch und die Nachfrage klein.» In einem ohnehin gebeutelten Buchmarkt ist hier kein grosser Raum für Versuche.

Animierte Bücher für die Aller kleinsten

Ganz anders sieht das der deutsche Mixtvision Verlag. Seit einigen Jahren setzt der kleine Verlag konsequent auf die digitale Umsetzung seiner Bücher in hoher Qualität. «Verteufeln hilft nichts, aber der Mut, sich Herausforderungen zu stellen schon», sagt Verleger Sebastian Zembol. Seit dem Frühling 2014 erhalten alle KäuferInnen eines gedruckten Mixtvision-Buches auch einen Code zum Download des E-Books. Ein Service, der laut Zembol bisher erst in kleinem Umfang genutzt wird: «Dafür sind die Vorbehalte gegenüber digitalen Bilderbüchern offensichtlich noch zu gross. Allerdings werden es Monat für Monat immer mehr, die diese zusätzliche Möglichkeit nutzen. Im Vergleich zu den ersten Monaten haben sich die Abrufzahlen bereits verdoppelt.»

Martin Kurzhals erzählt von ähnlichen Erfahrungen mit der Plattform tigerbooks. Diese App ist als ein verlagsübergreifender Online-Service für animierte Kinderbücher konzipiert. Anbieter verschiedener Verlage publizieren dort unter der Ägide des Oetinger Verlags Bilderbuchapps mit bekannten literarischen Kinderhelden. Auch Kurzhals schätzt zwar den Anteil der E-Books unter den Buchkäufen für die jüngste Altersgruppe noch sehr gering ein. Aber nach einer Kooperation mit McDonalds, bei der Gratis-Codes für tigerbooks vergeben wurden, gab es innerhalb von vier Wochen rund 100'000 Code-Einlesungen. «Das ist vielleicht ein Paradigmenwechsel. Die Technologie ist offensichtlich vorhanden. Aber die Eltern



FOTO: KATHRIN AMREIN, SIKJM.

Bilderbuchapps, digitale Pixi-Bücher oder E-Serials? Digitale Kinder- und Jugendliteratur gibt es in den unterschiedlichsten Formaten.

müssen Vertrauen in die Anbieter haben. Es braucht Regeln, Normen, Sicherheiten.» Kurzhals skizziert neue Pläne für die Plattform: Mittels Flat-Rate sollen Eltern nur einmal bezahlen müssen, und die Kinder dürfen daraufhin frei aus den Büchern wählen. Ein Sicherheitsbutton soll verhindern, dass Kinder, die alleine mit dem Tablet zugange sind, plötzlich auf YouTube oder Facebook landen. Bücher sollen unter den Usern ausgetauscht werden können und ein schlaues System soll den Kindern genau die Bücher vorschlagen, die ihnen gefallen könnten. Ein kindersicherer Buchladen – online.

Ein digital animiertes Bilderbuch bereitzustellen, ist kostspielig. Daher wird schon zu Beginn des Produktionsprozesses darüber beraten, welche Bücher sich dafür eignen könnten. Ein Bestseller wie «Lindbergh» aus dem NordSüd Verlag lohnt die Mühe: Aus dem Bilderbuch wird jetzt ein hochanimiertes digitales Buch. Dazu kommt, dass sich die Technologien stets ändern, und die Produkte daher immer in neuen Versionen zur Verfügung stehen müssen. Der Orell Füssli Verlag musste das mit seiner 2011 lancierten Spieleseite GlobiCity erfahren: Diese funktioniert auf einem PC zwar tadellos, doch mobile Geräte können die Flash-Animationen nicht mehr darstellen.

Kinderbücher schwierig umzusetzen

Jugendbücher lassen sich mit etwas weniger Aufwand in nicht-animierte E-Books verwandeln und ihre Verkaufszahlen können eher mit denen der Erwachsenenbelletristik mithalten. Saskia Heintz, Verlagsleiterin Kinder- und Jugendbuch bei Hanser, schätzt, dass bei einem gutlaufenden Jugendbuch etwa 10% des Umsatzes mit E-Books erzielt werden. Bei einem Bestseller oft auch mehr – so wurde «Das Schicksal ist ein mieser Verräter» rund 100'000-mal als E-Book heruntergeladen. Die Vermutung liegt allerdings nahe, dass solche Titel auch oft von Erwachsenen digital gelesen werden.

Kinder, die über das Betrachten von animierten Bilderbüchern herausgewachsen sind, aber noch keine langen textlastigen Jugendromane lesen, scheinen die im digitalen Bereich am schwierigsten zu bedienende Zielgruppe zu sein. Das

verdeutlicht auch das Angebot der Digitalen Bibliothek Bern. Einer Auswahl von über tausend Titeln für Jugendliche stehen nur gerade zwei Dutzend Kinderbücher gegenüber. Barbara Nabulon erklärt dies mit der Überlegung, dass Kinder in dem Alter seltener ein entsprechendes Gerät zur Verfügung hätten.

