

GUTENBERG DIGITAL

The Göttingen Gutenberg Bible, Model Book and Helmasperger's Notary Instrument



Titelbild eines Flyers der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen (englische Ausgabe, 2000)

Reprints offline und online Von Achim Oßwald

Was sind Reprints? Reprints sind Nachdrucke von in aller Regel vergriffenen Werken. Schwerpunktmäßig waren und sind es Nachdrucke von wissenschaftlichen Veröffentlichungen, aber immer wieder auch von populären und/oder ganz speziellen Stoffen.

Vorlage und Reprint können, müssen aber nicht identisch sein. Häufig werden nur besonders interessante Teile von Veröffentlichungen in Reprints wiedergegeben. Wer also unter Reprint nur unveränderten Nachdruck versteht, der liegt in den meisten Fällen falsch.

Neben den normalen Nachdrucken ist die Reprint-Variante des *Faksimile* sicher die spektakulärste, die Variante Raubdruck hingegen vermutlich die am weitesten verbreitete.

Die große Zeit der Reprints waren die 60er und 70er Jahre, als zahlreiche wissenschaftliche Bibliotheken neu gegründet wurden und dort – sowie in Bibliotheken mit hohem Bedarf an Bestandsergänzungen – insbesondere Reprints von Zeitschriften zu einem attraktiven Geschäftsfeld wurden. Insgesamt wurde mit Reprints in dieser Zeit eine hohe Bedarfsdeckung bei z. T. wiederentdeckten Veröffentlichungen aus dem Buch- und Zeitschriftenbereich erreicht. Mit dem allmählichen Versiegen der öffentlichen Geldquellen im vierten Quartal des 20. Jahrhunderts war diese Blüte der Reprint-Verlage zunächst vorbei.

Mit leichter zeitlicher Verzögerung gilt das auch für eine Sonderform der Reprints, die Raubdrucke. Raubdrucke mißachten insbesondere Verwertungsrechte an Publikationen. Während bis zum 18. Jahrhundert durch Raubdrucke »nur« der vervielfältigungsberechtigte Drucker in seinen Vertriebsrechten und damit in seinen Umsatzmöglichkeiten geschädigt wurde, ist mittlerweile – seit der Einführung des Urheberrechts – dadurch

Dieser Artikel von Prof. Dr. Achim Oßwald (Fachhochschule Köln, FB Bibliotheks- und Informationswesen) erschien erstmals als Vortrag anlässlich einer Veranstaltung der Bibliothek der Friedrich-Ebert-Stiftung in Bonn (17. Juni 1996). Abgedruckt wurde er u.a. in den Nachrichten für Dokumentation 48 (1997) 1, S. 44-51. Inhaltlich wurde der Beitrag nicht aktualisiert, an wenigen Stellen jedoch von Andreas Mäckler gekürzt und syntaktisch angepaßt. Ebenfalls hat AM die URLs geprüft und gegebenenfalls ergänzt. eMail des Autors: achim.osswald@fh-koeln.de

Raubdruck

auch der Autor in seinen Rechten beeinträchtigt. Heute sind diese Persönlichkeitsrechte, aber auch die damit üblicherweise verbundenen Verwertungsrechte wieder deutlich gefährdet.

Faksimiles

Ein kleiner Teil der Reprints sind Faksimiles. Bei ihnen versuchen die Hersteller – in der lateinisch begründeten Bezeichnung klingt dies deutlich an –, den Nachdruck dem Original möglichst ähnlich zu machen. Durch den photomechanischen Nachdruck, aber auch die Photokopiertechnik sind schriftbildbezogene Faksimiles gängig geworden – am bekanntesten wohl die Sonderform Telefax. Eine Annäherung an die Beschaffenheit der ursprünglichen Materialien, auf denen die Vorlage gedruckt war, findet hingegen aus Kostengründen sehr selten statt – obwohl dies zum ursprünglichen Konzept der Faksimiles gehört.

