

E-BOOKS *Auf dem Belletristikmarkt werden E-Books jetzt zur relevanten Größe. Welche Geräte und Vertriebswege werden genutzt und mit welcher Perspektive? Eine aktuelle Marktforschungsstudie der Uni Hamburg zeigt die Variablen auf.*

Von der Liebe zum Papier und dem Reiz der Reader

Das vergangene Weihnachtsgeschäft zeigte die zunehmende Nachfrage nach E-Books und Lesegeräten wie E-Reader und Tablet-PCs in Deutschland eindrucksvoll auf. Damit verbunden steigt die Nachfrage nach digitalen belletristischen Titeln. Insbesondere Publikumsverlage sehen sich der Herausforderung gegenüber, ihr Sortiment adäquat zu gestalten und zu vermarkten. Die Kenntnis der Nachfrage ist die Grundlage für zukünftige Entscheidungen. Allerdings liegen hierzu nur sehr wenige aktuelle Marktforschungsergebnisse vor, die Manager in der frühen Marktphase bezüglich des Kauf- und Nutzungsverhaltens bei E-Books unterstützen.

Wissenschaftler des Research Center for Media and Communication an der Universität Hamburg haben sich diesem Problem gewidmet und liefern auf der Basis einer deutschlandweit repräsentativen Marktforschungsstudie Informationen über:

- Nachfrage (Kauf) und Nutzung von belletristischen E-Books
- Unterschiede zwischen Kauf- und Nutzungssituationen bei gedruckten Büchern und bei E-Books
- die Situation im Handel.

Die folgenden Aussagen sind repräsentativ für ein buchaffines Publikum (N=1623 Buchkäufer; zur Methodik s. Kasten unten).

Was Belletristik-Buchkäufer kaufen

Das beliebteste Buchformat ist das Taschenbuch. 91% der Befragten haben in den vergangenen 12 Monaten Taschenbücher erworben, im Durchschnitt 8 Exemplare. Hardcover-Titel wurden von 75% der Befragten erworben, die durchschnittlich 5 Exemplare kauften. Dies zeigt: Insbesondere Vielleser bevorzugen Taschenbücher. Auch das Leihen von Büchern ist beliebt. So haben 45% der Befragten im Durchschnitt 9 Bücher in den vergangenen 12 Monaten geliehen.

Studie »E-Books und E-Reader – Kauf und Nutzung«

Zur Methodik. Die Datenerhebung für die Studie wurde Ende Oktober 2011 in Kooperation mit einem internationalen Panelanbieter durchgeführt. Die Stichprobe ist quotiert (Alter, Geschlecht, Einkommen) und repräsentativ für die Bundesrepublik Deutschland.

Zur Eingrenzung der Stichprobe auf buchaffine Befragte wurde ein zweistufiger Filter eingesetzt. Ausgehend von 2597 Befragten wurden 974 Befragte ausgefiltert, die entweder angaben, in den vergangenen zwölf

Monaten keine belletristischen Buchtitel gekauft oder gelesen zu haben, oder es als unwahrscheinlich bewerteten, mindestens einen belletristischen Buchtitel in den kommenden sechs Monaten käuflich zu erwerben. Nach der üblichen Bereinigung der Daten (z.B. unrealistisch schnelle Bearbeitungsdauer des Fragebogens) verbleiben 1623 Befragte in der Stichprobe. Diese stellen die Datengrundlage der Studie dar.

Repräsentativität. Die Stichprobe ist gut angepasst an bundesdeutsche

Strukturdaten bei Geschlecht, Einkommen und Berufen. Leichte Abweichungen ergeben sich bei Schul- und Ausbildungsabschlüssen, beim Alter sowie bei der Haushaltsgröße. Diese Unterschiede sind weniger relevant, wenn man anstelle der bundesdeutschen Gesamtbevölkerungsdaten die Daten buchaffiner Konsumenten als Vergleichsmaßstab nutzt. Diese sind in der Regel besser ausgebildet. Der erhöhte Anteil mittlerer Altersgruppen in der Stichprobe ist insbesondere geeignet für die Ableitung des

Die E-Book-Käufe sind dagegen noch gering: ■ 14% der Befragten geben an, in den vergangenen 12 Monaten belletristische E-Books erworben und dafür im Durchschnitt insgesamt 57 Euro ausgegeben zu haben.

