

---

# Hörbuch

---

**Report zur Branchenumfrage  
unter Hörbuchverlagen  
Oktober 2006**

Arbeitskreis  
Hörbuchverlage  
Börsenverein des  
Deutschen Buchhandels



---

## Inhalt

---

Inhalt.....	2
Zusammenfassung.....	3
Anzahl der Titel im Gesamtprogramm.....	5
Anzahl der Titel im aktuellen Programm.....	6
Veränderung der Anzahl der aktuellen (Herbst-)Titel.....	7
Höhe der durchschnittlichen Startauflage.....	8
Veränderung der durchschnittlichen Startauflage.....	9
Veränderung des empfohlenen Verkaufspreises.....	10
Durchschnittlicher Umsatz über die einzelnen Vertriebswege.....	11
Verbreitung über die nicht-traditionellen Handelsformen.....	12
Vertrieb bzw. Lizenzierung von Hörbüchern über/an Download-Plattformen.....	13
Jahresumsatz 2005.....	14
Entwicklung des Jahresumsatzes 2005 gegenüber 2004.....	15
Entwicklung der Erträge 2005 gegenüber 2004.....	16
Entwicklung des aktuellen Umsatzes.....	17
Durchschnittlich anfallende Kosten pro Titel vor dem Erscheinen.....	18
Entwicklung der Kosten für Marketing.....	19
Entwicklung der Kosten für Lizenzgebühren.....	20
Entwicklung der Kosten für Sprecherhonorare.....	21
Entwicklung der Kosten für einen Studiotag.....	22
Entwicklung der Mitarbeiterzahl.....	23
Untersuchungsmethode.....	24

---

## Zusammenfassung

---

Der Arbeitskreis Hörbuchverlage im Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. führte im Sommer 2006 zum vierten Mal in Folge die Branchenumfrage bei Verlagen mit Hörbuchproduktion durch.

### Weiterhin positive Umsatzentwicklung

- Im Jahr 2005 ist der Umsatz mit Hörbüchern weiter gewachsen: 66,7% der Verlage konnten ein Umsatzplus verzeichnen, bei 19% bleibt dieser stabil. 14,3% der befragten Verlage mußten allerdings einen Umsatzrückgang hinnehmen.
- Die Erträge entwickelten sich ebenfalls positiv – wenn auch nicht parallel zum Umsatz. 47,5% der Umfrageteilnehmer konnten eine Erhöhung der Erträge feststellen, unverändert blieben die Erträge bei 25% der Verlage, bei 22,5% fielen sie niedriger aus als 2004.
- Im ersten Halbjahr 2006 entwickelte sich der Umsatz gegenüber dem Vorjahr etwas verhaltener: 46,4% der Verlage berichten von steigenden Umsätzen, bei 22% sind diese zurückgegangen.

### Wichtigster Vertriebspartner bleibt der Buchhandel

- Weiterhin setzen die Hörbuchverlage ihre Produktionen hauptsächlich über den Buchhandel ab: mit durchschnittlich 21,3% Anteil am Umsatz sind die kleinen Buchhandlungen die wichtigsten Vertriebspartner, gefolgt von den Barsortimenten mit 19,6% und den Buchhandelsketten mit 18,4%.

### Download-Portale

- Die Präsenz der Verlage bei den Download-Portalen ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Waren im Vorjahr erst 24,5% der befragten Verlage mit Ihren Produktionen auf einer der Download-Plattformen verfügbar, so sind es 2006 bereits 52,1%.
- Obwohl immer mehr Verlage den Download als alternative Vertriebsmöglichkeit ansehen, sind die Erlöse derzeit noch recht gering: nur 0,8% macht der durchschnittliche Umsatzanteil bei den Verlagen aus.
- Weiterhin stehen 10,9% der Verlage dem Download kritisch gegenüber, dies sind vor allem die kleineren Hörbuchverlage.

### **Hörbücher werden tendenziell etwas billiger**

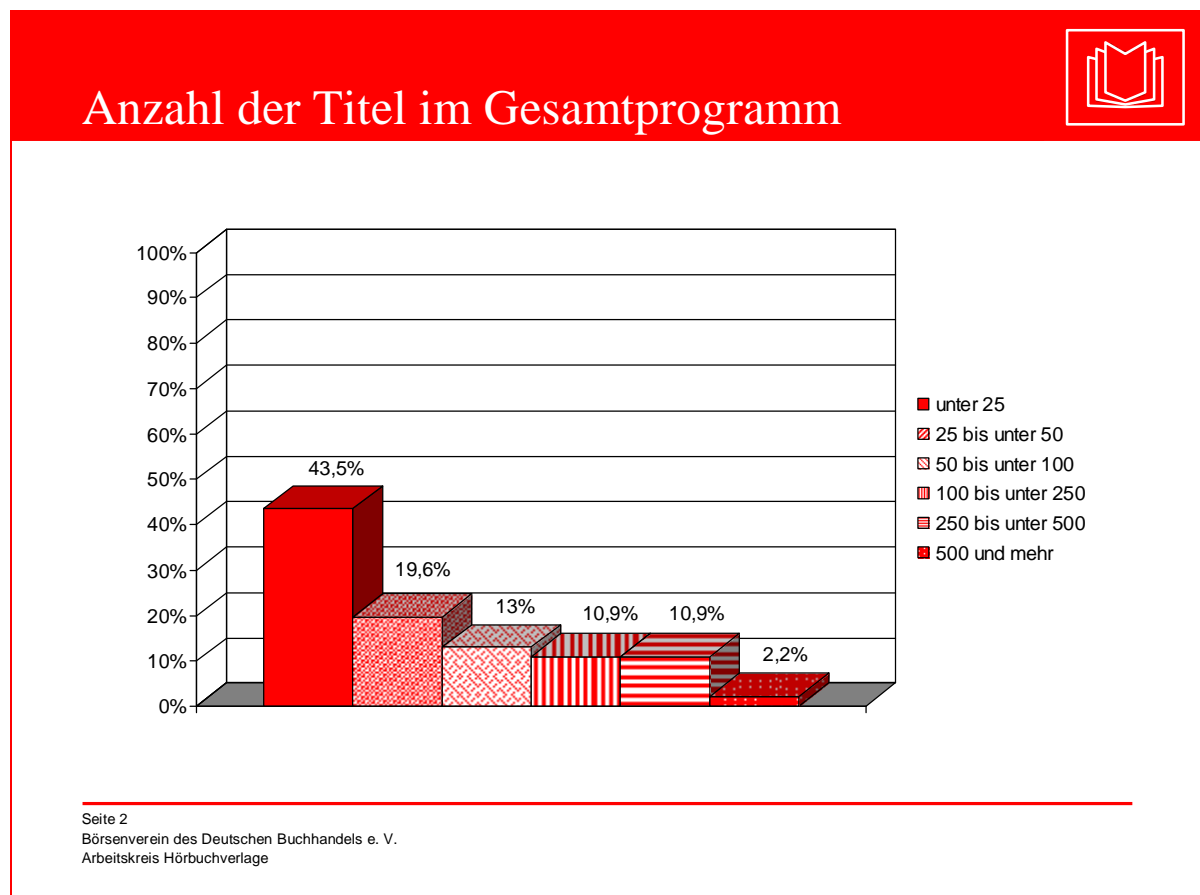
- Die Zahl der Verlage, die von stabilen Preisen berichten können, liegt zwar nach wie vor bei über der Hälfte (56,8%), dennoch sind die Preise bei 36,4% der Verlage rückläufig.
- Der negative Trend bei den empfohlenen Verkaufspreisen, der sich bereits in den Vorjahren abgezeichnet hatte, setzt sich somit fort.

### **Mehr Geld für Marketingaktivitäten**

- Für die Marketingaktivitäten gaben 2005 44,2% der Verlage mehr Geld aus, bei gut einem Viertel stiegen die Ausgaben für Sprecherhonorare ebenso wie für Lizenzgebühren.

