

Preisbildungsmodelle für eBooks



Klaus Tapken

Missing Link Versandbuchhandlung eG

eBooks für Individualkäufer

Fast alle Varianten vorhanden

reinlesen
campus



China-Pioniere
Kausch, Ulrich

Verlag: Campus

Fundstellen von "china" in diesem Buch:
Geprägt durch die Stempel in China
... Geprägt durch die Stempel in China ...
Ein Mittelständler erobert China
... Mittelständler erobert China ...

Dieses Buch ist in folgenden Formaten erhältlich:

		PC-PDF (ohne DRM)	21,20 EUR		als  E-Book
		Gebunden	24,90 EUR		bei buchhandel.de

 Buchdetails  Im Buch blättern  Einem Freund empfehlen  Hilfe

mit libreka:
reinlesen



China.de
Vermeer, Manuel

Verlag: Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler

"Ein Buch gespickt mit detailliertem Hintergrundwissen und aufschlussreichen Informationen, die kurzweilig und leicht ... mehr...

Fundstellen von "china" in diesem Buch:
Seite 43
... Abbildung 3 Europa und China Quelle Ostasieninstitut der FH Ludwigshafen Deutschland in China Abbildung 4 Größenrelation Deutschland und China Quelle Ost...
Seite 1
... Manuel Vermeer China ...

Dieses Buch ist in folgenden Formaten erhältlich:

		PC-PDF (mit DRM)	39,90 EUR		als  E-Book
		Gebunden	39,90 EUR		bei buchhandel.de

eBooks für Individualkäufer

Fast alle Varianten vorhanden



China Business
Zinzius, Birgit

Verlag: Springer Berlin

China Business. Ein Handbuch für Investoren, Unternehmer, Manager und Berater, die umfassend und praxisnah über den aktuellen... [mehr...](#)

Fundstellen von "china" in diesem Buch:

[Seite 73](#)
... 73 Teil II Unternehmen in **China** ...

[Seite 7](#)
... Vorwort zur zweiten Auflage IX Mehr Wissen über **China** mehr Erfolg in **China** das wünsche ich den Lesern und Leserinnen meines Buches Beijing München...

Dieses Buch ist in folgenden Formaten erhältlich:

  PC-PDF (mit DRM) 39,95 EUR  als libreka E-Book
 Gebunden 44,95 EUR  bei buchhandel.de

[Buchdetails](#) [Im Buch blättern](#) [Einem Freund empfehlen](#) [Hilfe](#)



Planet China
Tischler, Stefan

Verlag: Diplomica Verlag

Wenn Menschen aus dem Westen versuchen China einzuordnen, so vergleichen manche es häufig mit Japan oder Südkorea. Andere mit den... [mehr...](#)

Fundstellen von "china" in diesem Buch:

[Seite 3](#)
... Stefan Tischler Planet **China** Business und Management...

[Seite 77](#)
... 35 **China** 32 EU 15 9 USA 22 Japan 4 Andere 33 **China** 8 EU 15 17 USA Japan 25 7 Andere 43 **China** ...

Dieses Buch ist in folgenden Formaten erhältlich:

  PC-PDF (ohne DRM) 33,00 EUR  als libreka E-Book
 Gebunden 29,50 EUR  bei buchhandel.de

[Buchdetails](#) [Im Buch blättern](#) [Einem Freund empfehlen](#) [Hilfe](#)

eBooks für Individualkäufer

Es wird unterschieden

Belletristik / Sachbuch (alt – neu)

Fachbuch

Wissenschaftliche Monographie

Lehrbuch

Sonstiges (e-Reprintverlage, Bundles)

eBooks für Individualkäufer

In Deutschland

Erste eBook-Anbieter preisten mit hartem DRM meist 10% günstiger

Später hat jeder neue Verlag seine eigene Preisfindung – je nach Produktform und –alter

eBooks für Individualkäufer

aber

.....

<http://www.preisbindungsgesetz.de/content/aktuelles/1064-e-books-sind-preisgebunden.htm>

Buchpreisbindung

Informationsplattform der Preisbindungstrehänder

Home · Über uns · Gesetze · Urteile · Sammelrevers · FAQ · Kontakt · Impressum

▢ Aktuelles
Preisbindung von E-Books... ...EuGH-Urteil, Mängel Exemplare und andere Preisbindungsthemen werden im Arbeitsbericht der Preisbindungstrehänder 2009 behandelt
Preisbindung in Österreich gesichert Nationalrat billigt Gesetzentwurf
Einstweilige Verfügung gegen Weltbild Landgericht Augsburg untersagt Vergütungen für Sammelbesteller
EuGH: Österreich muss Importklausel ändern Neue Regelung bringt mehr Spielraum für die deutschen Verlage
EuGH: Schlussplädoyer der Generalanwältin Urteil zur österreichischen Buchpreisbindung voraussichtlich im Frühjahr
Pflichtablieferung auch für E-Books Neue Verordnung in Kraft

E-Books sind preisgebunden

25.09.2008 · Börsenverein schließt sich der Meinung der Preisbindungstrehänder an

Die Messe ist gelesen: In einer soeben veröffentlichten Stellungnahme hat sich der Vorstand des Börsenvereins unserer Rechtsauffassung angeschlossen, wonach auch E-Books der Buchpreisbindung unterliegen. Die Verlage sind daher in der Pflicht, bei der Veröffentlichung ihrer Bücher als E-Books auch hierfür einen Preis festzusetzen. Dieser muss nicht dem Preis der Printausgabe entsprechen. Wer E-Books verkauft, ist dann gem. § 3 BuchPrG verpflichtet, den vom Verlag gebundenen Preis einzuhalten.

