

---

# Hörbuch

---

Auszug aus dem Report zur Branchenumfrage  
Oktober 2003

Arbeitskreis  
Hörbuchverlage  
Börsenverein des  
Deutschen Buchhandels



---

## Inhalt

---

Inhalt.....	2
Summary .....	3
Titelinkauf .....	4
Vervielfältigung .....	5
Vertrieb .....	8
Marketing, Werbung, PR .....	11
Anhang .....	12

---

## Summary

---

Im Sommer 2003 sind 150 Hörbuchverlage aus dem Umfeld des Arbeitskreises Hörbuchverlage befragt worden. Davon haben 25 Verlage geantwortet.

Ä Die relativ gleichmäßige Verteilung der teilnehmenden Verlage nach Umsatzgruppen (s. Anhang) verdeutlicht, dass sich sowohl Kleinstverlage über mittelgroße Verlage bis hin zu großen Hörbuchverlagen an der Umfrage beteiligt haben und somit ein plausibles Ergebnis vorliegt.

### Die Branche boomt

Ä Fast die Hälfte der Hörbuchverlage (45,5%) kann mit über 10% einen deutlichen Umsatzzuwachs von 2001 auf 2002 verzeichnen (quer durch alle Umsatzklassen) – und das in Zeiten, wo in der Buchbranche Stagnation bzw. rückläufige Umsätze vorherrschen.

### Neue Trägermedien?

Ä Die CD bleibt nach wie vor unangefochten, jedoch 60 % der teilnehmenden Verlage denken darüber nach, die MC einzustellen.

Ä Über die Einführung der DVD denken bereits knapp die Hälfte der Hörbuchverlage nach, etwas mehr als ein Drittel (35,7%) beschäftigt sich mit der Einführung von Online Downloads. mp3-Datenträger sind bisher nur für 16,7% ein zukünftiges Thema.

### Verkaufszahlen im fünfstelligen Bereich

Ä Über die Hälfte der Verlage (54,2%) verkaufen zwischen 1.000 und 4.999 Exemplare eines Top Titels – 16,7% erreichen Werte über 20.000.

### Wichtigster Vertriebspartner Buchhandel

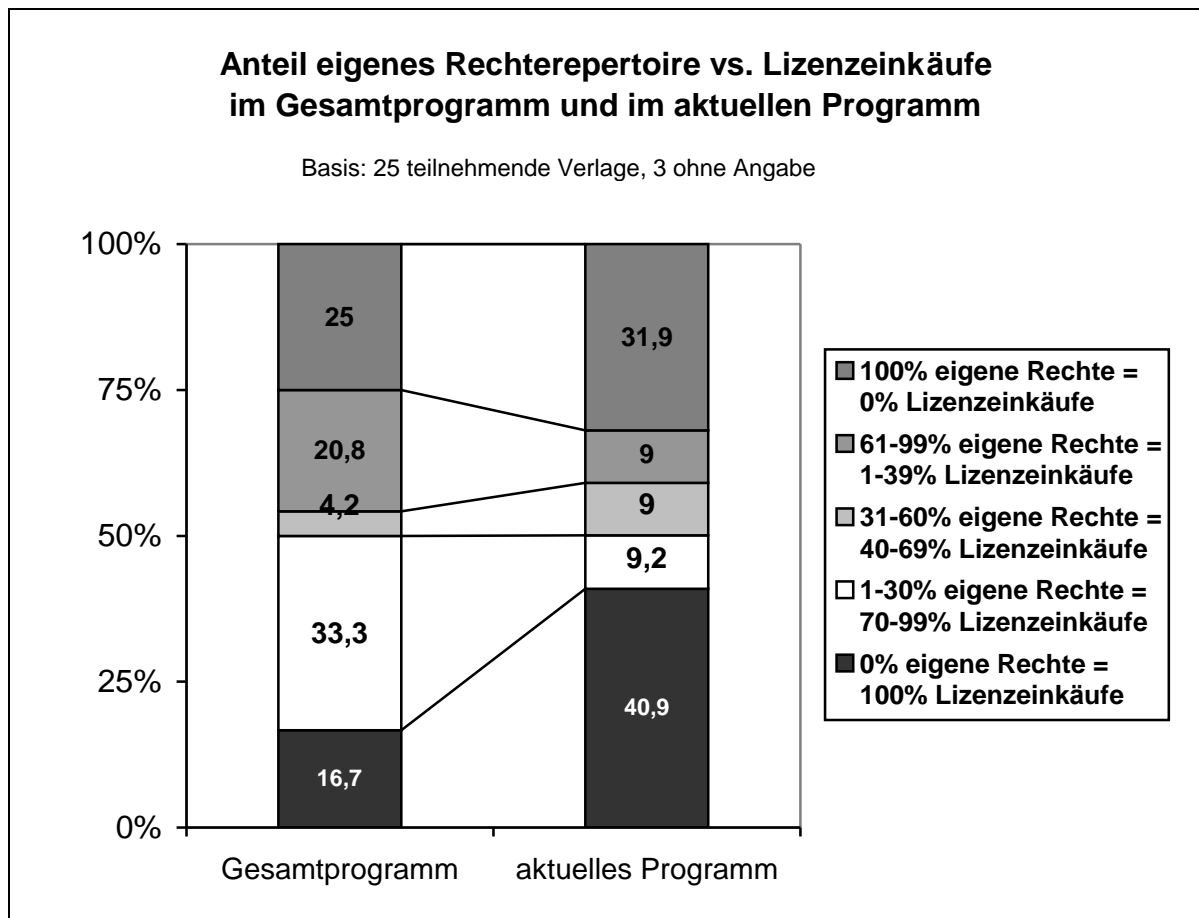
Ä Ihren Hauptumsatz machen drei Viertel aller Verlage im Buchhandel – und dies zu gleichen Teilen in kleinen Buchhandlungen wie in Buchhandelsketten.