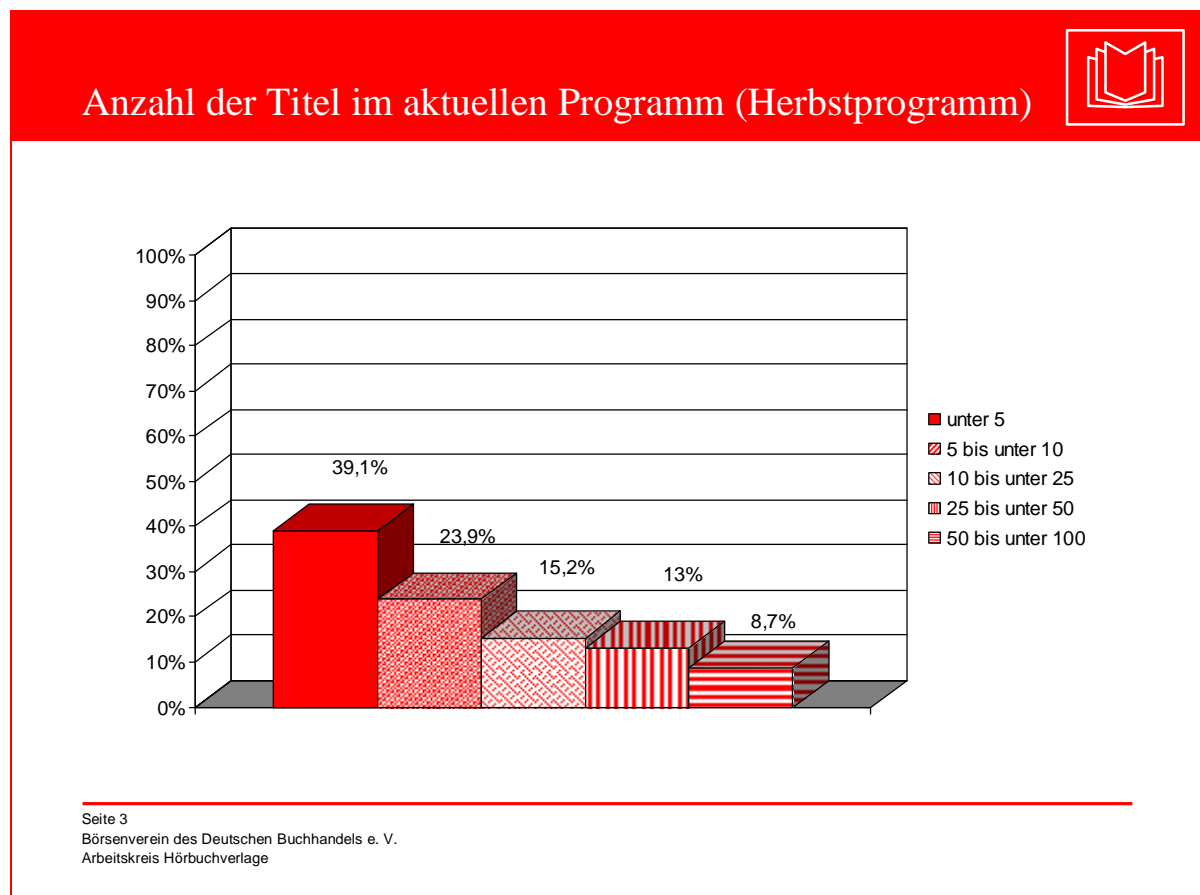
## Anzahl der Titel im Gesamtprogramm

- Ein hoher Anteil an Verlagen mit einem Gesamtprogramm unter 25 Titel (43,5%) steht wenigen größeren Hörbuchverlagen gegenüber: 24% der befragten Unternehmen bieten über 100 Produktionen im Gesamtprogramm an, davon 2,2% über 500 Hörbuchtitel.
- ∅ Die Struktur des Hörbuchmarktes ist somit im Vergleich zu den Vorjahren im wesentlichen unverändert.



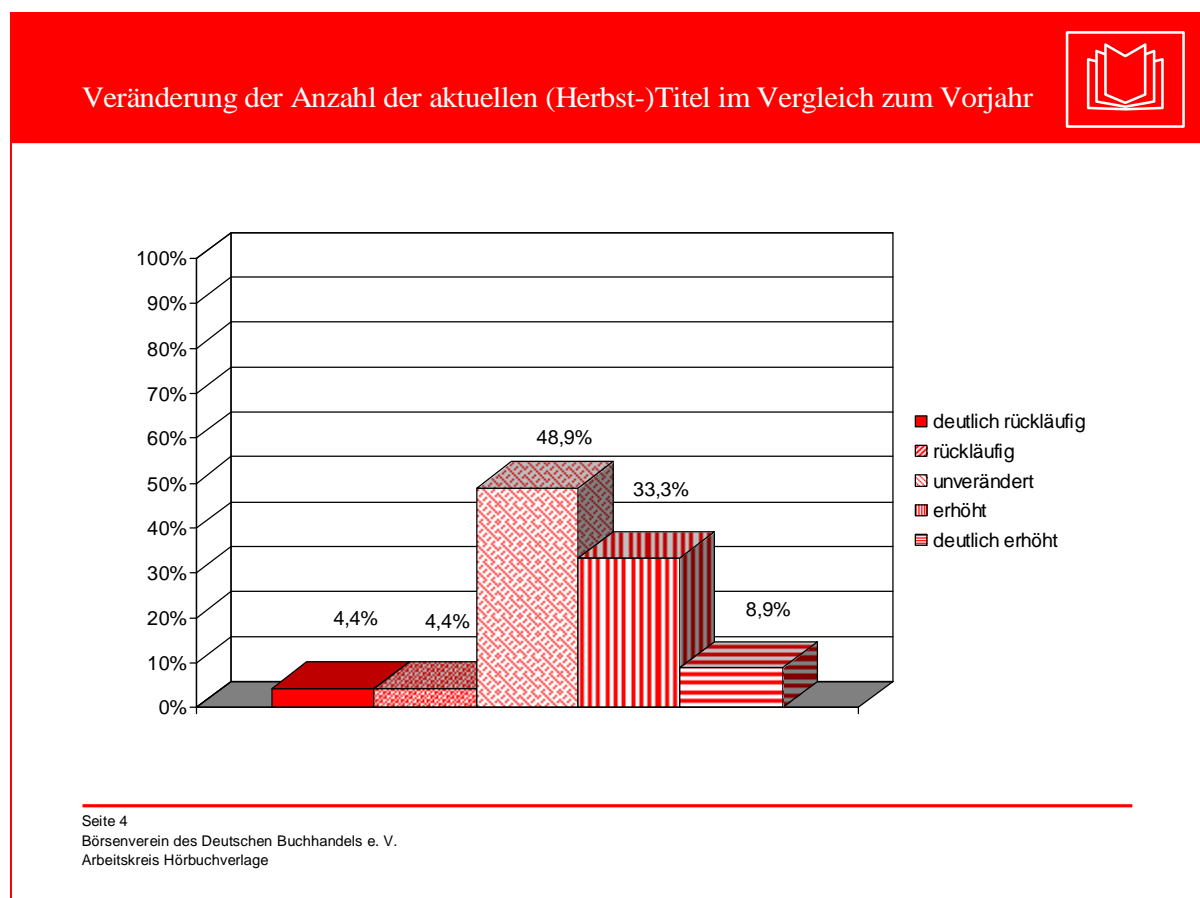
## Anzahl der Titel im aktuellen Programm (Herbstprogramm)

- Hinsichtlich der aktuellen Titel im Herbstprogramm ergibt sich folgendes Bild: bei 39,1% der Verlage erscheinen bis zu 5 Novitäten (Vorjahr 52,9%), zwischen 10 und 50 Hörbücher veröffentlichen 28,2% der Verlage (Vorjahr 23,5%) und 50 und mehr Hörbuchtitel werden diesen Herbst bei 8,7% der Umfrageteilnehmer publiziert (Vorjahr 5,9%).
- Lediglich die Gruppe von Unternehmen, die zwischen 5 und 10 neue Titel veröffentlicht, ist gegenüber dem Vorjahr größer geworden und liegt bei 23,5% (Vorjahr 17,6%).