■ Die mittlere Kaufmenge von E-Books beträgt 6 Exemplare.

■ Die durchschnittliche Preiseinschätzung für ein aktuell erschienenen E-Book (Belletristik, ca. 400 Seiten) liegt bei knapp 16 Euro und damit innerhalb der marktüblichen Preisspanne.

Neben den E-Book-Käufern haben weitere 9% der Befragten kostenfreie E-Books und Leseproben genutzt („E-Book-Leser“). Diesen beiden Gruppen stehen mit 77% gut drei Viertel der befragten Buchkäufer und Buchleser gegenüber, die bisher noch keine E-Books genutzt haben („E-Book-Nichtleser“).

Verglichen mit dem US-Markt unterstreicht die Verteilung (s. Kasten rechts) die noch verhaltene Entwicklung des deutschen E-Book-Marktes. Auf die Frage nach E-Book-Käufen in den kommenden sechs Monaten antworteten E-Book-Käufer im Durchschnitt mit „wahrscheinlich“ (4,0 auf einer Skala von 1 bis 5), E-Book-Leser mit „vielleicht“ (2,8). E-Book-Nichtleser werden nach eigenen Aussagen auch in naher Zukunft voraussichtlich keine E-Books erwerben (1,8).

Mangelnde Haptik bei E-Books

Was sind Gründe für die Nichtnutzung von E-Books? Als wesentliche Motive wird vor allem auf Qualitäten des gedruckten Buches verwiesen (auf einer Skala von 1 bis 5):

■ Die generelle Zufriedenheit mit der bisherigen Nutzung (4,5)

E-Book: Käufer, Leser und Nichtleser

Gruppe	Definition	Anteil in Stichprobe
E-Book-Käufer	Kauf von mindestens einem belletristischen E-Book in den vergangenen 12 Monaten	13,7% (222 Befragte)
E-Book-Leser	Kein Kauf, aber kostenfreie Nutzung (z.B. Leseprobe, Gratis-E-Book) von mindestens einem belletristischen E-Book in den vergangenen 12 Monaten	9,2% (149 Befragte)
E-Book-Nichtleser	Weder Kauf noch kostenfreie Nutzung von mindestens einem belletristischen E-Book in den vergangenen 12 Monaten	77,1% (1252 Befragte)

■ das Leseerlebnis beim Konsum gedruckter Bücher (4,4)

■ die Möglichkeit, gedruckte Bücher nach dem Lesen ins Regal stellen zu können (4,2).

Nicht vorhandene Geräte (4,0) und zu hohe Preise für E-Books (2,9) folgen im Mittelfeld. Weniger relevant sind dagegen technisch bedingte Verweigerungsgründe wie mangelnde Bildqualität (2,6), die fehlende Druckfunktion der Inhalte (2,6) oder eine als zu kompliziert wahrgenommene Bedienung der Lesegeräte (2,4).

Die Ursachen für die Nichtnutzung von E-Books sind demnach vor allem haptisch bedingt und hängen mit dem Erlebnis beim Lesen gedruckter Bücher zusammen. Hieran wird sich in naher Zukunft voraussichtlich wenig ändern. Anders verhält es sich mit der Geräteausstattung: Mit zunehmender Verbreitung entsprechender Lesegeräte, wie z. B. Tablet-PCs, wächst die Anzahl potenzieller Käufer und Leser. Die Bewertung der Preise als zu hoch zeigt: Publikumsverlage können die Nachfrage nach E-Books auch durch Preissenkungen erhöhen.

Marktpotenzials von E-Books und E-Readern.