Der komplette Report zur Branchenumfrage ist nicht-öffentlich und wird nur Mitgliedern des Arbeitskreises Hörbuchverlage zu Verfügung gestellt. Das vorliegende Dokument ist ein Auszug.

## Titeleinkauf

### Anteil eigenes Rechterepertoire vs. Lizenzeinkäufe

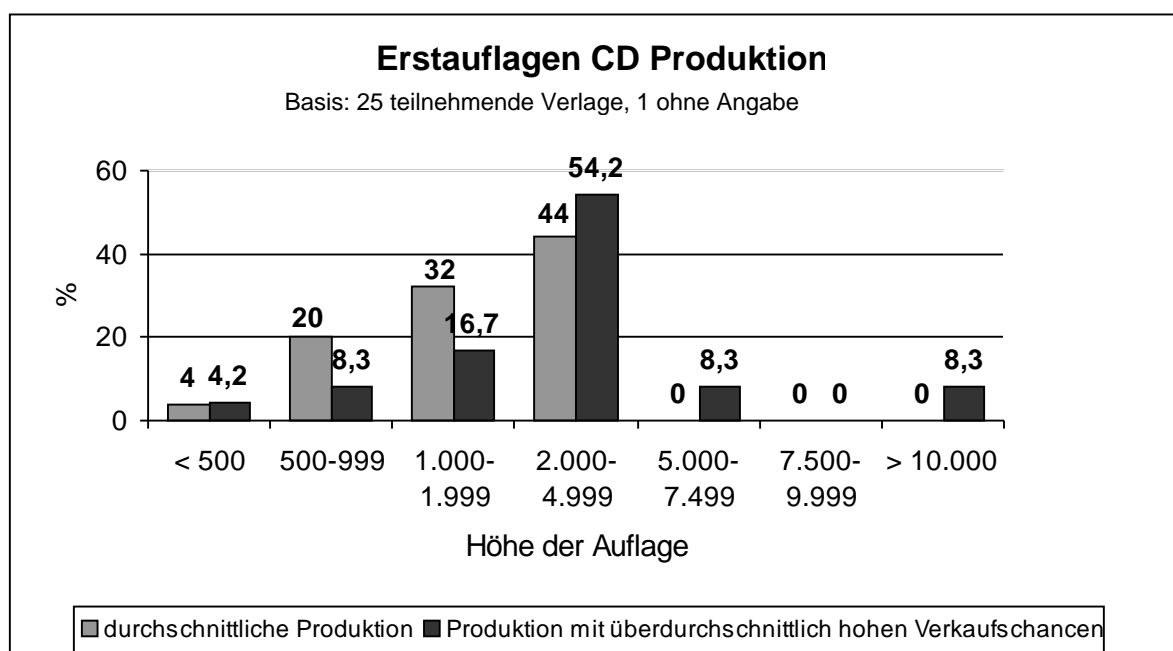
- Im Gesamtprogramm ist eher eine Mischform zu beobachten. Es werden sowohl Titel mit eigenen Rechten bzw. freie Titel produziert als auch Titel aus Lizenzeinkäufen und Vertriebsübernahmen.
- Dagegen ist im aktuellen Programm eher eine Polarisierung zu sehen. 40,9% der Verlage produzieren ausschließlich Lizenzeinkäufe und 31,9 % der Verlage produzieren ausschließlich eigene Titel.



