

"... and you're done!" - Wertschöpfung heute

✘ Mit CreateSpace macht Amazon den amerikanischen Buchverlagen das Leben schwer. Darauf aufmerksam gemacht hat mich Sherry Chiger, langjährige Kollegin als Chefredakteurin der amerikanischen Branchenzeitschrift "Multichannel Merchant". Sie schickte mir einen Link zu ihrem neuen Buch "Beyond Billicombe".

Zu finden in ihrem eigenen Onlineshop bei CreateSpace.

Bisher waren die Verlage die Gatekeeper im Buchhandel. Das Wort Verlag kommt von Vorlegen, nämlich das Geld, um den teuren Produktions- und Vermarktungsprozess anzustoßen. Für die Autoren bleiben die mehr oder weniger großzügigen Tantiemen, wenn sie die erste Hürde überwunden haben: Die Akzeptanz des Manuskripts im Lektorat.

Wenn der Produktions- und Vermarktungsprozess aber durch die Digitalisierung als Wertschöpfungsbestandteil an Bedeutung verliert, wird automatisch der Autor aufgewertet. Sollte man zumindest meinen - nur eben nicht in den meisten Buchverlagen, die nach dem klassischen Prozess organisiert sind.

Mit CreateSpace überspringt Amazon den kompletten Verlagsprozess. Der Autor wird in einem virtuellen Verlagsbetrieb angeleitet, sein Buch selbst zu editieren. Gegen einen Aufpreis kann er für vergleichsweise kleines Geld ein hochprofessionelles Layout und Cover generieren. Die Wertschöpfung liegt in der Arbeit mit dem Autor - uneingedenk des potentiellen Verkaufserfolges.

Amazon versorgt ihn nicht nur mit einem Platz in der Kindle-Bibliothek oder dem weltweit größten Online-Buchhandel, sondern liefert auch die Listung im Großhandel, die ISBN etc. mit. Und das auch für Amazon Europe.

Nochmal: Das gab es früher auch schon. Verlage, die Autoren das meiste selbst tun ließen und für viel Geld eine Anzahl von Büchern druckten, die die Autoren dann in der eigenen Garage lagern konnten. Was Amazon dazu gibt, ist aber ein transparenter Prozess und eine Entlastung um die Druckkosten dank Print on Demand. Kein totes Kapital mehr. Der Autor muss nur die Vermarktung anstoßen, und bekommt auch dabei Hilfe.

Ein schönes Geschäft, für Amazon. Und auch für den Autor, der vergleichsweise hohe Tantiemen erhält, vom ersten verkauften Exemplar an.

Das Modell funktioniert, weil Autoren wie Sherry Chiger anderswo abgelehnt werden - und niemand sich ernsthaft darüber Gedanken gemacht hat, dass die Wertschöpfung eben nicht mehr im Lektorat und Druck liegt. Hier Sherrys Gedanken dazu:

I went the usual route of trying to find an agent, but while I received positive feedback about the quality of the writing, the consensus was that the book wasn't commercial enough. I'd gone through something similar with my three previous novels, and I knew that the publishing zeitgeist had only grown more restrictive since then, so after doing some research, I decided I might as well publish it myself.

... and your done. Wertschöpfung liegt heute nicht mehr in der Produktion, sondern der Organisation des Austauschs. Wertschöpfung liegt für viele auch nicht mehr allein im unidirektionalen Prozess des Handels zwischen Hersteller und Endkunde - sondern in einem multidirektionalen Prozess der Produktentwicklung und des hybriden Modells eines Groß- und Einzelhändlers, der selbst Lieferant der Wettbewerber wird.

Was Amazon auch als erster verstanden hat.

Über den Autor:

✘ Martin Groß-Albenhausen ist Geschäftsführer der BVH Service GmbH in Berlin und betreut im Bundesverband des Deutschen Versandhandels (BVH) die Themen e-Commerce, Social Media und Marketing. Zuvor war er 13 Jahre Chefredakteur und Herausgeber des Branchendienstes "Versandhausberater".