## Veränderung der Anzahl der aktuellen (Herbst-)Titel im Vergleich zum Vorjahr

- Bei etwa der Hälfte der Befragten ist die Zahl der Novitäten im Vergleich zum Vorjahr gleich geblieben (48,9%), bei 33,3% der Verlage hat sich die Novitätenzahl erhöht, bei weiteren 8,9% sogar deutlich.
- Eine rückläufige Entwicklung geben 4,4% der Verlage an, weitere 4,4% publizieren sogar deutlich weniger Herbsttitel als im Vorjahr.
- ∅ Der Trend zu einer höheren Zahl von Novitäten fällt damit gegenüber dem Vorjahr noch eindeutiger aus.



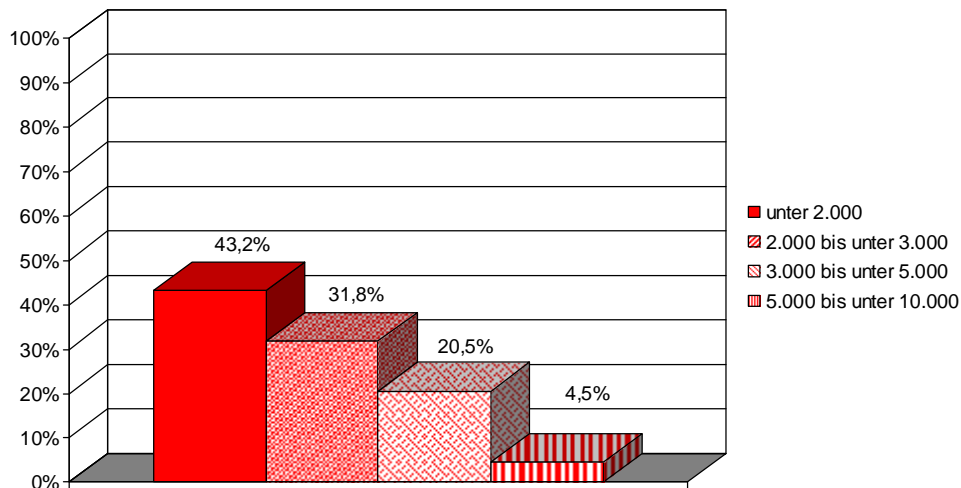
---

## Höhe der durchschnittlichen Startauflage aktuell

---

- Die Höhe der durchschnittlichen Startauflage liegt bei 43,2% der Verlage unter 2.000 Stück. 31,8% produzieren eine erste Auflage von 2.000 bis 3.000 Stück, bei 20,5% der Befragten liegt diese zwischen 3.000 und 5.000 Hörbuch-CDs. Mehr als 5.000 Stück (jedoch weniger als 10.000) beträgt die durchschnittliche Startauflage bei 4,5% der Befragten (Vorjahr 2%).