Autoren. Die Studie „E-Books und E-Reader – Kauf und Nutzung“ wurde verfasst von Prof. Dr. Michel Clement, Dipl.-Kfm. Tim Prostka und Dr. Felix Eggers am Institut für Marketing und Medien der Universität Hamburg, Research Center for Media and Communication.

Bezug. Eine Zusammenfassung der Studie kann angefragt werden unter: Medienmanagement@uni-hamburg.de



■ Michel Clement ist seit 2006 Professor für Marketing und Medienmanagement an der Universität Hamburg. Seine Forschungsschwerpunkte sind Innovationen im Medienbereich.



■ Felix Eggers ist z. Z. Gastforscher an der Zeppelin Universität (Friedrichshafen). Seine Forschung konzentriert sich auf Entscheidungstheorie und Prognosemodelle individuellen Konsumentenverhaltens.



■ Tim Prostka ist seit 2009 wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Lehrstuhl für Marketing und Medienmanagement der Universität Hamburg und forscht zum Konsumentenverhalten auf Medienmärkten.

»Nicht so drastisch wie im Musikmarkt«

Prof. Clement: Aber etablierte Buchunternehmen geraten mächtig unter Druck

Michel Clement ist seit 2006 Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und Medien an der Universität Hamburg. Seine Forschungsschwerpunkte sind Innovationen im Medienbereich.

Wie groß ist das deutsche E-Book-Potenzial?

Das Potenzial entspricht grundsätzlich dem gesamten Buchmarkt, zumindest in der langen Frist. Aufgrund vergleichbarer Marktcharakteristika wie in den USA werden die Verlage in Deutschland in den nächsten Jahren wie aktuell in den USA zweistellige Umsatzanteile mit digitalem Geschäft aufweisen – und einen ungebrochenen Wachstumstrend, denn wir stehen erst am Anfang; die Nachfrager lernen den Nutzen von E-Books erst kennen. Die Absatzzahlen von E-Readern und Tablet-PCs in Deutschland zeigen, dass die digitale Nutzung auf dem Vormarsch ist, und verglichen mit dem europäischen Ausland ist Deutschland bei E-Book-Infrastruktur und -Nutzung weit vorn.

Was bedeutet dies für die Entwicklung des Marktes der gedruckten Bücher?

Gekoppelt an die Verbreitung entsprechender Lesegeräte wird die digitale Nutzung von Büchern insgesamt zunehmen. Unsere Daten zeigen, dass E-Book-Käufer oftmals Vielleser sind, die schon jetzt einen wesentlichen Anteil ihrer Lesemenge digital beziehen. Hier beobachten wir eine Substitution von gedruckten Büchern durch E-Books. Auf der anderen Seite existieren aber auch Verweigerungstendenzen gegenüber der digitalen Nutzung. Für viele Buchleser sind haptische Aspekte beim Konsum oder auch Besuche von Buchhandlungen Beweggründe, gedruckte Bücher zu präferieren.

Was bedeutet das für das Tempo der Veränderungen?

Eine schnelle und drastische Ent-



Medienforscher Clement: Das wahre Bedrohungspotenzial liegt in illegalen Bezugswegen.

wicklung wie im Musikmarkt scheint im Buchmarkt unwahrscheinlich. Die Konsumenten lernen langsamer in dieser Branche. Dennoch muss auf die steigende Nachfrage nach E-Books eingegangen werden. Das iPad oder der Kindle unter dem Weihnachtsbaum wollen gefüttert werden.

Über die Elektronik treten andere Player in den Markt und es ergeben sich andere Vertriebswege. Mit welchen Folgen?