## Vervielfältigung

### Erstauflagen CD Produktion

- Sowohl bei durchschnittlichen Produktionen als auch bei Produktionen mit überdurchschnittlich hohen Verkaufserwartungen liegen die Erstauflagen in der Mehrzahl der Verlage zwischen 2.000 und 4.999 Exemplaren.
- 8,3% der Verlage haben bei Titeln mit überdurchschnittlichen Verkaufserwartungen eine Erstauflage von über 10.000.



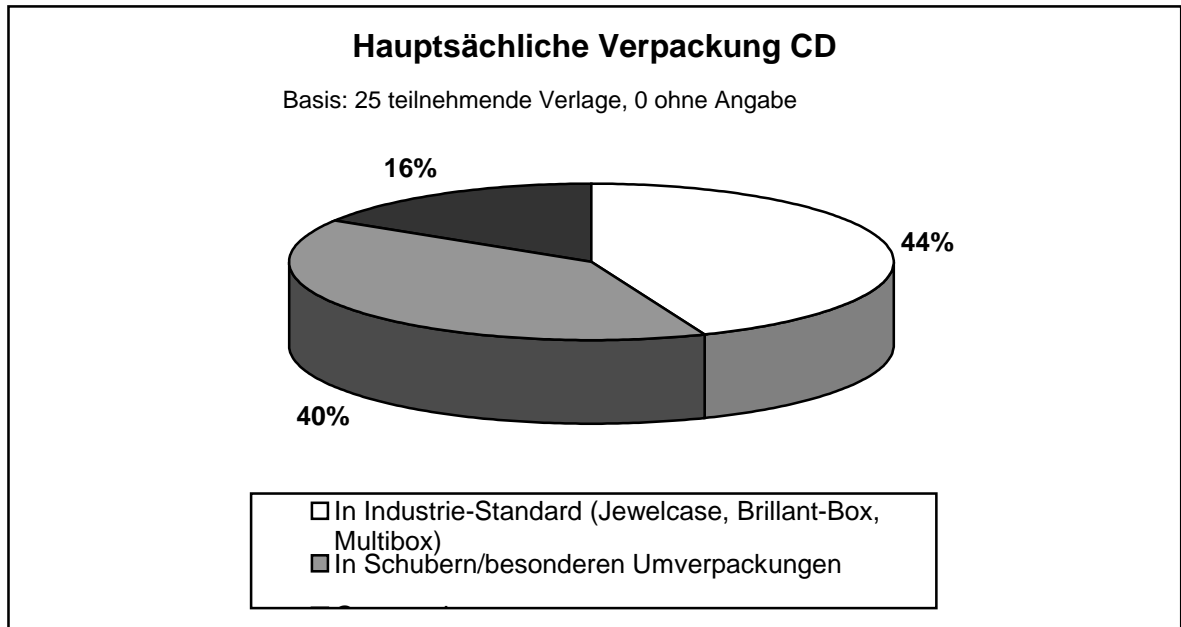
---