Der Vertrieb von Reprints funktioniert nach den Prinzipien des Zielgruppenmarketings mit dem Vorteil, daß der Buchtitel bereits als bekannt vorausgesetzt werden kann.

Wesentlich für die Produktion von Reprints sind vertriebliche Überlegungen. Dieser Leitgedanke ist bestimmend für die Entwicklung dieser Publikationsform. Und das gilt in erweiterter Form auch für elektronische Reprints. Bei diesen stehen allerdings indirekte vertriebliche Aspekte wie persönliche oder organisationsbezogene Promotion derzeit noch im Vordergrund. Damit aber wird das Reprint-Konzept mit neuen Möglichkeiten konsequent weitergeführt, denn so können die Autoren in doppeltem Sinne von der Entwicklung profitieren: durch die Verbreitung ihrer Ideen und Arbeitsergebnisse, aber u. U. auch durch daran geknüpften wirtschaftlichen Erfolg.

Soweit dieser Blick in die Buch- und Verlagsgeschichte. Er ist wichtig, weil er das Verständnis des Begriffes »Reprint« konsolidiert. Im Internet trifft man nämlich auf ein erweitertes und interkulturell gewandeltes Verständnis des Begriffes.

Verlagsangebote zur Erstellung und zum Bezug von Reprints

Eine Suche in den gängigen Internet-Suchmaschinen wie *Google* und *Alltheweb* mit den Stichwörtern *Reprint* bzw. *Reprints* ergibt hunderte Einträge. Ein Schwerpunkt der Fundstellen verweist auf Angebote zur Erstellung und zum Bezug von Reprints. Hier wird das Netz als zusätzlicher Vertriebskanal zur Vermarktung von klassischen Reprints genutzt.

Mit Reprints sind dort dann mindestens die folgenden Varianten angesprochen:

1. Nachdrucke durch Verlage, die die Rechte an der Originalpublikation besitzen. Dies gilt insbesondere für Vermarktungsstrategien, bei denen Teile gedruckter Veröffentlichungen auf Einzelanfragen hin als Reprints erneut bzw. parallel vermarktet werden – so z. B. durch den Economist.

www.economist.com

2. Nachdrucke durch spezialisierte Reprint-Verlage wie z. B. International Reprint Corporation, die die organisatorischen und handwerklichen Arbeiten im Zusammenhang mit der Herstellung von Reprints übernehmen.

www.intlreprints.com

3. Nachdrucke, die von den Urhebern als zusätzliche Sonderdrucke gewünscht werden. Hierfür gibt es Angebote spezieller Dienstleister, die beispielsweise kundenorientierte Zusammenstellungen von Veröffentlichungen bieten oder auch materialbezogen auf das Faksimile-Konzept Bezug nehmen.

In diesen Fällen ist Reprint im fast schon klassischen Sinn zu verstehen als gedruckte Kopie bzw. bedarfsorientiert erzeugtes »Original« auf der Grundlage von Publishing on Demand. Hierbei kann der eigentliche Druck sowohl beim Erzeuger als auch beim Empfänger erfolgen.

Publishing on Demand

Für den zweiten Fall ist jedoch schon an dieser Stelle ein wesentlicher qualitativer Unterschied zum klassischen Reprint festzuhalten:

*Elektronische Vorlage
des Reprints*

Die Vorlage für das Reprint ist - wie auch immer erstellt - elektronisch. Sie wurde aus dem Original abgeleitet bzw. entwickelt. Ein elektronisches Reprint wird damit zur Zwischenform, und zwar mit dem Ziel, ein bedarfsorientiert erzeugtes, gedrucktes Reprint zu ermöglichen.