Wichtig ist die Abgrenzung, was als E-Book anzusehen ist und was nicht. Preisgebunden sind nur E-Books, die im wesentlichen dem gedruckten Buch entsprechen und vollständig verkauft werden, also vollständig auf ein Speichermedium des Käufers übertragen werden. Nicht als E-Books gelten daher:

- Zugriffsberechtigungen auf Online-Datenbanken
- Mehrfachnutzungen von Inhalten in Netzwerken
- Online-Nutzung von vernetztem Content

Aufgrund der bislang bestehenden Rechtsunsicherheit werden Verstöße von uns erst ab einer Umstellungsfrist verfolgt. Wir gehen davon aus, dass bis Ende dieses Jahres die Branche vollumfänglich informiert ist und Verstöße gegen die Preisbindung von E-Books dann im gleichen Umfang verfolgt werden wie im Printbereich.

Das aktuelle Börsenblatt-Interview mit Christian Russ finden Sie [hier](#).

Die Stellungnahme des Börsenvereins finden Sie hier zum **Download: [preisbindung_ebooks.pdf](#)** (24,72 kB)

eBooks für Individualkäufer

Anglo-Amerikanische Verlage

In den meisten Fällen unter dem
Hardcover-Preis

eBooks, die nur als solche erscheinen,
sind recht oft sehr günstig, meist unter
10 US \$

Site Licences

Grosse Vielfalt an Modellen bei Verlagen und Aggregatoren:

- Kauf in Kollektionen/Reihen
- Kauf mit Mindestbestellmenge
- Einzelkauf mit und ohne Hosting Fees
 - Subskription von Datenbanken
 - Subskription von Einzeltiteln oder Sammlungen
 - U.v.a.m.

Kosten ?

Technik, Vertrieb, Ressourcen und Marketing differieren gegenüber dem gedruckten Produkt.

Akzeptanz bei den Käufer ist z.T. gering
Kaum Marktvergleiche möglich

Kostenfaktoren

eBooks für den Einzelverkauf

- Aufwendige Suche nach den geeignetsten Vertriebswegen
- Entscheidung über Formate
- Workflow für das Digitalisieren und Indexieren
- Marketing
- Gespräche mit Autoren, Herausgebern und dem Lektorat

Kostenfaktoren

Site Licences

- Hohe Programmierkosten für das Hosting und die Verwaltung
- Entscheidung über Formate
- Workflow für das Digitalisieren und Indexieren
- Marketing
- Gespräche mit Autoren, Herausgebern und dem Lektorat über Lizenzen
- Neue Vertriebswege finden
- Abwicklung von Rechnungsstellung und Datenlieferungen
- Informationspolitik gegenüber den Kunden

Derzeitige Preisgestaltung

Varianten	<u>Einzelkauf/im Verhältnis zum HC ohne DRM</u>	<u>Einzelkauf/im Verhältnis zum HC mit DRM</u>	Vergleich USA	<u>Campuslizenz mit DRM 1 Zugriff</u>	<u>Campuslizenz unbeschränkte Zugriffe</u>
Belletristik alt	günstiger	günstiger	oft Niedrigpreis	günstiger	-
Belletristik aktuell	günstiger oder gleich	günstiger oder gleich	oft Niedrigpreis	günstiger	-
Fachbuch älter	günstiger oder gleich	günstiger oder gleich	günstiger	günstiger oder gleich	teurer oder im Paket
Fachbuch aktuell	eher gleich	günstiger oder gleich	günstiger		
wissenschaftliche Monographie älter	-	gleich, eventuell etwas günstiger	günstiger	gleich oder günstiger	gleich oder im Paket
wissenschaftliche Monographie akt.	-	gleich	etwas günstiger	gleich	teurer oder im Paket
Lehrbuch älter	kaum vorhanden	günstiger oder gleich	gleich oder günstiger	günstiger oder gleich	
Lehrbuch aktuell	kaum vorhanden	Tendenz gleich oder teurer	gleich	Tendenz gleich oder teurer	teurer oder im Paket

Weiterführende Fragen?

Ist das eBook mittelfristig nur Add-on zur bestehenden Produktion oder soll es diese ablösen?

Können neue Marketingkonzepte parallel zu den vorhandenen finanziert werden?

Werden vorhandene Vertriebswege dem neuen Medium gerecht?

Zusammenfassung

Bisher wurde in vielen Fällen versucht, das Produkt über den Preis in den Markt zu bringen bzw. ohne Einbußen auf dem Print-Markt einen Mehrwert zu erzielen.

Für die Akzeptanz des eBooks ist nicht allein der Preis ausschlaggebend.

Art des Produkts, potentielle Käuferschicht, Vertriebskanäle und Geschäftsmodelle müssen aufeinander abgestimmt sein. Der Preis ergibt sich aus diesen Faktoren.

Das Ziel macht den Preis???