### Höhe der durchschnittlichen Startauflagen aktuell

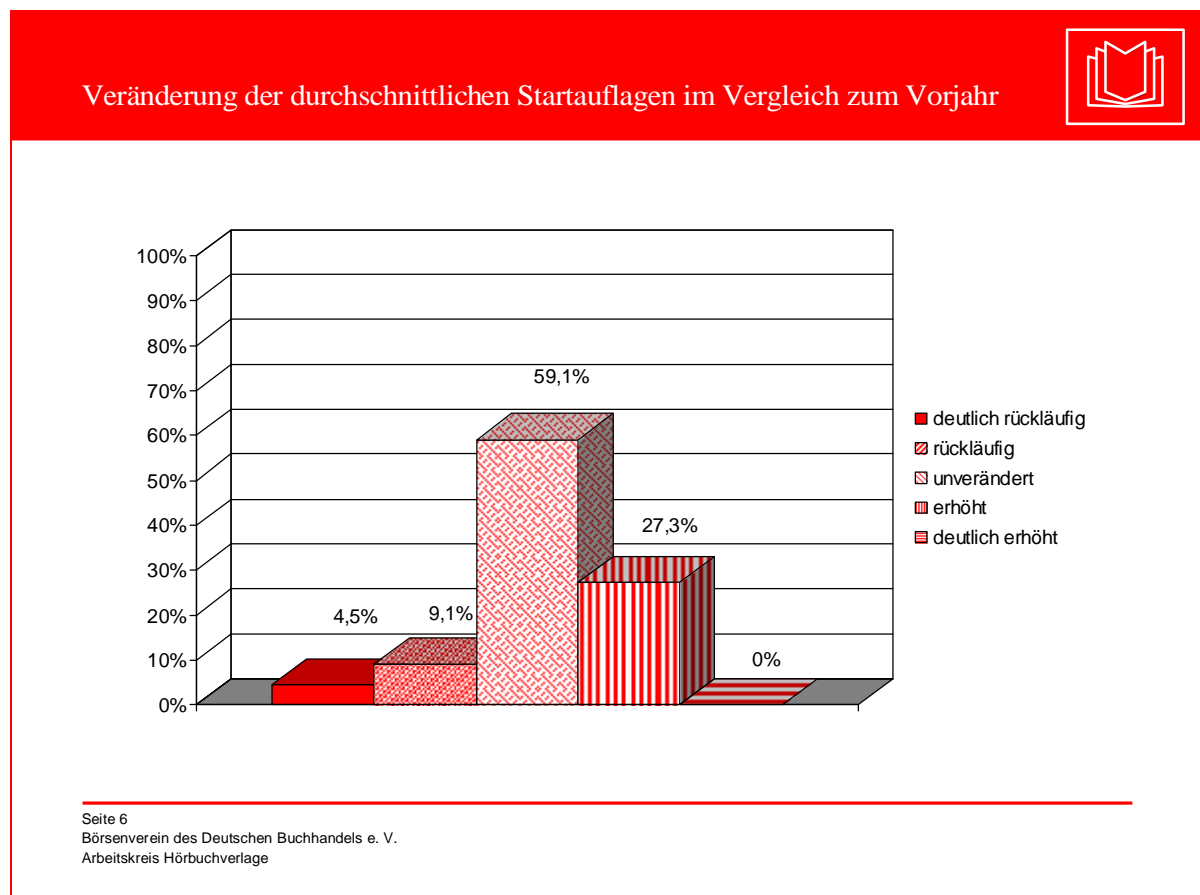


Seite 5  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage



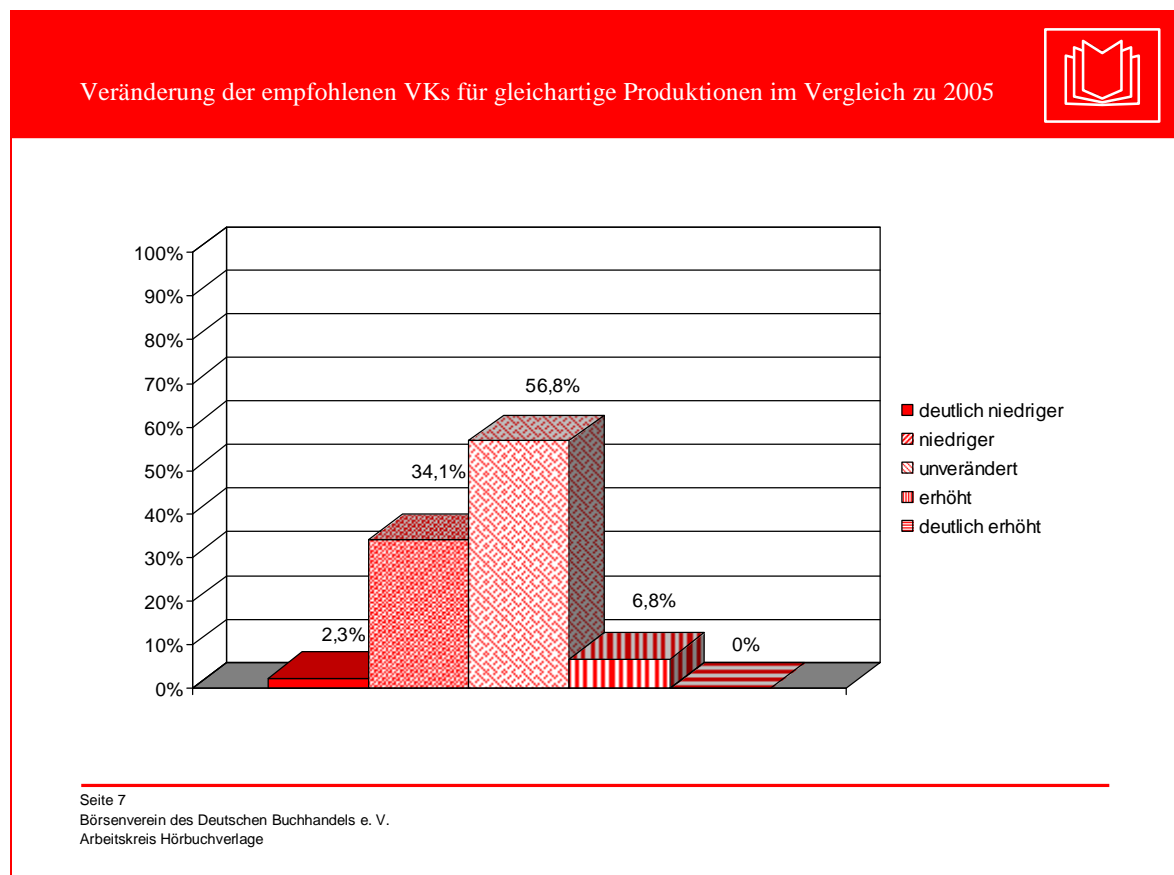
## Veränderung der durchschnittlichen Startauflage im Vergleich zum Vorjahr

- Bei der mehrheitlichen Zahl der Hörbuchverlage (59,1%) ist die durchschnittliche Startauflage im Vergleich zum Vorjahr unverändert. 27,3% der Verlage melden erhöhte Startauflagen, während diese bei 9,1% zurückgegangen ist, bei weiteren 4,5% ist sogar ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen.



## Veränderung des empfohlenen Verkaufspreises für gleichwertige Produktionen

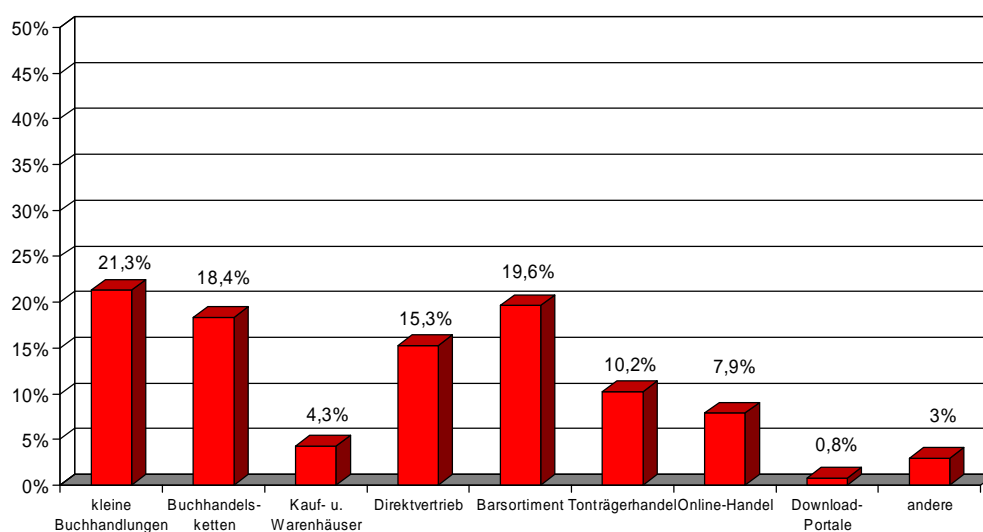
- Während bei der Mehrzahl der teilnehmenden Verlage (56,8 %) der empfohlene Verkaufspreis im Vergleich zu 2005 gleich geblieben ist, ist die Entwicklung des Verkaufspreises bei 36,4% der Verlage negativ, bei 2,3% davon liegen die Preise für gleichwertige Produktionen sogar deutlich niedriger. Daneben melden 6,8% der Hörbuchverlage gestiegene Preise.
- ∅ Ein noch höherer Prozentsatz der Verlage als im Vorjahr verzeichnen eine negative Preisentwicklung bei ihren Produktionen (Vorjahr: 30,4%).



## Durchschnittlicher Umsatz über die einzelnen Vertriebswege

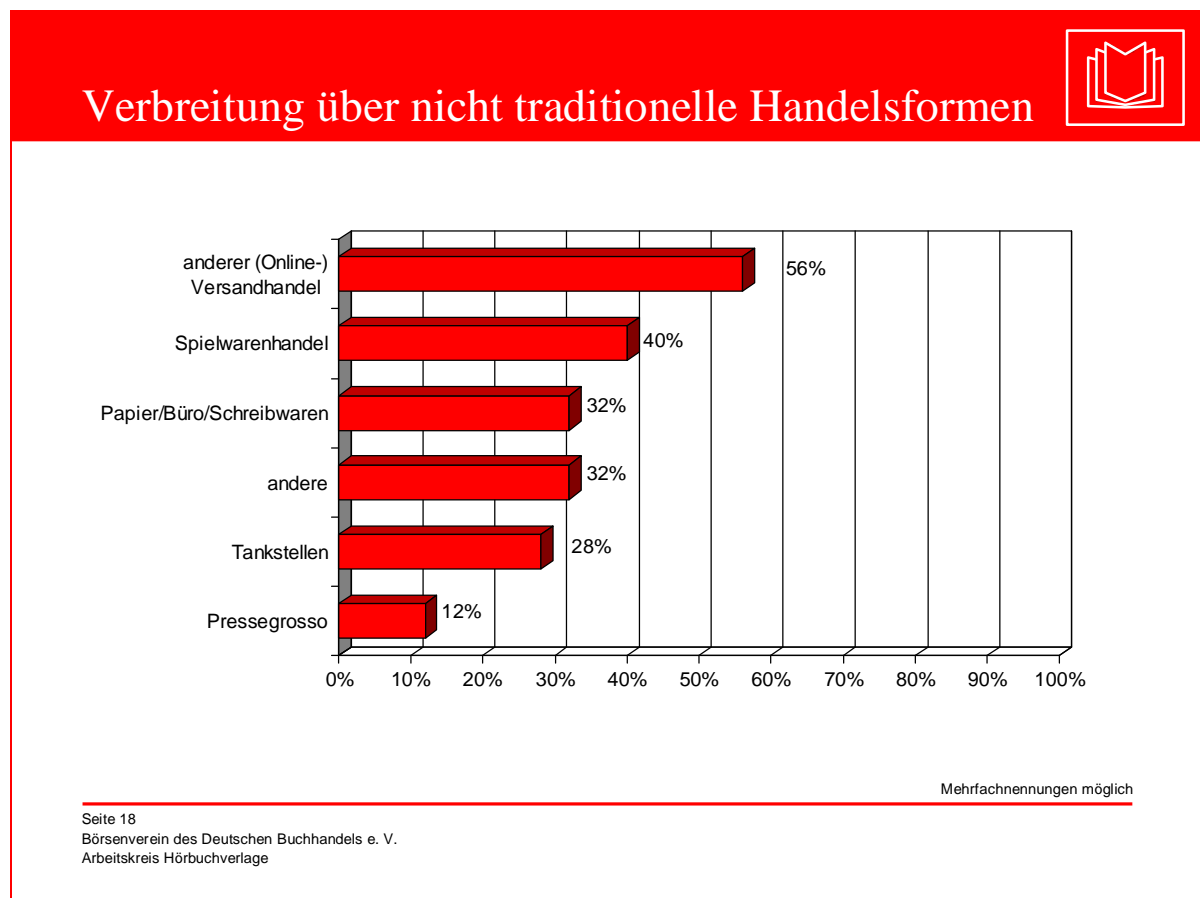
- Wichtigster Vertriebspartner für die Hörbuchverlage sind mit einem Anteil am Umsatz von 21,3% die kleinen Buchhandlungen, gefolgt von den Barsortimenten mit 19,6% und den Buchhandelsketten mit einem Anteil von 18,4%. Insgesamt werden also weiterhin knapp 60% der Hörbücher über den Buchhandel abgesetzt.
- Während der Direktvertrieb für 40% der Hörbuchverlage keinerlei Bedeutung hat, setzen 20% der Verlage verstärkt auf diesen Absatzweg und machen damit 50% und mehr ihres Umsatzes. Die durchschnittliche Bedeutung des Direktvertriebs liegt bei 15,3%.
- Der durchschnittliche Umsatz im Tonträgerhandel liegt für die Hörbuchverlage bei 10,2%, wobei allerdings mehr als die Hälfte (53,7%) mit ihren Produktionen nicht im Tonträgerhandel vertreten sind.
- Mit einer Bedeutung für den Umsatz von 7,9% liegt der Online-Handel vor dem Verkauf über Kauf- und Warenhäuser (4,3%).
- Mit 0,8% Umsatzanteil spielen die Download-Portale eine untergeordnete Rolle. 75,6% der befragten Verlage realisieren über diesen Vertriebsweg derzeit keinen Umsatz.