*Gern zitiertes Beispiel
eines elektronischen
Faksimiles: die Gutenberg
Bibel auf CD-ROM und
im Internet:
www.gutenbergdigital.de*

Das klassische, vorlagenbezogene Verständnis wird vorzugsweise in den von Bibliotheken angelegten Zusammenstellungen und Verweislisten angeboten. Vorlageformbezogene Nachdrucke von Zeitschriften- oder Buchinhalten sind dort die gängigen Reprint-Varianten. Die wohl spektakulärsten Reprints sind jene, im Rahmen derer elektronische Faksimiles bereitgestellt werden. Zumeist wird der mit der Faksimilierung verbundene Aufwand nur für alte Drucke oder in anderer Weise gefährdete Publikationen betrieben. Häufig spielen dabei auch Fragen des nationalen Prestiges eine Rolle.

*http://lcweb2.loc.gov/
ammem/ammemhome.html*

Entsprechend sind gern zitierte Projekte in diesem Bereich beispielsweise jenes der American Memory Collections, die von der Library of Congress im Rahmen des National Digital Library Program erstellt werden. Schon die Homepage dieses Projektes, das zum Ziel hat, historische Sammlungen der Library of Congress bereitzustellen, verdeutlicht, daß die Möglichkeiten der Digitalisierung weit über die der klassischen Reprints hinausführen. Nicht ohne Grund werden nämlich im Rahmen des Projektes neben Drucken und Fotos sowie reinen Textdokumenten auch Filme und Tonaufnahmen digital bereitgestellt.

www.ddb.de

Auch Die Deutsche Bibliothek zielt mit ihrem Projekt der Digitalisierung von 1000 Büchern in diese von den großen Nationalbibliotheken unter dem Titel *Bibliotheca universalis* eingeschlagene Richtung, die Hauptwerke kulturellen und wissenschaftlichen Arbeitens (Publikationen und Dokumente) zu digitalisieren und multimedial zugänglich zu machen.

Eine andere Perspektive hat *Mateo*, das Projekt *Mannheimer Texte Online*, einer nach marktwirtschaftlichen Prinzipien organisierten Initiative zur Bereitstellung von elektronischen Texten. Es steht gleichzeitig für ein herausragendes Beispiel faksimilierter Reprints aus dem deutschsprachigen Bereich. Elektronische Faksimiles von Publikationen, die in der Mannheimer Schloßbibliothek gesammelt sind, wie z. B. der beinahe 500 Jahre alten Bambergischen Peinlichen Halsgerichtsordnung des Johann Freiherr von Schwarzenberg oder anderes Sehenswerte versucht man hier gezielt anzubieten und zu vermarkten.

*www.uni-mannheim.de/
mateo/index.html*

Hier - wie auch in der Digitalisierung der Gutenberg-Bibel durch das Göttinger Digitalisierungszentrum - , zeigt sich ein wesentlicher Aspekt solcher Reprints in Faksimile-Form ganz deutlich: Wichtig sind diese Varianten insbesondere dann, wenn als wesentliches Charakteristikum der Druckvorlage nicht allein der Text gilt, sondern darüber hinaus die grafische Gestaltung, die Bebilderung oder auch Strukturmerkmale des Materials der Vorlage. Aus bibliothekarischer Perspektive sind diese elektronischen Faksimiles insbesondere hinsichtlich ihrer Nutzungsmöglichkeiten relevant - im Kontrast zu denen der Rara-Vorlagen, d. h. den besonders zu behandelnden Drucken und Handschriften.

*Digitale Reprints in
Faksimile*

Einen Grenzbereich zu Reprints deckt ein weiteres Projekt aus dem deutschsprachigen Raum ab. In ihm werden Faksimiles nur am Rande, aber äußerst sehenswert als Hilfe für die formale Erfassung und Recherche genutzt: Die Titelblätter 9000 frühneuzeitlicher Drucke, eines Teilbestandes der von der UB Augsburg verwalteten und angebotenen Oettingen-Wallersteinschen Bibliothek. Das Reprint-Angebot beschränkt sich hier zwar auf einen aus bibliothekarischer Perspektive wesentlichen Teil der Publikation, zeigt aber gleichzeitig die Möglichkeiten einer hochqualitativen Wiedergabe auch für eingeschränkte Anwendungsbereiche auf.