## Vervielfältigung

---

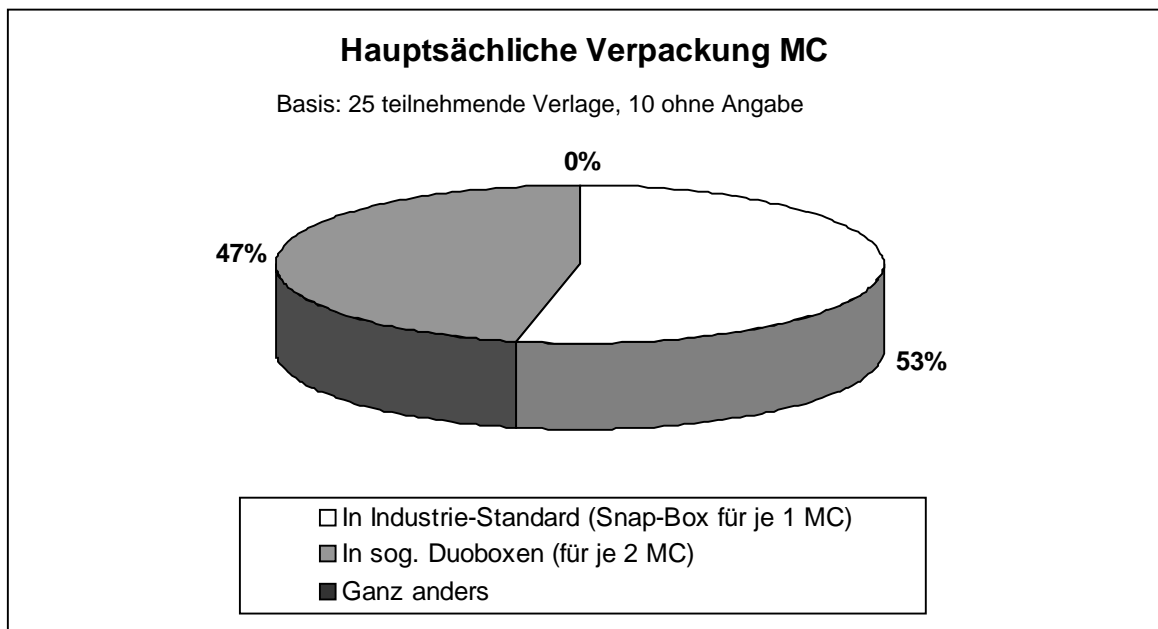
### CD Verpackung

- Fast die Hälfte der Verlage verpackt CDs im Industrie-Standard, dicht gefolgt von Schubern (40%).
- Auffällig: 83% der Verlage, die Schubere oder andere Umverpackungen nutzen, generieren einen Jahresumsatz unter 100.000 Euro.



### MC Verpackung

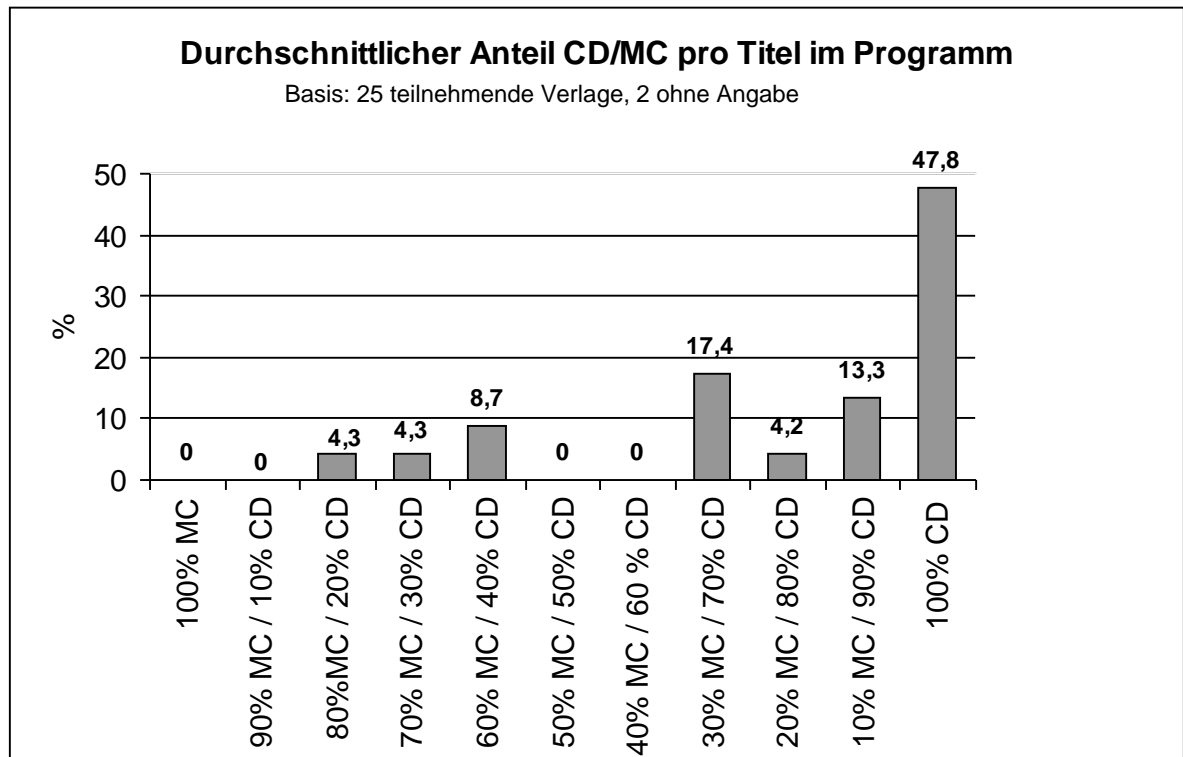
- Snap Box und Duobox werden als MC Verpackung annähernd gleich eingesetzt.