### Durchschnittlicher Umsatz in den einzelnen Vertriebswegen



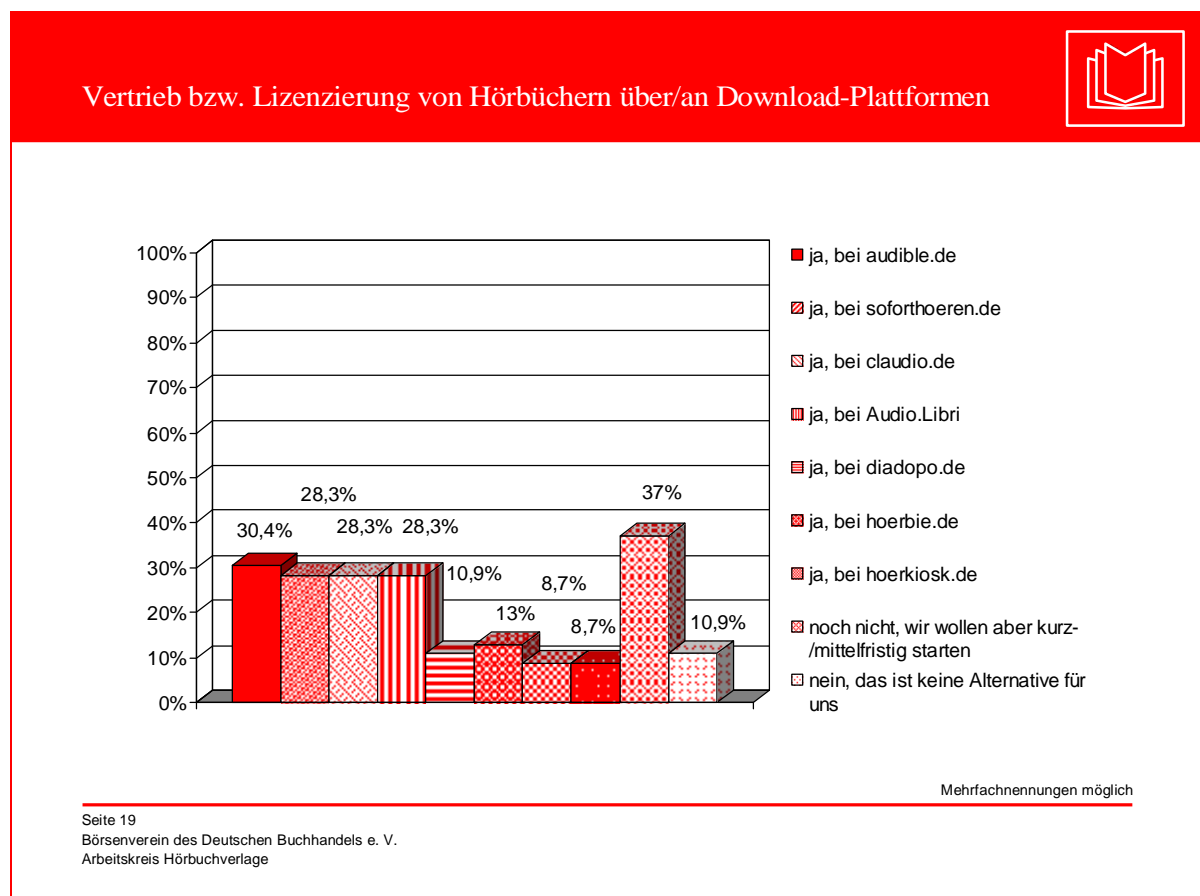
## Verbreitung über die nicht-traditionellen Handelsformen

- Mit einem Anteil von 56% spielt der andere (Online-) Versandhandel die wichtigste Rolle beim Verkauf über die nicht-traditionellen Handelsformen. 40% der Verlage sind mit ihren Produkten im Spielwarenhandel vertreten, 32% verkaufen über den Papier- und Schreibwarenhandel. Zugelegt gegenüber den Vorjahren hat hier vor allem der Spielwarenhandel sowie der Vertrieb über Tankstellen.



## Vertrieb bzw. Lizenzierung von Hörbüchern über/an Download-Plattformen

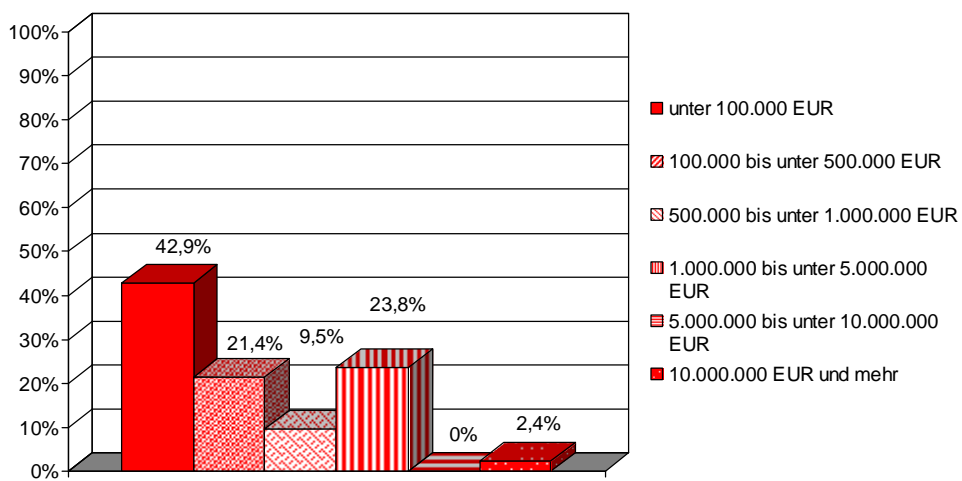
- Waren in 2005 erst 24,5% der Verlage bei mindestens einem Download-Portal vertreten, sind es in diesem Jahr bereits 52,1%.
- 37% der Verlage sind noch auf keiner der Download-Plattformen vertreten, wollen sich aber kurz- oder mittelfristig beteiligen.
- Sagten im Vorjahr noch 26,5% der befragten Verlage, dass Download-Portale keine Alternative für sie darstellen, sind es nun mehr nur noch 10,9%. Dabei handelt es sich in erster Linie um kleinere Hörbuchverlage.