*www.bibliothek.uni-
augsburg.de*

In diesen Fällen wurden und werden die Möglichkeiten dieses Konzeptes auch auf die elektronische Faksimilierung von Kartenkatalogen angewandt.

Bereitstellung von Reprints im Internet

Die o. g. Projekte zur Bereitstellung von Reprints im Internet werden prinzipiell und in Einzelfällen auch faktisch erweitert um die Möglichkeit zur Bereitstellung von auf CD-ROMs und DVD angebotenen Reprints (z. B. Tesori Miniati), die über das Internet – lizenzrechtliche Regelungen vorausgesetzt – zugänglich gemacht werden können.

Die Digitalisierung von Büchern erlaubt eine Vielzahl von Vertriebsformen

Mit diesen Verfahren wird gleichzeitig verdeutlicht, daß die ursprüngliche mediale Bereitstellungsform lediglich eine erste vertriebliche Entscheidung darstellt, der weiterreichende, parallele Vertriebsformen folgen können.

Elektronische Reprints in zeichencodiertem und Postscript-Format

Postscript Format

Um sowohl das spezielle Layout eines Beitrages auch bei elektronischer Distribution zu bewahren und gleichzeitig eine zeichencodierte Wiedergabe zu ermöglichen, stand lange Zeit lediglich das Postscript-Format zur Verfügung. Es hatte und hat in Teilbereichen auch heute noch große Bedeutung für die Bereitstellung von Reprints, doch es wird erkennbar abgelöst durch PDF.

PDF (Portable Document Format)

Das Portable Document Format (PDF) der Firma Adobe ist inzwischen zum Standard im Bereich der Reprints von Zeitschriftenartikeln avanciert. Es gewährleistet in hohem Maße die Sicherstellung des Originallayouts und ist daher im Sinne der Verlage ein geeignetes Werkzeug zur Bereitstellung von elektronischen Parallelpublikationen.

Reduktion des Zeitfaktors im Reprint

PDF und Postscript sind offensichtlich jene Werkzeuge, die die Reduzierung des Zeitfaktors im Reprint-Konzept weiter fördern und damit eine Voraussetzung für die zeitliche Konvergenz von Reprint und Parallelpublikation schaffen. Direkt damit verbunden ist die Möglichkeit, Publikationen schwerpunktmäßig nicht mehr als Massenware in einem Produktions-

lauf durch Druckereien an einem Ort zu erstellen, sondern entsprechend dem Konzept des Publishing on demand bedarfsorientiert sowohl hinsichtlich Stückzahl und Produktions- bzw. Bereitstellungsort herzustellen. Aus verlegerischer Perspektive können damit alle Publikationen einer bestimmten Größenordnung als »Reprints« bzw. On-Demand-Produkte erstellt werden, ohne daß dies mit entscheidenden wirtschaftlichen Verlusten für die Verlage verbunden wäre.

Die am leichtesten erstellbare, den Kern des Reprint-Konzept repräsentierende Wiedergabevariante ist jene im reinen Zeichenformat. Der Internationalität des Internet entsprechend werden die meisten derartigen Texte in Englisch angeboten. Für sie reicht der mit ASCII verfügbare Zeichenvorrat. Dies gilt eingeschränkt auch für Texte in anderen Nationalsprachen. Anlehnungen an Strukturierungsmerkmale der Vorlagen werden bei den ASCII-Angeboten zumeist mittels Zeilen oder Absatzzählungen versucht. Ausgewählte Beispiele verdeutlichen die in dieser Form angebotenen Reprint-Varianten.