## Vervielfältigung

### Anteil CD/MC

- Weitere Medien wie DVD und mp3 wurden hier nicht angegeben, werden also offensichtlich bei den teilnehmenden Verlagen noch nicht eingesetzt.
- Der Trend zeigt eindeutig in Richtung CD – bereits jetzt werden fast die Hälfte aller Titel nur auf CD hergestellt.
- Ø Auffällig: 57% der Verlage, die ausschließlich CDs anbieten, haben einen Jahresumsatz von unter 50.000 Euro.

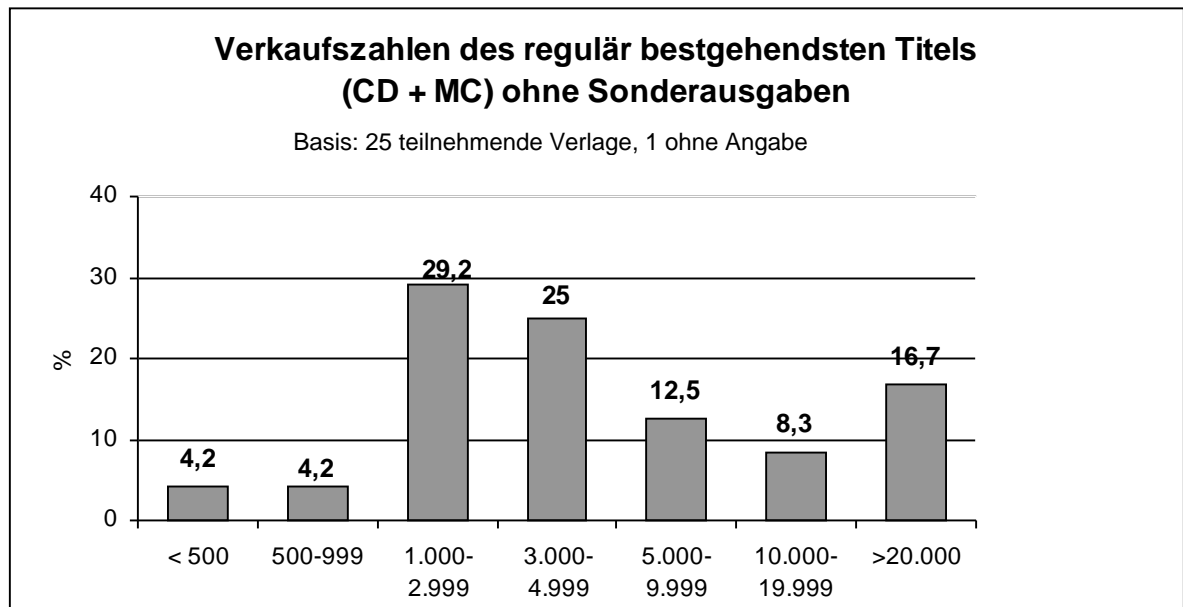


### Einführung bzw. Einstellung von Hörbuchmedien

- 60 % der teilnehmenden Verlage denken darüber nach, die MC einzustellen.
- Über die Einführung der DVD denken knapp die Hälfte der Hörbuchverlage nach.
- Etwas mehr als ein Drittel (35,7%) beschäftigt sich mit der Einführung von Online Downloads.
- mp3-Datenträger sind bisher nur für 16,7% eventuell ein zukünftiges Thema.
- Vinyl bzw. Schallplatten werden von keinem Verlag in Erwägung gezogen.
- Die CD bleibt nach wie vor unangefochten.