## Jahresumsatz 2005

- 42,9% der Umfrageteilnehmer realisierten in 2005 einen Umsatz unter 100.000 €, gefolgt von der Gruppe der Verlage mit einem Umsatz zwischen 1.000.000€ und 5.000.000€ (23,8%).

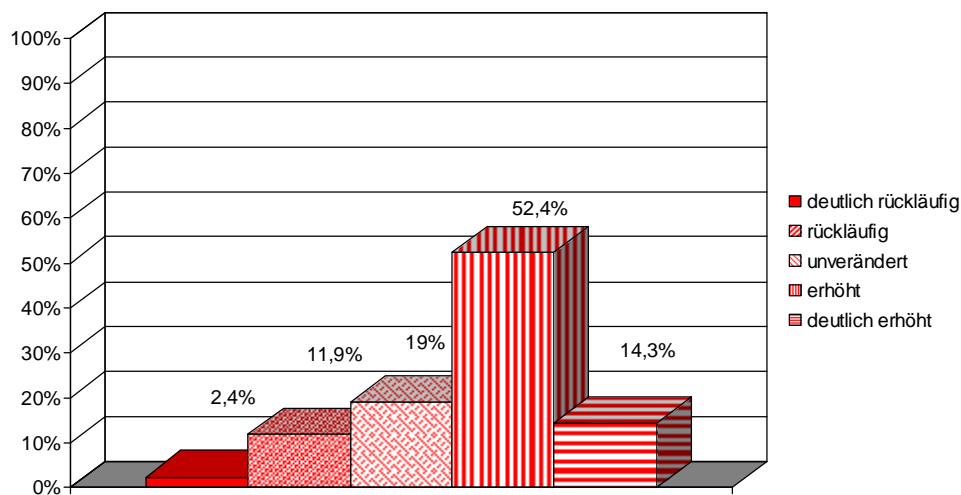
## Jahresumsatz 2005



## Entwicklung des Jahresumsatzes 2005 gegenüber 2004

- Die Entwicklung des Jahresumsatzes 2005 gegenüber 2004 gestaltet sich mehrheitlich positiv: 66,7% der Verlage verzeichneten ein Umsatzplus, 14,3% davon konnten eine deutliche Erhöhung feststellen. Unverändert blieb der Jahresumsatz 2005 bei 19% der Umfrageteilnehmer, 14,3% mußten einen Umsatzrückgang hinnehmen, der bei 2,4% davon deutlich ausfiel.

### Entwicklung des Jahresumsatzes 2005 gegenüber 2004

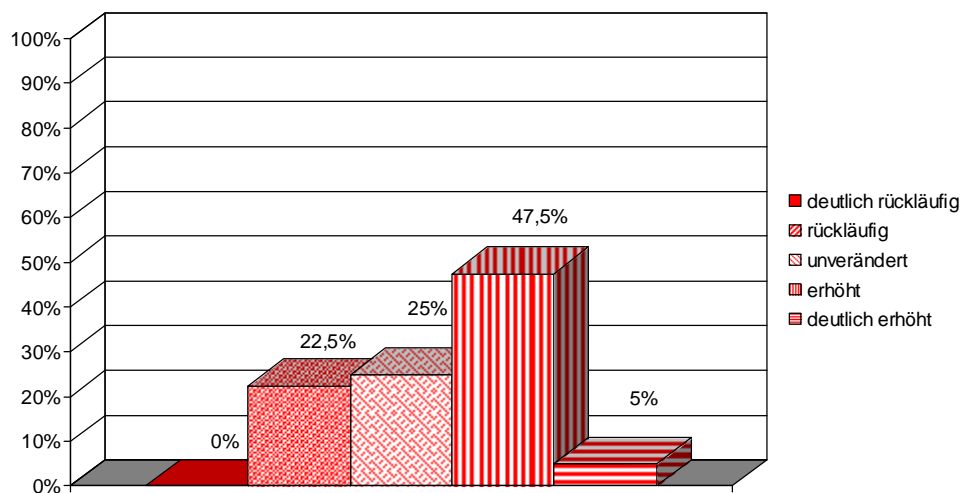


Seite 21  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage

## Entwicklung der Erträge 2005 gegenüber 2004

- Mehr als die Hälfte der befragten Hörbuchverlage (52,5%) konnte 2005 gegenüber dem Vorjahr höhere Erträge realisieren. 5% der Unternehmen können eine deutliche Zunahme des Gewinns vorweisen. Unverändert blieben die Erträge bei 25% der Verlage, bei 22,5% fielen sie niedriger aus als 2004.

### Entwicklung der Erträge 2005 gegenüber 2004



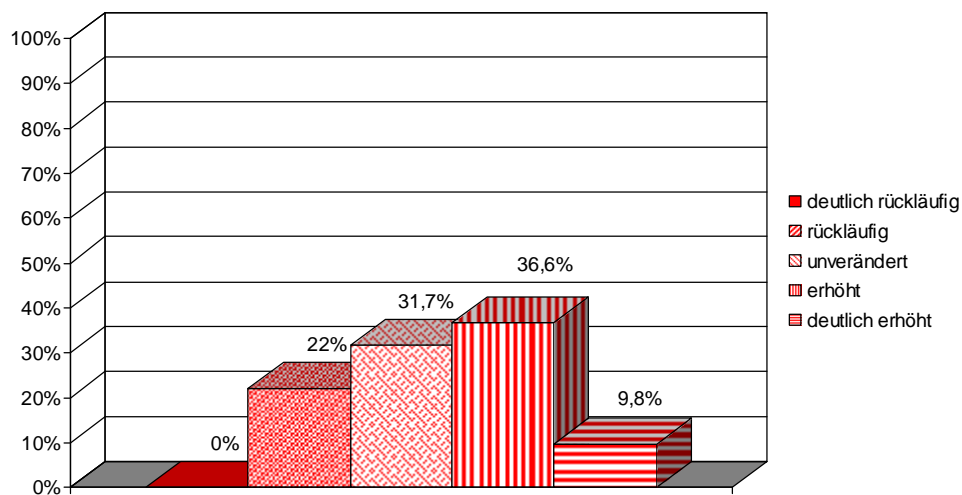
Seite 22  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage



## Entwicklung des aktuellen Umsatzes (1.1.- 30.6.2006)

- Die Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr 2006 fällt etwas verhaltener aus als in 2005. 46,4% der Unternehmen geben eine Umsatzsteigerung an, die bei 9,8% deutlich ausfällt. Dem gegenüber stellen 31,7% der Verlage einen gleichbleibenden Umsatz fest, bei 22% der Umfrageteilnehmer ist dieser zurückgegangen.

### Entwicklung des aktuellen Umsatzes (1.1. - 30.6.2006)

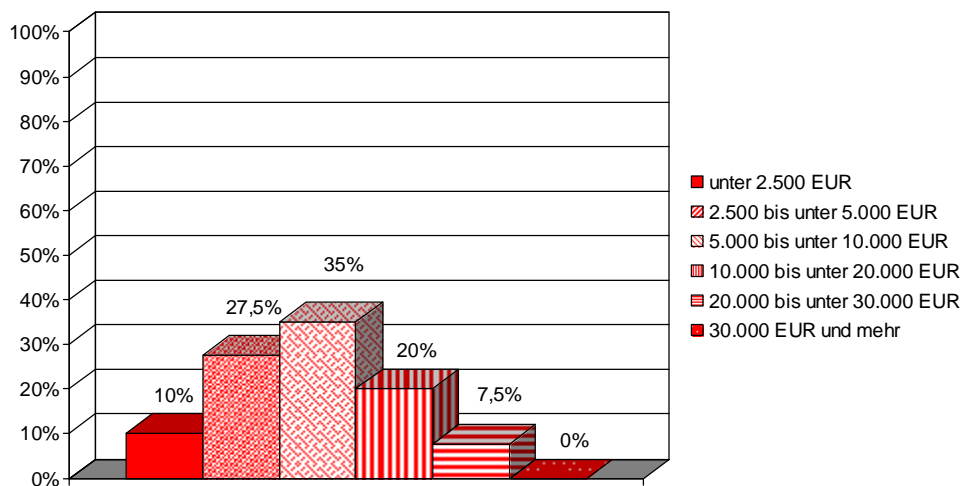


Seite 23  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage

## Durchschnittlich anfallende Kosten pro Titel vor dem Erscheinen

- Durchschnittlich zwischen 5.000 und 10.000€ fallen bei 35% der Verlage vor dem Erscheinen einer Produktion an Kosten für Marketing, Lizenzgebühren, Herstellungskosten, Gemeinkosten und Grafik an. 37,5 % der Verlage liegen mit ihren Kosten unter 5.000€, 10% davon unter 2.000€. Mehr als 10.000€ vor dem Erscheinen geben 27,5% der Verlage aus, 7,5% davon zwischen 20.000 und 30.000€.