Das wohl bekannteste Beispiel einer solchen Textsammlung ist das Projekt Gutenberg, eine ehrgeizige Textsammlung mit der ursprünglichen Planung, bis zur Jahrtausendwende 10.000 urheberrechtsfreie Bücher elektronisch im Netz zur Verfügung zu stellen. Das von einem Professor der Universität von Illinois initiierte und getragene Projekt, das ursprünglich auch von der Universität selbst unterstützt wurde, ist mittlerweile zwangsweise in den privaten Bereich ausgelagert worden. Zwar ist es hinter seinen hochgesteckten Zielen weit zurückgeblieben, dennoch sind rund 3500 Reprint-Texte (Stand: Juni 2001) über dieses Projekt verfügbar gemacht worden. Sie werden im ASCII-Format als Textdateien oder als komprimierte Zip-Dateien (via ftp) zur Verfügung gestellt. Den eigentlichen Texten sind in der Regel einleitende organisatorische Hinweise zum Projekt vorangestellt. Die Texte können entgeltfrei bezogen werden.

Reprints im ASCII-Format

<http://promo.net/pg>
<http://gutenberg.aol.de>

*Promotion vor
Geldverdienen?*

Bei der entgeltfreien Bereitstellung von Reprints sind die vertrieblichen Überlegungen naheliegenderweise nicht pekuniär bestimmt, sondern indirekt und auf das Image der wissenschaftlichen Organisationen ausgerichtet. Faktisch ist es der Gedanke der Leistungsverbesserung und Promotion, der hier von den Anbietern – Organisationen und in einzelnen Fällen auch Einzelpersonen – genutzt wird.

Rara für alle

Während Rara im allgemeinen in besonders klimatisierten Räumen gleichsam unter Ausschluß der Öffentlichkeit vor sich hin altern, werden sie unter den veränderten Rahmenbedingungen als elektronische Faksimiles weltweit zugänglich gemacht. Bibliotheken und die bei ihnen verfügbaren Schätze werden dadurch bekannt (vgl. z. B. Projekt *Mateo* und die Digitalisierung der Gutenberg Bibel). Diese Form der Öffnung und Bereitstellung hat ganz erhebliche werbewirksame Nebeneffekte, so z. B. neue potentielle Nutzergruppen zu erschließen.

*Elektronische Reprints
eröffnen neue
Möglichkeiten der
Forschung*

In einer Forschungslandschaft, in der Drittmittel immer wichtiger werden, bieten elektronische Reprints ganz neue Möglichkeiten der Leistungsverbesserung. Konkret bieten beispielsweise Institute, an denen urheberrechtsfreie oder zielgruppenspezifisch lizenzierte Textsammlungen wie die oben erwähnten bereitgestellt werden, ihren Mitarbeitern oder auch Studierenden neue Möglichkeiten der Forschung. Durch den Fernzugriff werden jedoch neue Rahmenbedingungen der Nutzung solcher Vorlagen geschaffen. In Konkurrenzsituationen von Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen, aber auch beim Bemühen um Chancenangleichung von Studierenden bei der Nutzung von Institutsressourcen erhalten solche Möglichkeiten ein anderes Gewicht.

*Publizieren in
parallelen Medien*

Und schließlich sind es die Autoren, die sich durch die parallele oder leicht zeitversetzte Bereitstellung von Veröffentlichungen als Wissenschaftler persönliche Vorteile und Promotion versprechen. Dies gilt gerade auch für jene, die neue Wege neben den etablierten Distributionsmechanismen und -hierarchien des Publikationswesens suchen. Vermutlich auch deshalb etablierte sich die parallele, elektronische Veröffentlichung von Kongressbeiträgen so leicht. Daß damit gleichzeitig auch eine Intensivierung, zumindest jedoch Beschleunigung der wissen-

schaftlichen Diskussion erreicht werden kann, ist zwar der offizielle, wohl kaum aber der ausschließliche Impetus solcher Aktivitäten.

Für Verlage sind – wie oben schon ausgeführt – Reprints insbesondere wegen der Möglichkeit zum Publishing-on-Demand interessant. Für sie, wie auch für andere anbietende Organisationen – beispielsweise Zeitschriftenagenturen als Distributoren –, können auf diesem Wege die Kosten einer Bevorratung mit Printpublikationen entscheidend reduziert werden.