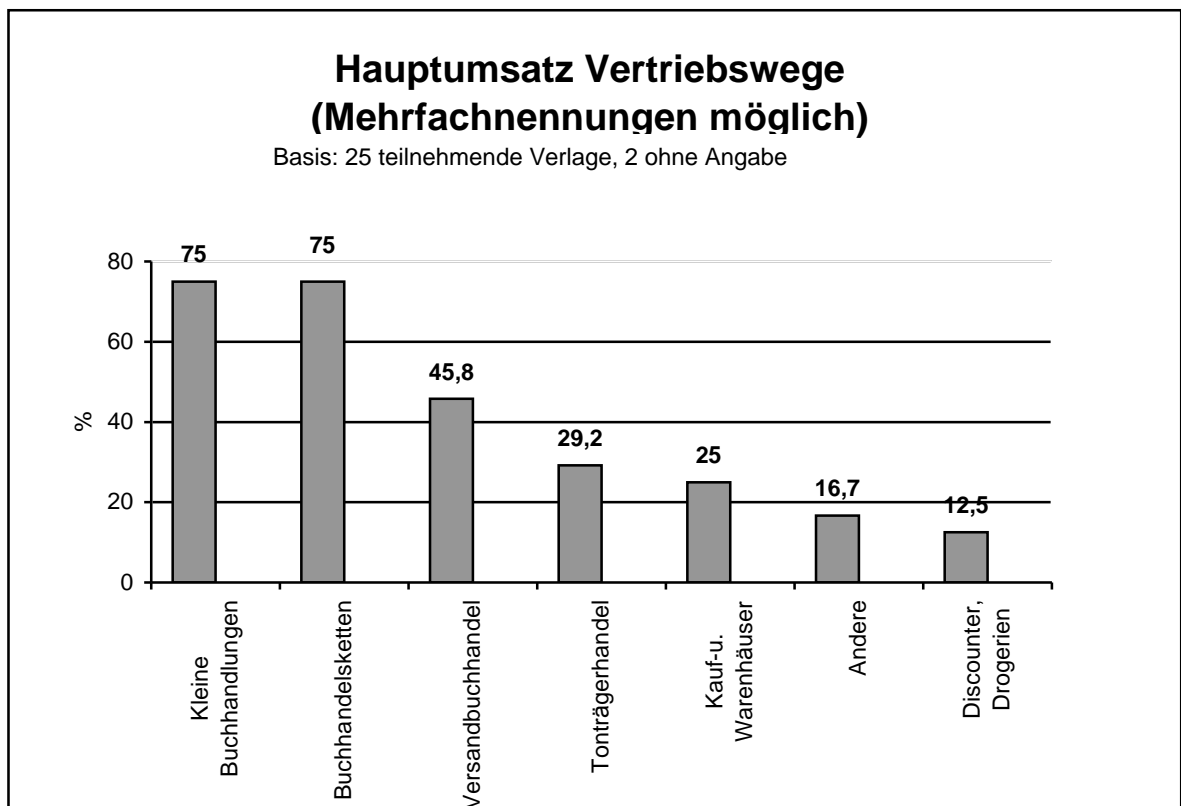
### Verkaufszahlen des regulär bestgehendsten Titels

- Über die Hälfte der Verlage (54,2%) verkaufen zwischen 1.000 und 4.999 Exemplare eines Top Titels – 16,7% erreichen sogar Werte über 20.000.