### Durchschnittlich anfallende Kosten pro Titel vor dem Erscheinen\*



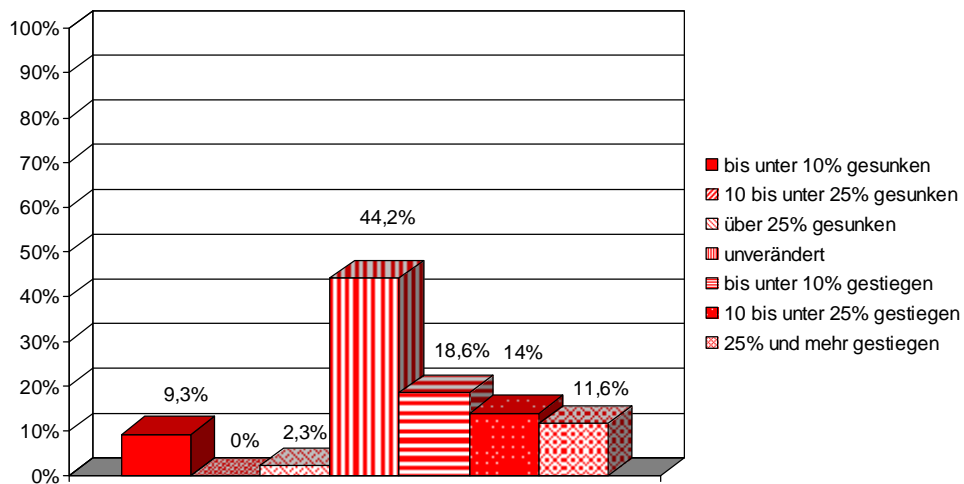
\* Marketing, Lizenzgebühren, Herstellungskosten, Gemeinkosten, Grafik

Seite 24  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage

## Entwicklung der Kosten für Marketing 2005 im Vergleich zu 2004

- Während bei 44,2% der Verlage das Marketingbudget im Vergleich zu 2004 gleich blieb, stiegen die Ausgaben bei derselben Zahl von Verlagen: dabei gaben 18,6% bis zu 10% mehr aus, 14% der Verlage zwischen 10 und 25% mehr, bei 11,6% der Umfrageteilnehmer stieg das Marketingbudget sogar um über 25%.

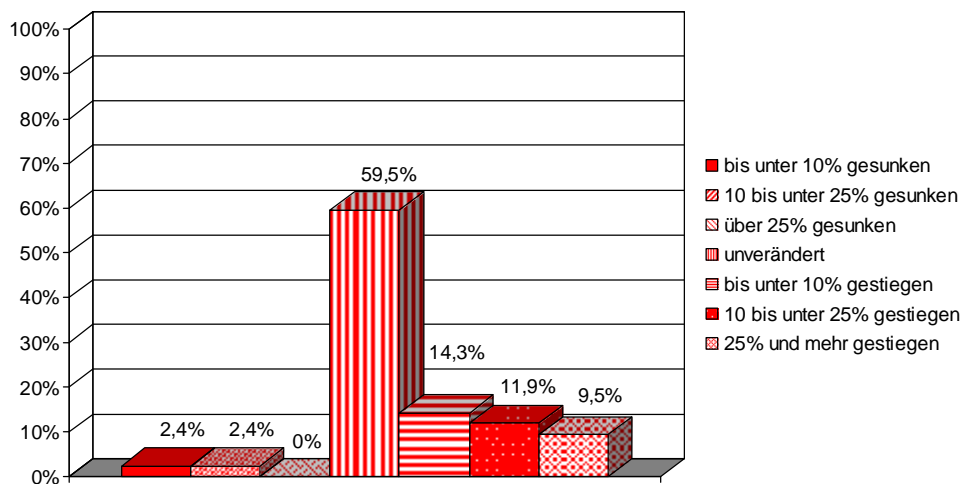
### Entwicklung der Kosten für Marketing 2005 im Vergleich zu 2004



## Entwicklung der Kosten für Lizenzgebühren (Kosten und Beteiligungen)

- Bei knapp 60% der Verlage fielen die Kosten für Lizenzgebühren im Jahr 2005 gleich hoch aus, 14,3% melden einen Anstieg um bis zu 10%, 11,9% der Verlage eine Erhöhung zwischen 10 und 25%. 9,5% der Verlage gaben sogar 25% mehr für Lizenzen aus.

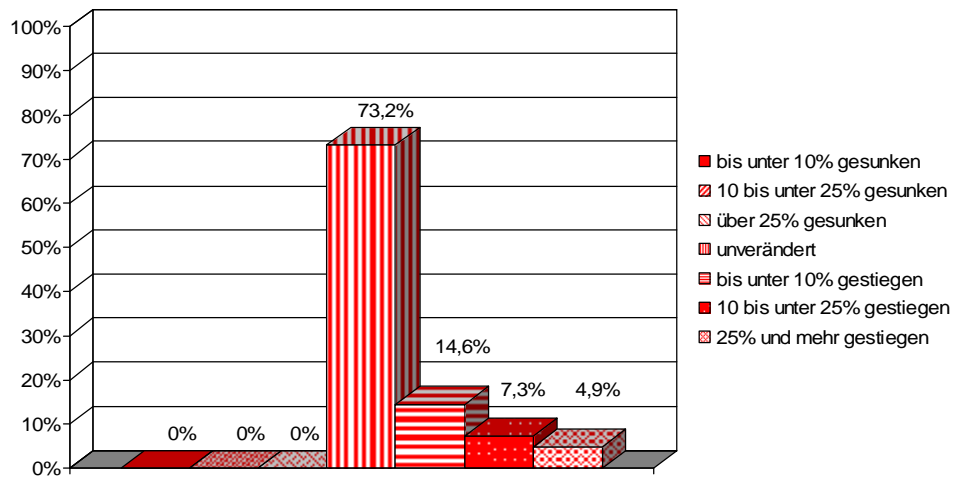
Entwicklung der Kosten für Lizenzgebühren (Kosten und Beteiligungen) 2005 im Vergleich zu 2004



## Entwicklung der Kosten für Sprecherhonorare 2005 im Vergleich zu 2004

- Unverändert blieben die Ausgaben für Sprecherhonorare bei 73,2% der befragten Verlage. 14,6% gaben um bis zu 10% mehr aus, 7,3% der Verlage zwischen 10 und 25% mehr und bei 4,9% der Verlage lagen die Kosten um 25% und mehr über denen des Vorjahres.

