

Geschäftsmodell

Die Firma, die Studenten Bücher schenkt

1 Im Stil von durch Werbung und Anzeigen finanzierten Gratis-Zeitungen bietet ein dänischer Verlag wissenschaftliche E-Books, also digitale Bücher, kostenlos an. Das Konzept ist erfolgreich, aber nicht unbedenklich.

3 Thomas Buus Madsen hat mit Büchern so seine Probleme. In der Bibliothek sind sie ständig ausgeliehen. Um sie selber zu kaufen, sind sie ihm zu teuer. Das ärgert den dänischen Studenten. Noch viel mehr hat er sich geärgert, als ein findiger Kommilitone plötzlich vor dem Kursraum stand und Kopien verkaufte. Kopien aus dem einzigen verfügbaren Exemplar eines wichtigen Lehrbuchs, das dieser sich rechtzeitig aus der Bibliothek gesichert hatte.

7 Heute, einige Jahre später, ist Madsen Geschäftsführer eines dänischen Buchverlags. Aber statt Bücher zu verkaufen, verschenkt er sie – millionenfach. Auf der Website Bookboon bietet der Verlag mehr als 700 deutsch- und englischsprachige E-Books fürs Studium zum Download an. Im Jahr 2005 hat Madsen das Unternehmen mit seinem Bruder gegründet. „Bei uns zahlen die künftigen Arbeitgeber der Studenten für die Bücher“, erklärt Madsen. Dass dieses Prinzip funktioniert, haben die Brüder kennengelernt, als sie die dänische Gratis-Zeitung *Metro* mit aufgebaut haben.

13 In erster Linie richten sich die Bookboon-Bücher an Studenten aus den Studienrichtungen IT, Wirtschafts- oder Ingenieurwissenschaften. Seit Jahren werben Unternehmen um den besten Nachwuchs. Und das können sie nun auch über den Umweg der Gratis-Bücher: Lädt sich ein Student ein Lehrbuch herunter, stößt er darin auf Anzeigen, in denen potenzielle Arbeitgeber werben. Bekannte Standardwerke oder die Pflichtlektüre, die manche Professoren von ihren Studierenden verlangen, finden sich hier nicht. Alle Gratis-Bücher werden von promovierten Wissenschaftlern gegen ein Honorar exklusiv für den Verlag geschrieben. Anfangs nur auf Dänisch, zunehmend auch auf Englisch, Deutsch und weiteren Sprachen. „Wir ziehen grundsätzlich Bücher in der jeweiligen Landessprache vor. Deshalb sollen deutsche Professoren auch auf Deutsch schreiben“, sagt Madsen. Die Autoren kämen unter anderem von der TU Berlin, der Universität Köln oder der TU Dresden.

22 Doch welchen wissenschaftlichen Gehalt können kostenlose Studienbücher haben? Wer einmal eine Gratis-Zeitung in der Hand hatte, wird seine Zweifel haben, ob die Bookboon-Bücher wirklich gut sind. Entscheidend für den Geschäftserfolg ist die Anzahl der heruntergeladenen Exemplare – sie bestimmen die Anzeigenpreise. Werbende Unternehmen sind in erster Linie daran interessiert, möglichst viele Leser zu erreichen.

26 Da ist die Versuchung groß, mit populärwissenschaftlichen Themen auf ein breites Publikum abzielen. Und so wundert es nicht, dass Bookboon neben Studienbüchern auch massentaugliche Business-Ratgeber und Reiseführer anbietet.

29 Sven Fund, Geschäftsführer des Wissenschaftsverlags De Gruyter, hat beim Konzept von Bookboon seine Beden-
30 ken. „Ich finde das wissenschaftlich ziemlich dünn“, kritisiert er. Für Nutzer böten die oftmals sehr kurzen Bücher
31 lediglich einen ersten Eindruck vom Thema. Außerdem bemängelt Herr Fund die geringe Auswahl: „Knapp 1.000
32 Titel sind für einen Wissenschaftsverlag nur ein Tropfen auf dem heißen Stein – wer sucht, will Vollständigkeit.“

33 Dass ein Konkurrenzverlag so argumentiert, erstaunt kaum. Am Ende werden die Studierenden den Markt und
34 damit die Reichweite bestimmen: Wenn sie aus den Bookboon-Büchern keinen Nutzen ziehen, werden sie seltener
35 welche downloaden. Denkbar ist aber auch, dass viele Bücher – eben weil sie nichts kosten – auf Verdacht herunter-
36 tergeladen werden und dann doch ungelesen bleiben. Bookboon-Geschäftsführer Madsen lässt die Kritik unbeein-
37 druckt. Er hat große Pläne. Noch stünde das Portal erst am Anfang: „Es nimmt schon etwas Zeit in Anspruch, ein
38 breites Angebot aufzubauen“, sagt er. Momentan wächst die Seite jährlich um ca. 250 Bücher.

39 Dicke Bücher von 1000 Seiten und mehr scheinen aber weder jetzt noch später ins Portfolio der dänischen Brüder
40 zu passen. „Unsere Bücher sind bewusst kurz gehalten. Es ist Teil unseres Konzepts, dass die Bücher übersichtlich
41 und leicht verständlich sind“, sagt Madsen. Studenten würden die Bücher besonders kurz vor Klausuren zur Prü-
42 fungsvorbereitung nutzen.

43 Fest steht: Bookboon hat Erfolg. In den skandinavischen Ländern ist die Website bereits vielen Studenten bekannt.
44 In Großbritannien, den USA und Indien wächst die Anzahl der Downloads kontinuierlich. Deutsche Nutzer haben
45 2012 bislang drei Millionen E-Books heruntergeladen. Für das komplette Jahr erwartet das Unternehmen zwischen
46 acht und zehn Millionen Downloads.

47 Und am Selbstbewusstsein mangelt es Geschäftsführer Madsen nicht: „Unser Ziel ist es, zu einem der marktfüh-
48 renden Anbieter von akademischen Studienbüchern aufzusteigen“, sagt er. Sollte ihm das gelingen, muss sich die
49 Wissenschaftswelt wohl etwas einfallen lassen.

Quelle des Textes:

<http://www.zeit.de/studium/uni-leben/2012-06/bookboon-e-books>, 12.06.2012 (leicht verändert)

4.911 Zeichen mit Leerzeichen