Die technische Voraussetzung für alle diese Möglichkeiten ist jedoch die Möglichkeit zum Fernzugriff. Sie macht einen wesentlichen Teil der aktuellen Attraktivität von elektronischen Reprints aus.

Reprints liegen in unterschiedlichen Dateiformaten vor, z. B. im Telefax-Format, als TIFF-, GIF-, Postscript- oder als JPEG-Dateien (z. B. bei Oettingen-Wallerstein), in zunehmendem Maße aber auch in dem von Adobe entwickelten Dateiformat Portable Document Format (PDF). Somit sind sowohl nichtcodierte als auch codierte Dateiformate von Relevanz.

Andere Optionen stecken in den erweiterten Möglichkeiten zur Präsentation der bislang ausschließlich gedruckt veröffentlichten Inhalte – insbesondere in Form von hypermedialen Verbindungen innerhalb der Publikationen und als Verbindung zu anderen Veröffentlichungen (vgl. u.). In Einzelfällen bieten sich auch multimediale Erweiterungen der ursprünglichen Publikationen an.

Charakteristisch für alle Formen von Reprints ist, daß der Zeitpunkt der Erstveröffentlichung an den der Erstellung von Reprints immer näher heranrückt. Dank der Möglichkeiten zur elektronischen Erzeugung und Distribution von Publikationen werden Reprints immer mehr zu Parallelveröffentlichungen. Von dort aus ist es verfahrenstechnisch und konzeptionell nicht mehr weit zu elektronischen Preprints. Die grundsätzlichen Erstellungsverfahren sind für beide – Reprints und Preprints – insbesondere bei den zeichencodierten Varianten ohnehin vergleichbar.

*Vorteile für Verlage**Der Fernzugriff über
das Internet als
kommerzielle Chance**Dateiformate**Reprints als
Multimedia-Ereignis**Preprint und
Reprint*

Die vorliegende Ausgabe ist als Book on Demand über die neue Digitaldruck-Technologie BoD™ hergestellt worden und über den klassischen Buchhandel sowie über Internet-Buchhandlungen zu beziehen.

Die Rechtschreibung folgt weder der neuen noch der alten, sondern der des Autors. Wo Preise bereits in EURO vorlagen, wurden sie aktualisiert, ansonsten in DM angegeben (Redaktionsschluß: Juni 2001).

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Mäckler, Andreas:

Books on Demand für... Reprints : so produzieren und verkaufen Sie Nachdrucke als Books on Demand / Andreas Mäckler. - München : Sequenz Medien-Produktion; Norderstedt : BoD, 2001 (Books on Demand für...; 6)

