

## Ebook-only imprint Eburon Elements van start

23-02-2011 16:32

Gebruikers van mobiele telefoons lezen vooral tijdens het ontbijt, op weg naar en van het werk en 's avonds tussen acht en tien, zo blijkt uit recent onderzoek. Deze doelgroep wordt echter nog niet goed bediend door uitgeverij; 'gewone' ebooks zijn te lang om comfortabel van een telefoon te lezen en ook de hoge prijs van veel ebooks en de gebruiksonvriendelijke beveiliging belemmert de acceptatie van mobiel digitaal lezen.

Met Eburon Elements wil uitgeverij Eburon mobiel digitaal lezen eenvoudig en aantrekkelijk maken. Alle Eburon Elements worden aangeboden in het industry-standard ePub formaat, zonder beveiliging, en gaan maximaal vijf euro kosten. De ebooks zijn verkrijgbaar via alle Nederlandse ebookshops, waaronder Bol.com, ebook.nl, selexyz.nl, Managementboek.nl en zullen ook te koop zijn in de iBookstore van Apple zodra deze in Nederland haar deuren opent.

De eerste drie Elements zijn Calimeromarketing 2.0 in een eierdop van Karen Romme, Kansrijk Nieuw Werken van Wilco van Gelderen en De kracht van een klacht van Ellen de Lange-Ros. Deze drie ebooks hebben een gemiddelde leestijd van een uur en kosten € 2,95.

Ellen de Lange-Ros over het concept: "Eburon laat met de introductie van Elements zien dat zij de digitale markt voor boeken begrijpt en speelt goed in op de kansen die zich nu aandienen. Dat betekent: afzien van gebaande paden, niet afwachten, maar zelf meebouwen aan de toekomst. Een uurtje in het openbaar vervoer, thuis op de bank of in het park wordt een kans om een nieuw vakgebied te verkennen, inspiratie op te doen, of geïnformeerd te worden over de nieuwste ontwikkelingen."

Ter gelegenheid van de introductie van het ebook imprint ontvangt iedereen die Eburon Elements gaat volgen via Twitter (@eburonelements) een link naar een gratis download van Kansrijk Nieuw Werken. Bovendien kan het ebook over Calimeromarketing tijdelijk voor slechts €1,50 aangeschaft worden door 'GO CALIMERO' te sms'en naar 1008.

David Huijzer