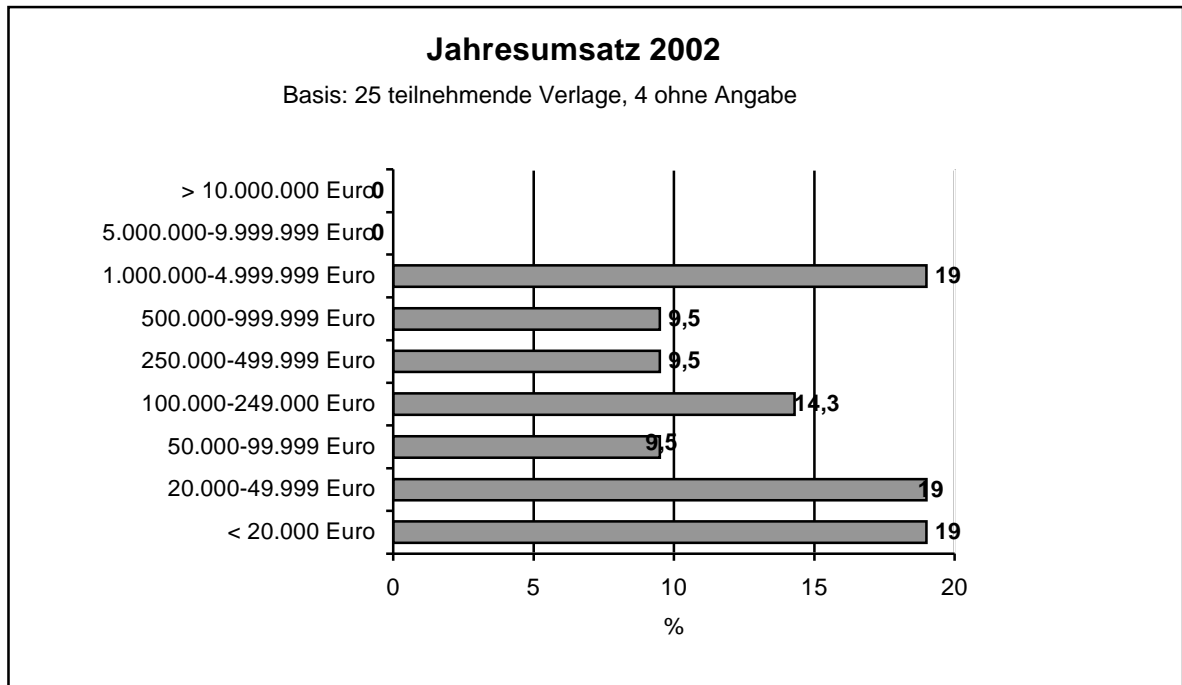
### Vertriebswege

- 75% aller Verlage erzielen ihren Hauptumsatz sowohl mit kleinen Buchhandlungen und als auch mit Buchhandelsketten.
  - Ø Interessant: Zwei Drittel der Verlage, die ihren Hauptumsatz in kleinen Buchhandlungen machen, generieren einen Jahresumsatz von bis zu 100.000 Euro.
- Dagegen sind 77% der Verlage, die ihren Hauptumsatz über den Versandbuchhandel erzielen, in der Jahresumsatzklasse über 100.000 Euro.



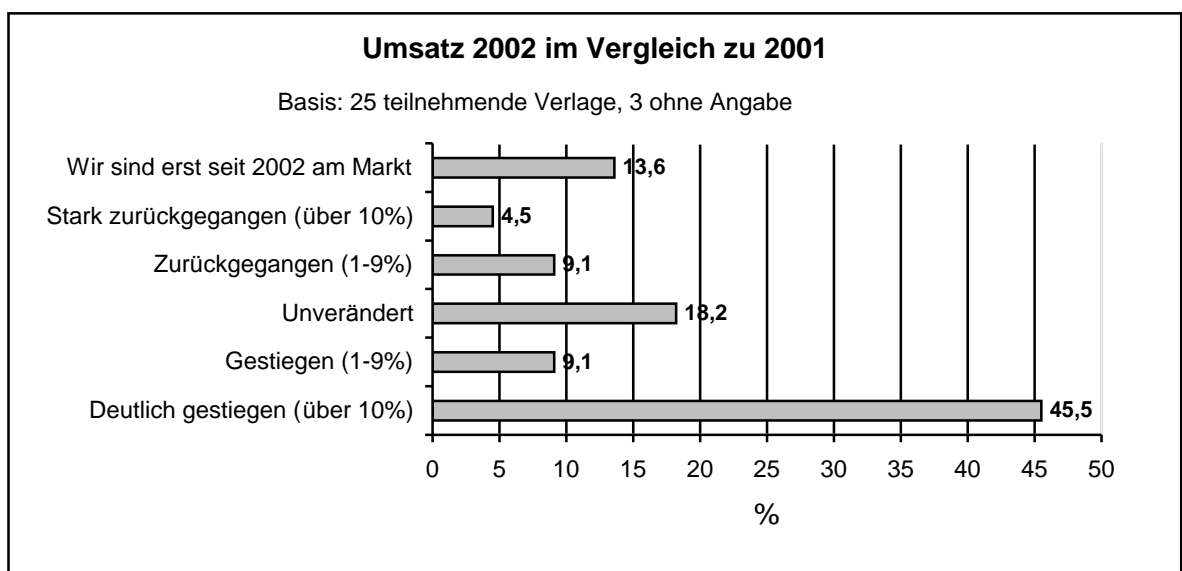
## Jahresumsatz 2002

- 19% der teilnehmenden Verlage hatten 2002 einen Umsatz zwischen 1 und 5 Mio. Euro.