### Entwicklung der Kosten für Sprecherhonorare 2005 im Vergleich zu 2004

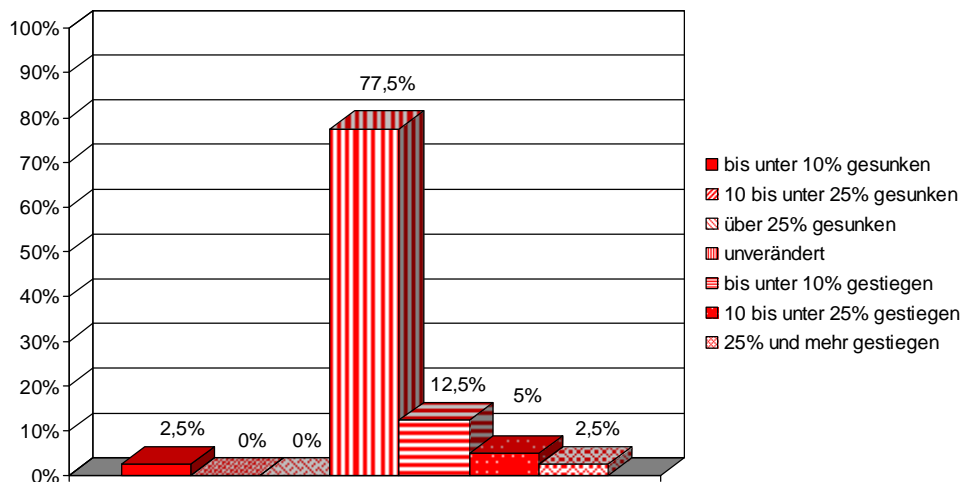


Seite 27  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage

## Entwicklung der Kosten für einen Studiotag 2005 im Vergleich zum 2004

- Weitgehend unverändert blieben die Kosten für einen Studiotag: 77,5% der Hörbuchverlage melden konstante Preise, 20 % mußten höhere Kosten für einen Studiotag kalkulieren.

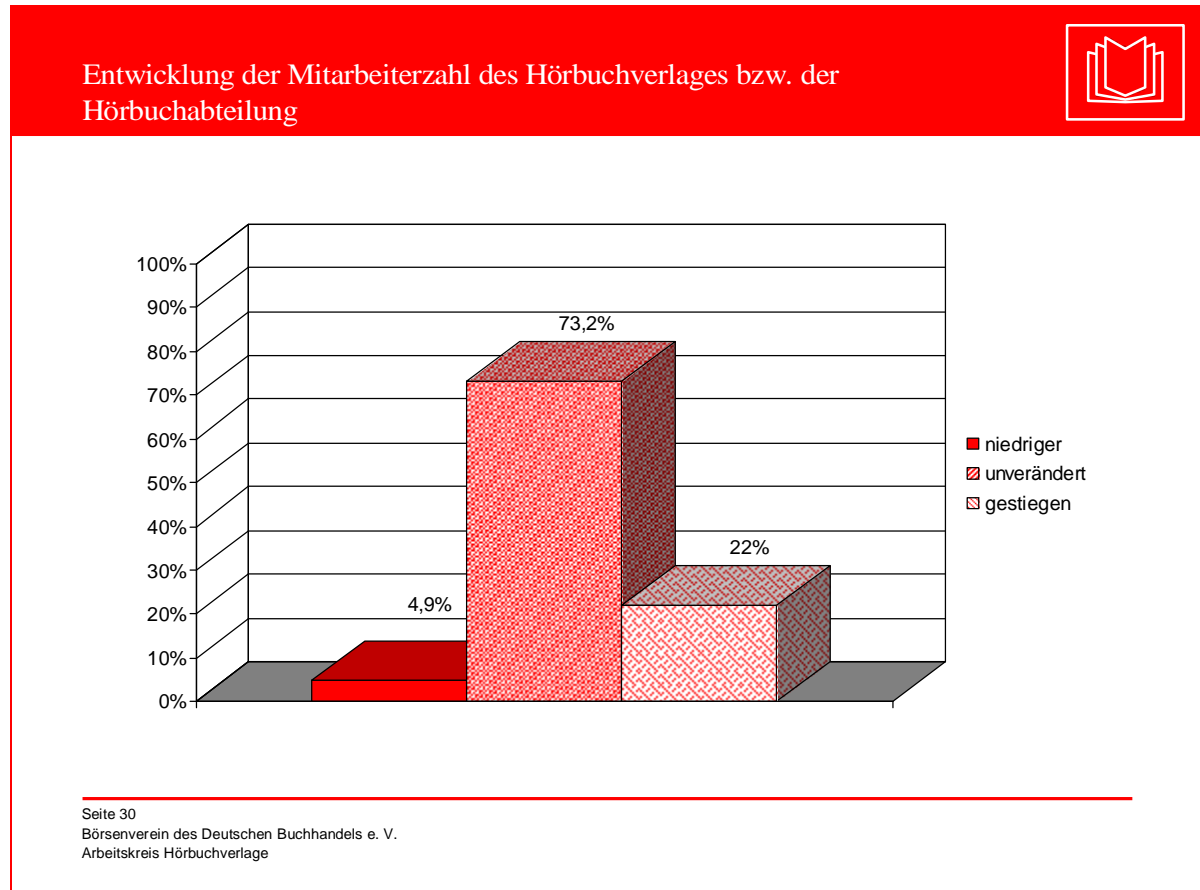
### Entwicklung der Kosten für einen Studiotag 2005 im Vergleich zu 2004



Seite 28  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage

## Entwicklung der Mitarbeiterzahl des Hörbuchverlages bzw. der -abteilung

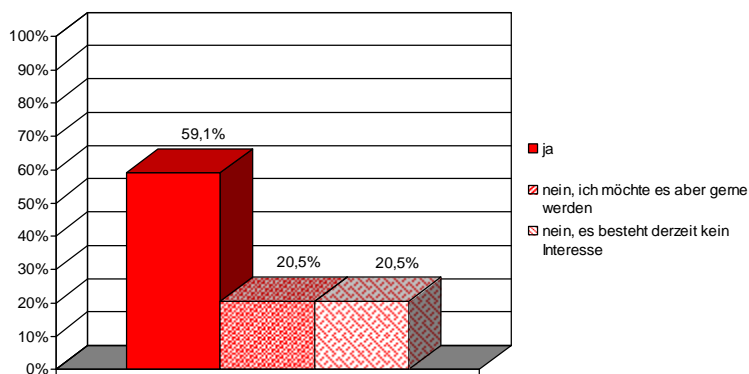
- Bei 22% der Verlage wurden zusätzliche Arbeitsplätze im Hörbuchbereich geschaffen. Während 73,2% mit der gleichen Anzahl an Mitarbeitern arbeiten, ist diese bei 4,9% der Verlage gesunken.



## Untersuchungsmethode

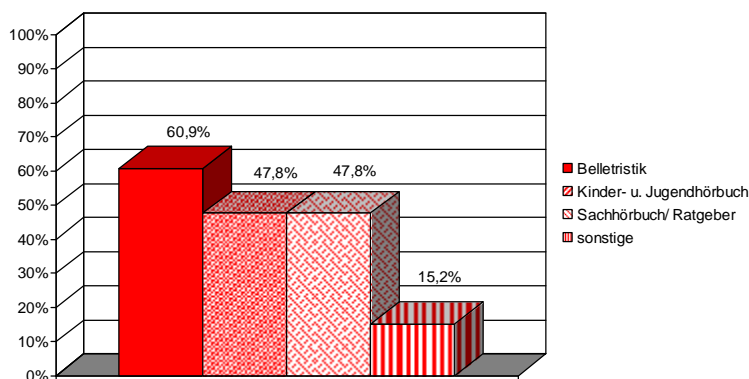
- Schriftlich-postalische Befragung (Zusendung des Fragebogens per E-Mail) an 400 Hörbuchverlage – Mitglieder im Arbeitskreis Hörbuchverlage des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. und Nicht-Mitglieder
- Befragungszeitraum: Juli - August 2006  
Rücklauf: 46 gültige Fragebögen, davon 26 Mitglieder und 20 Nicht-Mitglieder im Arbeitskreis Hörbuchverlage

### Mitglied im Arbeitskreis Hörbuchverlage



Seite 29  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage

### Programmbereiche des Verlags



Mehrfachnennungen möglich

Seite 31  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.  
Arbeitskreis Hörbuchverlage