

TOUCHÉ!

„MagBooks“, das erste Fotobuch-Format für iPhone, iPad und andere fingerbedienbare Geräte, bietet Newcomern unverhoffte Publikations-Chancen – und verleiht dem Kunstbuchmarkt buchstäblich neue Seiten.

Peter Schuffelen



MagBooks-Gründer Andreas Magdanz verlegt auch seine eigenen Werke
 Oben: Dienststelle Marienthal, BND-Standort Pullach
 Unten: „Camp Vogelsang“

Ein Fotobuch ist, nach landläufiger Vorstellung, ein Druckwerk. Anfassen, Durchblättern, ins Bücherregal stellen, die Haptik, der Papiertyp, das Druckverfahren, Format und Layout, ja selbst die Tatsache, dass gefragte Werke irgendwann vergriffen sind – all das gehört zum Wesen dieser Publikationsform. Oder sollte man besser sagen: gehörte? Zweifel über die materielle Verfassung des Mediums sind angebracht. Spätestens seit der Fotokünstler und erfolgreiche Fotobuchautor Andreas Magdanz vor gut einem Jahr die MagBooks-App auf den Markt gebracht hat – ein digitales Foto-

buchformat, das speziell für die Betrachtung auf dem iPhone und dem iPad entwickelt wurde. Bis heute sind 20 Titel verfügbar. Gemessen an den Vertriebszahlen steckt das Projekt damit zwar noch in den Kinderschuhen, nicht aber, was die Technik, die Handhabung und das Potenzial des Display-Buchs betrifft. Schon jetzt ist klar, dass Self-Made-Verleger Magdanz mit der nach seinem Spitznamen benannten App ein neues Kapitel aufgeschlagen hat in dem noch recht jungen Medium Fotobuch. Ein Jahr MagBooks – Zeit für eine erste Zwischenbilanz.



So intuitiv wie ein Buch aus Papier

Alles fing damit an, dass sich Magdanz – nach eigenem Bekunden kein klassischer Apple-Jünger – ein iPhone zulegte. Schnell begeisterte sich der heute 47-Jährige für die intuitiven Qualitäten der Benutzeroberfläche, das „Umblättern“ per Fingerwisch, das Zoomen mit zwei Fingern. „Das alles fühlte sich so vertraut an, dass mir ziemlich bald die Idee mit dem Fotobuch auf dem Handy kam“, erinnert sich der Fotokünstler.

Für Magdanz war klar, dass sein Display-Buch nicht einfach ein für kleine Bildschirme optimierter PDF-Ableger werden durfte. Sondern ein digitales Format, das sich ebenso intuitiv handhaben ließ wie das analoge Vorbild und zugleich einen funktionalen und verlegerischen Mehrwert bot. Bilder „anfassen“, Seiten umblättern, aber auch das Hineinzoomen oder Betrachten des Bildmaterials in der von iTunes vertrauten Coverflow-Ansicht. Dazu die Möglichkeit, die Stills durch audiovisuelles Bonusmaterial zu ergänzen. Sowie ein internationales Vertriebssystem, das mit dem Apple iTunes Store (und künftig Google Market) den teuren Post-Versand durch eine kostenfreie Download-Variante ersetzt. Im Vergleich zu gedruckten Bildbänden verfügen die die via www.magbooks.de

promoteten Display-Bücher noch über zwei weitere Erfolgs-Gene: Unschlagbar günstige Produktionskosten und einen vielfach niedrigeren Verkaufspreis (siehe Interview).

Bis es soweit war, steckten Magdanz und ein beauftragter IT-Dienstleister acht Monate in Konzept und Ausarbeitung, die Kosten beliefen sich auf einen knapp sechsstelligen Betrag. „Eine Adobe-Adaption wäre kurzfristig deutlich günstiger gewesen, hätte aber bei weitem nicht die Funktionalitäten gebracht, die ich wollte und auf Dauer auch eine Stange gekostet – wegen der kontinuierlich anfallenden Lizenzen“, sagt Andeas Magdanz.

Anfangs hatte er nur den Plan, seine eigenen Werke digital verfügbar zu machen – allen voran sein wohl bekanntestes Fotobuch „Dienststelle Marienthal“ über den inzwischen rückgebauten Regierungsbunker der Bonner Republik. Aber auch seine anderen erfolgreichen Bücher „BND – Standort Pullach“ und „Camp Vogel-sang“ bietet Magdanz in der für iPhone und iPad optimierten Variante zum Download an, Kostenpunkt: Einige wenige Euro. Und auch sein neues Projekt – ein auf zwei Jahre Arbeitszeit angesetztes fotografisches Essay über das deutsche Trauma Stuttgart-Stammheim – soll nicht allein in einer gedruckten Variante, sondern auch als MagBook erscheinen.