Es steht vollkommen außer Frage, dass die Digitalisierung neue, sehr mächtige Wettbewerber in den Markt der Bücher einsteigen lässt. Es werden viele etablierte Firmen massiv unter Druck kommen, während viele neue Anbieter hinzugewinnen. Apple wird seine Marktmacht ausbauen und diejenigen, die nur vom Printmarkt leben, werden Marktanteile und Wertschöpfungspotenziale verlieren. Das Verlagsgeschäft gerät in dem Moment in Gefahr, wenn Verlage ihre Inhalte nicht digital anbieten bzw. nicht nachfrageorientiert gestalten und bepreisen. Potenzielle Käufer werden so systematisch an die Nutzung illegaler Bezugsstrukturen herangeführt. Hier liegt das wahre Bedrohungspotenzial.

zielle Käufer werden so systematisch an die Nutzung illegaler Bezugsstrukturen herangeführt. Hier liegt das wahre Bedrohungspotenzial.

Wie differenziert sollten Verlage an den E-Book-Markt gehen?

Auf allen Medienmärkten zählt aus Kundensicht ein vollständiges Sortiment. Dies gilt auch für den Buchmarkt. Wenn die Produktionsstrukturen für E-Books einmal vorhanden sind beziehungsweise systematisch mit externen Dienstleistern kooperiert wird, sollten Verlage grundsätzlich alle ihre Titel zur Verfügung stellen. Neben der Sortimentsbreite ist auch die Frage des Zeitpunkts der Veröffentlichung relevant. Im Printmarkt existiert mit dem Zeitversatz zwischen Taschenbuch- und Hardcover-Ausgabe bisher eine verlässliche Regelmäßigkeit. Verlage sollten mit dem neuen Format E-Book offen und experimentierfreudig umgehen und in Abhängigkeit der erwarteten Umsätze eventuell auch über eine Veröffentlichung von E-Books vor Hardcover-Ausgaben nachdenken.

DIE FRAGEN STELLTE THOMAS WILKING

Wie Zusatzelemente bewertet werden

E-Books bieten die Möglichkeit, neben dem reinen Buchtext weitere Elemente wie Bilder, Audio- und Videosequenzen zu integrieren. Für E-Book-Käufer und -Leser sind diese Zusatzinhalte durchaus attraktiv (3,2 bzw. 2,9). E-Book-Nichtleser bewerten sie dagegen erwartungsgemäß als weniger wichtig (2,4). Die Ursachen für diese niedrige Bewertung können sowohl in der mangelnden Erfahrung mit E-Books liegen als auch im geringen technischen Interesse.

Von den Befragten, die Zusatzinhalte als wichtig bewerteten, werden vor allem jene Zusatzinhalte als interessant bewertet, die die Funktionen des gedruckten Buches auf Basis von Bildern und Texten erweitern. Das können z.B. Karten und Übersichten zum Inhalt des Buches (3,7) und Hintergrundinformationen zu Thema (3,7) und Autor (3,3) sein. Auch eine Suchfunktion im gesamten digitalen Buchtext wird als sehr interessant bewertet (3,6). Multimediale Inhalte dagegen, wie Videosequenzen (3,0) oder integrierte Vorlesefunktionen (2,4), sind den Befragten weniger wichtig.

Diese Zusammenhänge unterstreichen die Nutzungsverwandtschaft zwischen E-Books und gedruckten Büchern und zeigen, dass nicht alles, was technisch möglich ist, das Leseerlebnis bei E-Books sinnvoll erweitert. Dies zeigt auch die Analyse der Situationen, in denen E-Books gelesen werden. Diese unterscheiden sich nur gering von denen bei gedruckten Büchern. Alle drei Gruppen von Befragten lesen sehr oft im Urlaub und beim Entspannen sowie regelmäßig bei geschäftlichen Aufenthalten und in öffentlichen Verkehrsmitteln. Die Verteilung der Lesesituationen von E-Books bei den Gruppen der Käufer und Leser ist weitgehend identisch.

Käufer substituieren am meisten

Signifikante Unterschiede zwischen den drei Gruppen existieren bei der Lesemenge. Die E-Book-Käufer und -Leser sind Vielleser, sowohl beruflich als auch privat:

- E-Book-Nichtleser konsumieren insgesamt 12 Stunden pro Woche Texte in Form von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Websites usw.
- E-Book-Käufer nutzen diese Medien im Durchschnitt 15 Stunden.
- Die nicht kaufenden E-Book-Leser lesen sogar 16 Stunden pro Woche.