Copyright © 2001

Sequenz Medien Produktion GmbH

www.sequenz-online.de

Für diese Ausgabe by Books on Demand GmbH

Konzeption, Text und Layout: Andreas Mäckler München

Covergestaltung: Diem Seiler DDB, CH-Adliswil

Herstellung und Vertrieb: Books on Demand GmbH

Gutenbergring 53, D-22848 Norderstedt

Tel. 040 / 53 43 35-11, Fax 040 / 53 43 35-84

www.bod.de, eMail: info@bod.de

und

Books on Demand (Schweiz) GmbH

Industriestrasse Ost

CH-4614 Hägendorf

Tel. +41 / (0)62 / 209 25 55, Fax +41 / (0)62 / 209 26 83

www.bod.ch, eMail: info@bod.ch

Alle Rechte vorbehalten

ISBN 3-8311-2302-0

INHALT

Vorwort	7
1. Reprints offline und online	
Von Achim Oßwald – Verlagsangebote – Elektronische Reprints	11
2. Exkurs: Urheberrecht	
Von Wolfram Göbel – Schutzfristen – Texte – Satzbild – Fotos	21
3. Digitalisieren	
Bild- und Texterkennung – Texte richtig scannen	25
4. Das Manuskript	
Manuskript-Richtlinien – Titel und Titelschutz – ISBN – CIP – VLB	31
5. Zusammenarbeit mit BoD	
Buch-Formate – Erstellung der Druckvorlage – Herstellungskosten – Tipps & Tricks, wie Sie Ihr Layout optimieren	39
6. Verlagsgründung	
Gewerbeanmeldung – Gesellschaftsformen (GbR, GmbH)	59
7. Finanzierung und Sponsoring	
Zusammenarbeit mit Organisationen – Anzeigen – Präsentationen – Druckzuschüsse, Preise und Stipendien – VG-Wort	65
8. Presse- und Informationsarbeit	
Auswahl der Medien – Presseinformationen – Rezensentendatei – Postversand ...	69
9. Statt eines Nachworts	
Einige Fragen an den Münchner BoD-Verleger Wolfram Göbel	75
Anhang	
Literaturverzeichnis (S. 81) – Portale und Linksammlungen (S. 83) – Internationale Antiquariate (S. 86) – Ablauf: Erste Schritte (S. 99) – Rahmen- und Ergänzungsvertrag mit BoD (S. 101)	81

Die Reihe: **Books on Demand für...**

Verlage und Schriftsteller, Bibliotheken, Theaterautoren, Dozenten, Comic-Zeichner, Trainer, Doktoranden und Fachbuchautoren, Bürgerinitiativen, Produkthandbücher, Reprints... – jeder kann kostengünstig Bücher als Books on Demand (BoD) publizieren.

Erst bestellen, dann drucken! In dieser Formel liegt das Konzept von BoD. Die Vorteile gegenüber dem konventionellen Offsetdruck: keine Lagerhaltung, kurze Lieferzeiten, keine Mindestbestellmenge. Die digitale Technologie erlaubt, Bücher erst dann herzustellen, wenn ein Bedarf vorliegt. Geringe Kosten für die Druckvorstufe, der »Break even« (der Zeitpunkt, an dem die Investition wieder erwirtschaftet ist) wird schnell erreicht. Alle Rechte bleiben beim Autor.

BoD stellt eine breite Plattform zur Verbreitung der Bücher zur Verfügung. Automatisch werden alle Books-on-Demand-Titel im Katalog des Schweizer Buchzentrums (SBZ) und im Libri-Großhandelskatalog aufgenommen. Der Libri-Katalog ist in über 4.000 Buchhandlungen im deutschsprachigen Raum Grundlage für die Buchrecherche und -bestellung. Darüber hinaus ist über das Internet eine weltweite Präsenz und Bestellmöglichkeit gegeben.

Mit jedem Titel der auf rund 20 Bände angelegten Buchreihe geben wir einer bestimmten Zielgruppe alle notwendigen Informationen und aktuellen Adressen, um Books on Demand erfolgreich herzustellen und zu vertreiben.

Autor der Reihe:

Andreas Mäckler, geb. 1958, studierte Kunstgeschichte, Neuere Deutsche Literatur und Geschichte in Marburg/Lahn. Promotion. Spezialisierung auf Autorenmarketing und Buchproduktion in München. Verfasser der Ratgeber *Selbstverlag – Das eigene Buch erfolgreich vermarkten* (1999, 2. Aufl. 2000), und *Books on Demand – So verkaufen Sie Bücher im Internet* (2000, 2. Aufl. 2000), sowie *Die besten Marketing-Tipps für Autoren – So verkaufen Sie Bücher im Selbstverlag* (2001). Weitere Informationen finden Sie im Internet: www.maeckler.com

Andreas Mäckler

Books on Demand für... **Reprints**

So produzieren und verkaufen Sie
Nachdrucke als Books on Demand

Mit Texten von
Achim Oßwald und Wolfram Göbel

BoD™
Von der Idee zum Buch
Eine Innovation von Libri