Hanser stellt zwar fast alle erzählenden Kinder- und Jugendbücher als E-Book zur Verfügung. Die Maulina-Trilogie von Finn-Ole Heinrich und Rán Flygenring gibt es aber zum Beispiel nicht digital. Als Grund nennt Saskia Heintz den fein abgestimmten Mix aus Text und Illustration, der sich nicht so einfach digital abbilden lässt. «Die Kosten für eine Anpassung rechtfertigen leider bei weitem nicht den zu erwartenden Absatz des Buches als E-Book.» Das trifft wohl auf viele künstlerische Kinderbücher zu.

Den Mehrwert der digitalen Medien nutzen

Die Verlage lassen sich Verschiedenes einfallen, um die digitalen Bücher attraktiver zu machen. So genannte Enhanced E-Books bieten einen Mehrwert zum gedruckten Buch, indem Links, Videos oder Hörbücher integriert sind. Cbj bietet unter dem Label «E-Book plus» solche zum Download an – in erster Linie Toptitel, die bereits mit Medienverbundartikeln vermarktet werden. Das enhanced E-Book von «Eragon» gleicht einer Extended Version einer DVD: zusätzliche Kapitel – entsprechend den deleted scenes auf der DVD –, Videos mit Kommentaren des Autors und zusätzliche Illustrationen finden sich unter anderem als Bonusmaterial. Erweitert wird das E-Book in vielen Fällen auch um das Hörbuch, so dass nahtlos zwischen Lese- und Hörerlebnis gewechselt werden kann.

Neue Möglichkeiten der Verlinkung und der Vernetzung mit anderen Medien können auch eine neue Form von Narration ermöglichen. Ein Einzelbeispiel, das die Statik des Bilderbuchs mit der Dynamik des Films verknüpft, legt der Tulipan Verlag diesen Frühling mit «Was ist denn hier passiert?» von Julia Neuhaus und Till Penzek vor. Auf jeder Bilderbuchdoppelseite ist eine Szene abgebildet, über die

gerätselt werden kann: Was ist denn hier passiert? Für die Lösung kann mit Smartphone oder Tablet ein QR-Code eingescannt werden. Darauf erscheint ein animiertes Filmchen, das den Hergang erzählt. Noch ist es bloss ein Versuch, aber man könnte sich auch Erweiterungen wie beispielsweise eine parallele Erzählung aus anderer Perspektive vorstellen, die mittels QR-Code abgerufen werden kann. Beide Medien, das Bilderbuch und der Animationsfilm auf dem mobilen Gerät, tragen dann zum Lese- bzw. Betrachtungserlebnis bei und schaffen zusammen etwas Neues.

Erste Versuche mit digital-only

Eine andere Option, von den Möglichkeiten der digitalen Medien zu profitieren, sind so genannte digital-only-Projekte: Texte also, die nur digital erscheinen und speziell für diesen Markt aufbereitet werden. So erschien bei Mixtvision bisher eine Staffel des E-Serial «Abaton», die aber so erfolgreich war, dass jetzt eine zweite und dritte Staffel folgt. Carlsen beschränkt seine digital-only-Produkte auf Romantasy – ein Genre, das durch Social-Reading-Plattformen und Fanfiction sowieso stark in der digitalen Welt beheimatet ist.

Hanser hat im Herbst 2014 sein Projekt Hanser Box gestartet. Wöchentlich erscheinen in diesem Format kürzere Texte ausschliesslich in digitaler Form. Dabei waren bisher auch drei Texte von Jugendbuchautorinnen. Saskia Heintz bestätigt, dass die Hanser Box alters- und genreübergreifend

konzipiert ist. Fachbuchtexte und Essays finden hier genauso ihren Ort wie kürzere belletristische und jugendliterarische Texte. Damit erschliesst sich Hanser neue Textformate, die durch Bücher nicht abgedeckt werden: «In der Hanser Box werden weiterhin regelmässig interessante Jugendbuchtexte erscheinen, die aufgrund ihrer Aktualität, ihres besonderen Charakters, ihrer Länge oder der Relevanz des Autors hier eine geeignete Plattform finden – und als Buch ansonsten nicht publiziert werden können.» Gerade Abschnitte von Serien und kürzere Texte sind für die mobile Lektüre bestens geeignet und können so digital eine Marktlücke füllen.

Noch sind das alles Versuche von digitalen Textangeboten und die Schritte der Jugendbuchverlage oft noch zögerlich. Alle befragten Verlage bekunden, dass das gedruckte Buch für sie weiter an erster Stelle steht. Das bedeutet auch, dass die digitale Umsetzung in der Regel ein sekundärer Schritt ist. Einen ganz frühen Einfluss auf die Entstehung einer Geschichte und damit auf die Art der Narration hat die digitale Veröffentlichung kaum. Möglicherweise würde das zu einer ganz neuen Art von Lesen führen. Bis sich das digitale Kinder- oder Jugendbuch in seiner Bestimmungsform gefunden hat, werden die Verlage wohl noch einige Jahre so weitermachen: Mit Versuchen und Rückschlägen, Nullsummenspielen und hohen Investitionen, Verweigerung und Übereifer, neuen Formen und immer wieder wechselnden Technologien. Was daraus entsteht, teilen wir Ihnen dann vielleicht in Buch&Maus 1/2015 mit. In der digitalen Version, versteht sich.

INSERAT