Bei der Anzahl gelesener Bücher in den vergangenen 12 Monaten liegt diese Gruppe mit 19 Büchern ebenfalls vorn.

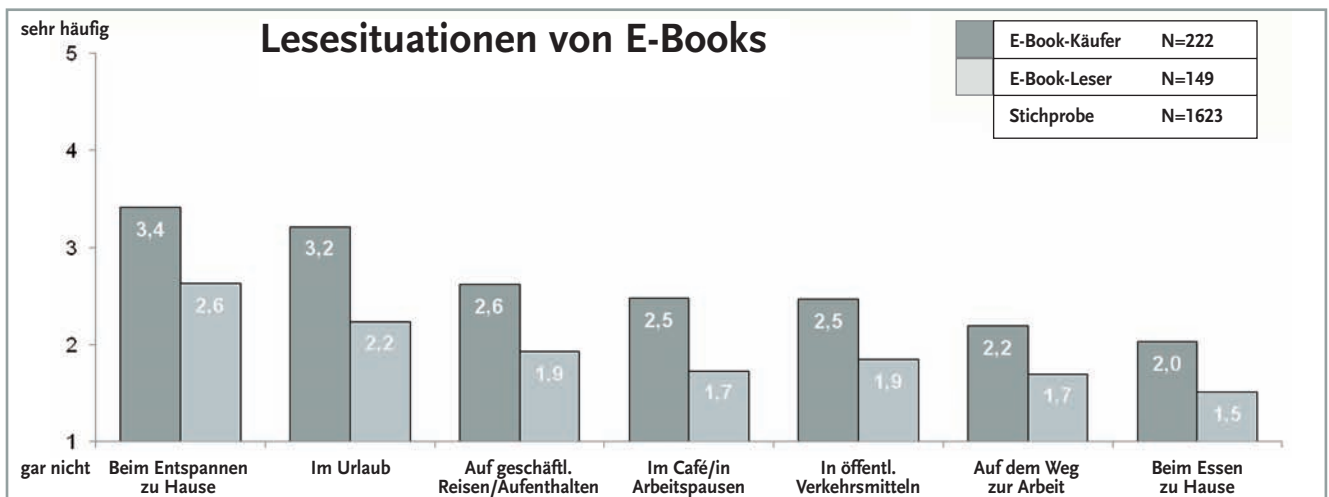
Substitutionseffekte durch E-Books zeigen sich insbesondere bei den Käufern. Bei insgesamt hoher Lesedauer betrug das Verhältnis Druck/Digital in den vergangenen 12 Monaten bereits im Durchschnitt 15 Papierbücher zu 7 E-Books.