Als das iPad auf den Markt kam und sich die Anfragen anderer Fotografen häuften, entschied sich Magdanz für den Schritt vom digitalen Selbst- zum Fremdverleger. Auch wenn der Break-even noch nicht erreicht sei, habe sich der Aufwand gelohnt – und die Gewinnzone sei am Horizont erkennbar, sagt Magdanz.

Anlass für derartigen Optimismus gibt es immer wieder. Zum Beispiel im Falle von „A 40“. Mit dem 148 Seiten starken Fotoessay von Sebastian Mölleken über die Ruhrgebiet-Autobahn hat MagBooks mehr als einen Achtungserfolg erzielt: Das Werk wurde innerhalb von 24 Stunden mehr als 3.600 Mal heruntergeladen und führte zwischenzeitlich die Download-Hitliste des Apple Stores an. Und die MagBook-Offensiven gehen weiter: Derzeit arbeitet das MagBooks-Team an der Entwicklung der Portierung für Android und Market Place. Zudem steht Magdanz in Verhandlungen mit



Digitaler Bestseller: Das Fotoessay „A 40“ von Sebastian Mölleken war tagelang die am häufigsten heruntergeladene App des iTunes-Stores

Motorola. Wenn die Verträge stehen, könnten im kommenden Jahr alle Tablets des Herstellers ab Werk mit MagBooks ausgeliefert werden. Wie erfolgreich digitale Bücher vom Schlag der MagBooks künftig sein (und wieviel Butter sie den angestammten Verlagen vom Brot holen) werden, hängt unter anderem von der technischen Weiterentwicklung der Tablets und ihrem Verbreitungsgrad in der Bevölkerung ab. Sobald die Haushaltsdurchdringung ähnliche Ausmaße wie bei den Laptops angenommen hat, dürfte das digitale Fotobuch nicht mehr aufzuhalten sein.

Editionen ohne Eselsohren

Zurück zum Ausgangspunkt und damit zu „Dienststelle Marienthal“. Das mit gigantischem konzeptionellen, emotionalen und materiellen Aufwand realisierte, viele Kilo schwere und zum Stückpreis von 100,- Euro im Eigenverlag veröffentlichte Werk, das die Fotobuch-Enzyklopädisten Martin Parr und Gerry Badgers zu „einem der wichtigsten Fotobücher aller Zeiten“ zählen, ist inzwischen längst vergriffen und nur noch antiquarisch erhältlich – zum Dutzendfachen des ursprünglichen Ladenpreises. Oder aber digital, ohne Eselsohren und Kratzer, im Apple iTunes Store: für 3,99 Euro.

www.magbooks.de

www.andreamagdanz.de

>>>



ANDREAS MAGDANZ

Andreas Magdanz, Jahrgang 1963, studierte von 1987 bis 1991 visuelle Kommunikation mit Schwerpunkt Fotografie in Mainz und Aachen.

Zwischen 1994 und 1997 hatte er einen Lehrauftrag für Fotografie an der Fachhochschule Aachen, seit 2008 hat Magdanz einen Lehrauftrag für künstlerische Fotografie an der RWTH Aachen am Lehrstuhl für bildnerische Gestaltung.

Magdanz' Werk fand internationale Anerkennung in diversen Ausstellungen, u. a. in New York und Frankreich sowie in verschiedenen Auszeichnungen, u. a. Förderpreis der Stadt Aachen (1993) und Bennigsen-Förder-Preis des Landes NRW (1995).

Arbeiten

- 1998–2000: „Dienststelle Marienthal“ – eine Gebäudemonografie. Buch, Video, Internetauftritt
- 2002–2003: „Auschwitz-Birkenau“ – Fotografien für den Film „Birkenau und Rosenfeld“ von Marceline Loidan-Ivens. Ausschnitte der Arbeit wurden 2003 in Buchform veröffentlicht.
- 2004: „Vogelsang“, Dokumentation des zukünftigen Nationalparks
- 2005–2006: „BND-Standort Pullach“, künstlerische Dokumentation der Zentrale des Bundesnachrichtendienstes in Pullach, Buch, 2006 DuMont

>>> „Mit digitalen Fotobüchern Geld verdienen“



digit! Herr Magdanz, warum ist Ihnen persönlich das Fotobuch als Medium so wichtig?

Andreas Magdanz: Das Interesse am Einzelbild ist mir schon lange abhanden gekommen, mir geht es um komplexe Inhalte – und die lassen sich nun mal am besten in Buchform festhalten und einem möglichst breiten Publikum nahebringen.

digit! Sie machen seit 20 Jahren Fotobücher. Wie schätzen Sie den Markt ein?