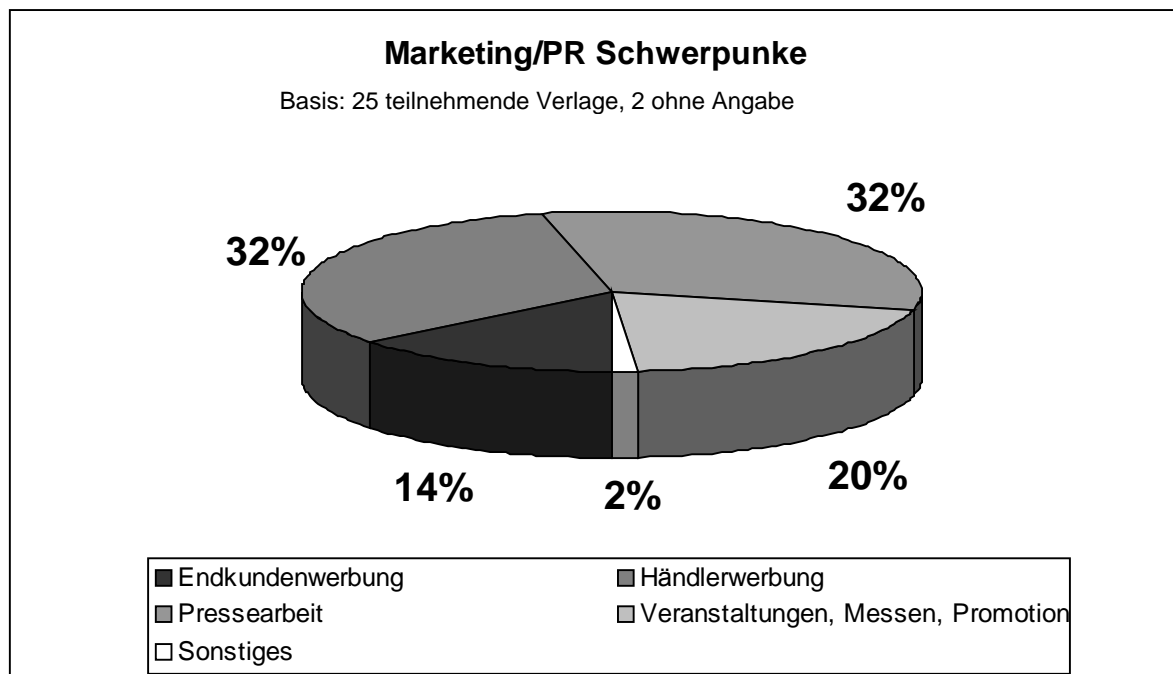
## Umsatz 2002 im Vergleich zu 2001

- Fast die Hälfte der Hörbuchverlage kann einen deutlichen Umsatzzuwachs mit über 10% verzeichnen (quer durch alle Umsatzklassen) – und das in Zeiten, wo in der Buchbranche Stagnation bzw. rückläufige Umsätze vorherrschen.
- Ebenso wird deutlich, dass im Hörbuchbereich immer noch viele neue Verlage in den Markt einsteigen: 13,6% der Verlage waren 2001 noch nicht im Hörbuchsektor tätig.
- Die Verlage mit konstanten Umsatzzahlen sind überwiegend (75%) aus der Umsatzgruppe unter 20.000 Euro.



## Marketing, Werbung, PR

- 40% der befragten Verlage verfügen über ein regelmäßiges Marketingbudget.
- Den Schwerpunkt im Bereich Marketing/PR setzen Hörbuchverlage vor allem in der Händlerwerbung (32%) und in der Pressearbeit (32%).



### Untersuchungsmethode

- Schriftlich-postalische Befragung (Zusendung des Fragebogens per eMail) an 150 Hörbuchverlage - Mitglieder und interessierte Verlage im Arbeitskreis Hörbuchverlage des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V.
- Befragungszeitraum: Sommer 2003
- Rücklauf: 25 gültige Fragebogen

### Umsatzstruktur der Umfrageteilnehmer