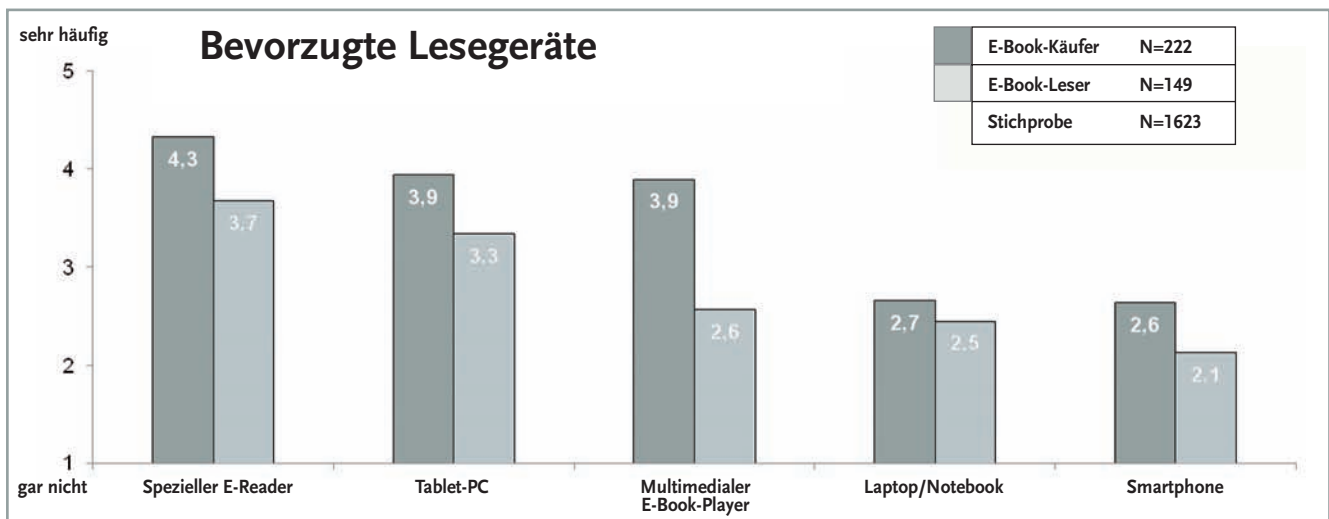
Bei der Frage nach der Lesedauer von belletristischen E-Books geben Käufer im Schnitt an, diese 6 Stunden pro Woche zu lesen. Damit entfällt ein Anteil von ca. 50% der privaten Lesemenge auf digitale Inhalte. Bei den nicht kaufenden E-Book-Lesern liegt der Anteil belletristischer E-Books nur bei ca. 25%.

Welche Händler haben die Nase vorn?

Die Spitzenplätze bei den Einkaufswegen belegen Amazon und iTunes. So haben 57% der Befragten beim Branchenprimus Amazon gekauft, 27% in Apples iBookstore. Die Filialisten halten mit ihren diversen Online-Shops den Anschluss. Bei Thalia haben 18%, in den Shops der DBH (Weltbild/Hugendubel) 14% der Befragten eingekauft. Am hinteren Ende der Verteilung stehen die

Lesesituationen:
Die Käufer und sonstigen Leser von E-Books konsumieren zu Hause und mobil, ganz ähnlich wie die Leser gedruckter Bücher.





Bevorzugte Lesegeräte: Das Lesen von E-Books verteilt sich derzeit auf viele Geräte. Eine sichere Prognose zur weiteren Nutzung von E-Books erlauben nur die allein für diesen Zweck gekauften E-Reader.

Online-Shops „der lokalen Buchhandlung“ mit 6% sowie das Börsenvereinsprojekt Libreka mit 3%.

Ähnlich sind die Präferenzen der Leser beim Bezug kostenfreier E-Books und Lese-proben verteilt. Auch hier liegen Amazon (40%) und Apple (17%) vor den Filialisten Thalia (13%) und DBH (12%). Die Zufriedenheit mit den Bezugsquellen liegt insgesamt auf mittlerem Niveau. Trotzdem würden die meisten Befragten dort wieder kaufen bzw. kostenfrei beziehen. Dies unterstreicht den aktuellen Trend zur Konzentration auf wenige große Anbieter und zeigt, dass mit nennenswerten Anteilsverschiebungen zwischen den Händlern in naher Zukunft nicht zu rechnen ist. Auffällig: 34% der Leser geben an, E-Books „über Freunde“ bezogen zu haben. Ob diese persönlich bekannt sind bzw. der Bezug legal war, ist dabei fraglich. Die Vermutung von Produktpiraterie scheint zumindest nicht unbegründet zu sein.

Trend zur „Cloud“-Nutzung

Je nach technischer Entwicklung bieten die Händler unterschiedliche Funktionen beim Bezug von E-Books an. Hier werden von Käufern und Lesern vor allem die Möglichkeit der Nutzung der E-Books auf verschiedenen Hardware-Plattformen (3,8 auf der Skala von 1 bis 5) und die Synchronisation des Lesefortschritts zwischen mehreren Endgeräten (3,7) als wichtig bewertet. Die Bewertungen untermauern den aktuellen Trend der zentralen Lagerung von Buchinhalten auf einem Server (in der „Cloud“) und dem synchronisierten Zugriff mit unterschiedlichen Endgeräten wie Tablet-PCs und E-Readern.