AM: Der ist deutlich schwieriger geworden. Dass man, wie ich vor einigen Jahren, für ein Fotobuch-Projekt vom Verlag einen fünfstelligen Vorschuss bekam, ist heute nicht mehr denkbar. Inzwischen muss man als Autor mindestens 15.000,- Euro Eigenkostenanteil auf den Tisch legen, dazu idealerweise einen druckfertigen Dummy – die Layoutabteilungen und Lektorate sind in vielen Verlagen stark zusammengeschnürt.

digit! Mit den MagBooks für Smartphones und Tablets treten Sie jetzt selbst als Verleger auf. Welche Vorteile können Sie Fotobuch-Autoren bieten?

AM: Zunächst mal sind die Kosten weitaus geringer. Autoren können ein fotografisches Projekt als MagBook ab 1.500,- Euro erstellen lassen – ein von uns subventionierter Preis, der sich über den Verkauf amortisieren soll. Neben der Neuauflage vergriffener Klassiker bekommen so auch Newcomer eine reale Chance, als Autoren wahrgenommen zu werden und zu verkaufen. Hinzu kommen formale und inhaltliche Einzigartigkeiten: Die Brillanz der Bilder ist sehr viel höher, man kann in die Bilder hineinzoomen und ergänzende Audio- und Videodateien hinterlegen. Ein Selbstläufer ist das Format noch nicht, aber die internationale Vermarktung und die deutlich höheren Margen für die Autoren werden mittelfristig auch den wirtschaftlichen Erfolg sichern.

digit! Wie viel Prozent erhält ein Autor denn konkret?

AM: Nach Abzug der Kosten wird der Gewinn zu gleichen Teilen zwischen MagBook-Verlag und Autor geteilt. Je nach Vertriebsweg – App-Store bzw. Google Market – kann das bis zu 50 Prozent des Verkaufspreises bedeuten. Im traditionellen Buchmarkt bewegt sich diese Spanne zwischen 6 und 9 Prozent.

digit! Die MagBook-Ausgabe von Sebastian Möllekens Buch „A 40“ stand tagelang auf Platz 1 der iTunes-Charts. Wie haben Sie das gemacht?

AM: Wenn ich wüsste, wie man einen digitalen Bestseller produziert, würde ich das an dieser Stelle sicher nicht verraten (lacht).



Magbook
„Westbank“ von
Grischa Schmitz:
Künftig – wie alle
Titel – auch als
App für Android-
Tablets erhältlich

Nein, im Ernst: Kein Mensch weiß, nach welchen kommunikativen Kettenreaktionen so eine Lawine losgetreten wird. Klar ist aber auch: Neben der Qualität muss der Preis stimmen. Als wir „A40“ für kurze Zeit kostenlos angeboten haben, sind die Downloadzahlen sofort in die Höhe geschneilt. Ziel ist es, mit niedrigen Preisen und hohen Auflagen Geld zu verdienen. Dazu muss man austarieren, wo die Preisgrenze liegt – wir reden über Beträge im Centbereich, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden.

digit! Was schließen Sie daraus über die Käufer?

AM: Zumindest dass es fotobuchinteressierte Menschen gibt, die für einen Bildband nicht unbedingt bereit sind, hundert oder mehr Euro hinzulegen und dass wir augenscheinlich Menschen erreichen, die sonst überhaupt keine Fotobücher kaufen würden.

digit! Wie lautet Ihre Zukunftsprognose für das Fotobuch?

AM: Ich bin überzeugt: Das gedruckte Buch wird nicht sterben. Aber Formate wie MagBooks können eine sehr sinnvolle Ergänzung sein. Der digitale Fotobuchmarkt ist noch sehr frisch, und wir waren die ersten. Ich schätze, dass sich in zwei, drei Jahren mit digitalen Fotobüchern viel Geld verdienen lässt.

WISCHEN, TAPPEN, FINGERSPREIZEN: DIE BEDIENUNG DES MAGBOOKS



- Intuitive Blätterbewegung.
- Ein einmaliger Tab stellt die Seitenansicht her, die Bilder werden auf Bildschirmbreite eingezoomt.
- Durch das Spreizen der Finger auf dem Display lässt sich das Bild vergrößern, sodass die Bilder im Detail betrachtet werden können.
- Durch zweimaligen Tab kommen Sie in die Seitenansicht zurück.
- Die Cover-Flow-Ansicht, die sich durch einen zweifachen Tab auf das Display öffnet, bietet eine gute Übersicht und einen schnellen Zugriff auf alle Seiten.

+++ Ab sofort erhalten Sie **ILFORD GALERIE** Medien bei Tetenal +++

ILFORD
GALERIE
PROFESSIONAL INKJET PHOTO RANGE



INK JET SOLUTIONS

TETENAL