Die aktuell diskutierten sozialen Funktionen im Kontext der E-Book-Nutzung wie der

Austausch bestimmter Textpassagen und die Diskussion von Buchinhalten in sozialen Netzwerken werden insgesamt als weniger wichtig beurteilt (2,4). Eng verbunden mit den angebotenen Funktionen in Online-Shops ist die Frage nach den Formaten von E-Books. Hier sind es die weitgehend offenen Formate PDF und Epub, die das Beliebtheits-ranking bei Käufern und Lesern anführen. Die zunehmende zentrale Lagerung der Inhalte durch die Anbieter relativiert die Formatfrage wiederum etwas.

E-Reader und Tablet-PCs zentral

Eine wesentliche Voraussetzung für die Nutzung von E-Books ist der Besitz eines entsprechenden Lesegebietes. Dies können spezielle E-Reader (z.B. Amazon Kindle), multimediale Endgeräte wie Notebooks und Smartphones oder auch Tablet-PCs (z.B. Apple iPad) sein. Häufig wird die Geräteausstattung zur Vorhersage der Nachfrage nach E-Books herangezogen. Welche Geräte und Betriebssysteme sind es, die Rückschlüsse auf aktuelle und zukünftige Nachfrage und Zahlungsbereitschaften für E-Books zulassen? Notebooks und Smartphones sind sowohl bei E-Book-Käufern und -Lesern als auch bei der Gruppe der E-Book-Nichtleser weit verbreitet. Zusammenhänge zwischen dem Besitz und der Nutzung von E-Books sind daher gering. Anders ist es bei E-Readern und Tablet-PCs:

- E-Book-Käufer geben zu 35% an, E-Reader zu besitzen und zu 29% Tablet-PCs.
- E-Book-Leser dagegen besitzen seltener E-Reader (6%), jedoch zu einem nicht geringen Teil von 16% auch Tablet-PCs.
- E-Book-Nichtleser besitzen erwartungsgemäß keine E-Reader (0%) und auch nur

6% geben an, einen Tablet-PC zu besitzen.

Die Angaben legen nahe, dass bisherige Käufe von E-Books bzw. diesbezügliche Zahlungsbereitschaften in einem Zusammenhang mit dem Besitz spezieller E-Reader stehen. Die Verbreitung von Tablet-PCs kann ebenfalls für Prognosen der E-Book-Nutzung und zukünftigen Zahlungsbereitschaften dienen. Anders als bei E-Readern ist hier jedoch zu beachten, dass der Zusammenhang zwischen Besitz und E-Book-Käufen sowie deren Nutzung aufgrund der vielfältigen alternativen Einsatzmöglichkeiten von Tablet-PCs schwächer ist.

Vor dem Hintergrund, dass 11% der Leser sowie 9% der Käufer von E-Books angeben, in den nächsten sechs Monaten einen E-Reader erwerben zu wollen, ist in naher Zukunft auch mit steigenden Umsätzen durch E-Book-Käufe zu rechnen. 17% der Leser sowie 18% der Käufer geben darüber hinaus an, einen Tablet-PC erwerben zu wollen. Hier existieren weitere Umsatzpotenziale.

Neben dem Besitz von Endgeräten wird auch regelmäßig über die Nutzung bestimmter Betriebssysteme versucht, die Nachfrage nach E-Books abzuschätzen. Hierzu wurden Käufer und Leser nach ihrem bevorzugten E-Book-Lesegerät und dessen Betriebssystem gefragt:

- E-Book-Leser nennen hier vor allem multimediale Endgeräte wie Notebooks (40%), Smartphones (12%) und Tablet-PCs (11%). Beliebtestes Betriebssystem auf dem präferierten Lesegerät ist mit 54% Microsoft Windows, gefolgt von Apple iOS (15%) und Google Android (9%).

- Bei E-Book-Käufern sind Notebooks mit 31% ebenfalls die insgesamt beliebtesten Geräte zur E-Book-Nutzung, der Abstand zu E-Readern (26%) und Tablet-PCs (20%) ist dagegen deutlich geringer als bei Lesern. Ähnlich stellt sich die Situation bei den Betriebssystemen dar. Microsoft Windows liegt bei den Käufern mit 32% vorn, der Abstand zu Apple iOS (24%) und Linux/Kindle (15%) ist auch hier geringer als bei den nicht kaufenden E-Book-Lesern.

Insgesamt zeigt die Analyse der Betriebssysteme, dass die Nutzung von E-Books in der Kombination Notebook/Microsoft Windows bisher am weitesten verbreitet ist, jedoch eine geringe Basis für Prognosen bietet. Nutzer von Apple-Produkten, sowohl Notebooks als auch iPad und iPhone, weisen dagegen eine erhöhte Wahrscheinlichkeit auf, E-Books zu

Key learnings

- 14% der Buchleser haben bisher belletristische E-Books gekauft und planen weitere Käufe.
- E-Book-Käufer und E-Book-Leser (die nicht kaufen) lesen beruflich und privat insgesamt mehr als E-Book-Nichtleser.
- Der Anteil der Lesemenge auf E-Books liegt bei Käufern bei bis zu 50%, bei Lesern bei bis zu 25% der gesamten Nutzung.
- Hinsichtlich der Nutzungssituationen unterscheiden sich E-Books und Bücher nur wenig.
- Wesentliche Unterschiede zwischen E-Book-Käufern, -Lesern und -Nichtlesern liegen in der unterschiedlich stark ausgeprägten Neigung, neue Technologien zu adoptieren.
- Haptische Aspekte und „Regalstellen“ sind wesentliche Motive, in naher Zukunft eher keine E-Books erwerben zu wollen.
- Aggregatoren wie Amazon und Apple stellen wesentliche Bezugsquellen für E-Books dar.
- Die vorinstallierten Shop-Zugänge der Aggregatoren schaffen einen Lock-in über alle relevanten Endgeräte.
- Interoperable Formate wie PDF und Epub sowie die Möglichkeit der Nutzung auf verschiedenen Endgeräten sind zentral. Dies unterstreicht den aktuellen Trend in Richtung „Cloud“-Speicherung der Inhalte.
- Anhand des Besitzes und der Kaufpläne von E-Readern und Tablet-PCs können Rückschlüsse auf die zukünftige Nachfrage nach E-Books gezogen werden.

lesen und gegebenenfalls käuflich zu erwerben. Der Besitz von E-Readern deutet über alle Betriebssysteme hinweg auf bereits erfolgte E-Book-Käufe und eine hohe Wahrscheinlichkeit zukünftiger Käufe hin.

Aggregatoren mit Lock-in über Endgeräte

Eine zunehmende Anzahl von Endgeräten, vor allem E-Reader, aber auch Tablet-PCs und Smartphones, ermöglichen den direkten Bezug von E-Books über einen vorinstallierten Zugang zu einem Online-Shop. Diese Nutzung vorinstallierter Shop-Zugänge ist vor allem bei Geräten verbreitet, die Apple iOS (79%) und Linux/Kindle (76%) nutzen. Während Apple seit längerem direkte Zugänge in der Gerätesoftware integriert, nutzt Amazon neben dem eigenen E-Reader Kindle auch durch den Anwender installierbare Anwendungen (Apps) für Smartphones und Tablet-PCs, die den direkten Zugang zum Online-Shop herstellen. Dies zeigt, dass die beiden Branchenführer ihre E-Book-Umsätze vor allem durch die Geräteverbreitung und die Verzahnung von Endgeräten und haus-eigenen Online-Shops vorantreiben.

Michel Clement, Tim Prostka, Felix Eggers

www.imm.uni-hamburg.de