

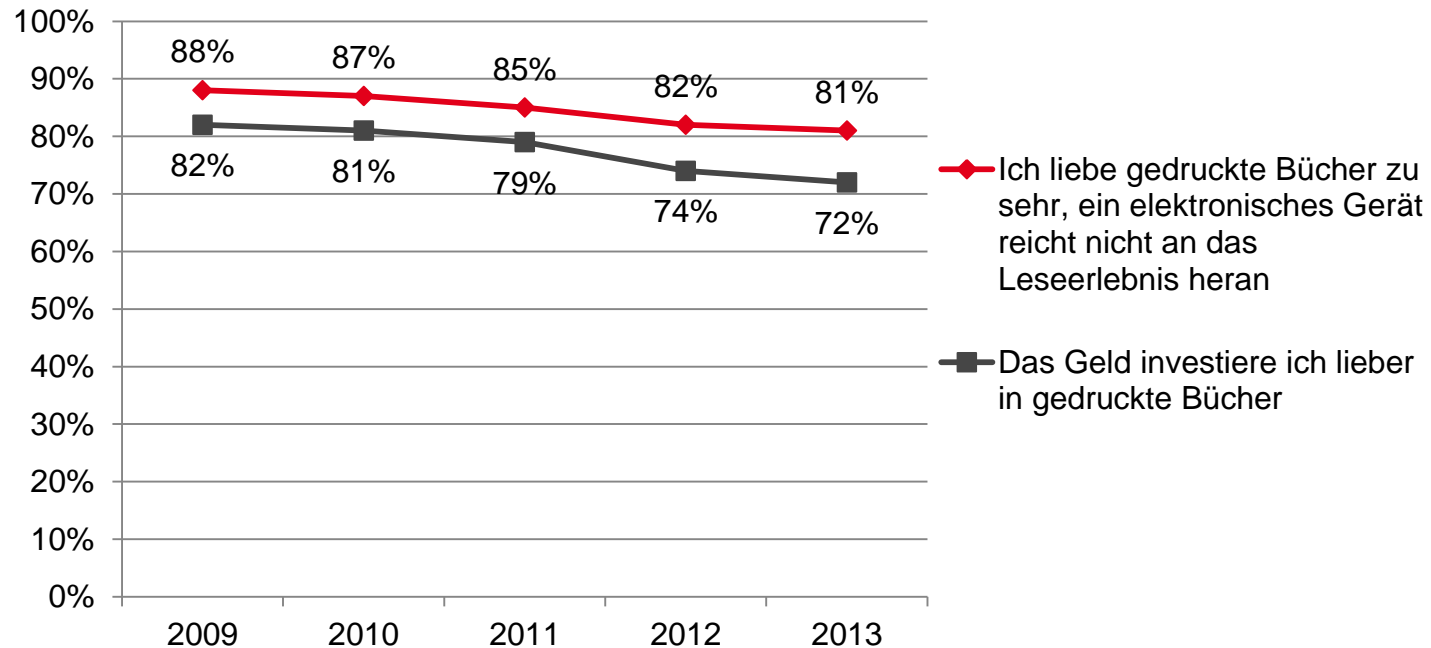
# Von der Perspektive zur Relevanz - Das E-Book in Deutschland 2012

Frankfurt am Main, 7. Juni 2013

**Börsenverein des  
Deutschen Buchhandels**



## In Deutschland ist die Vorliebe für gedruckte Bücher immer noch stark, geht aber kontinuierlich zurück



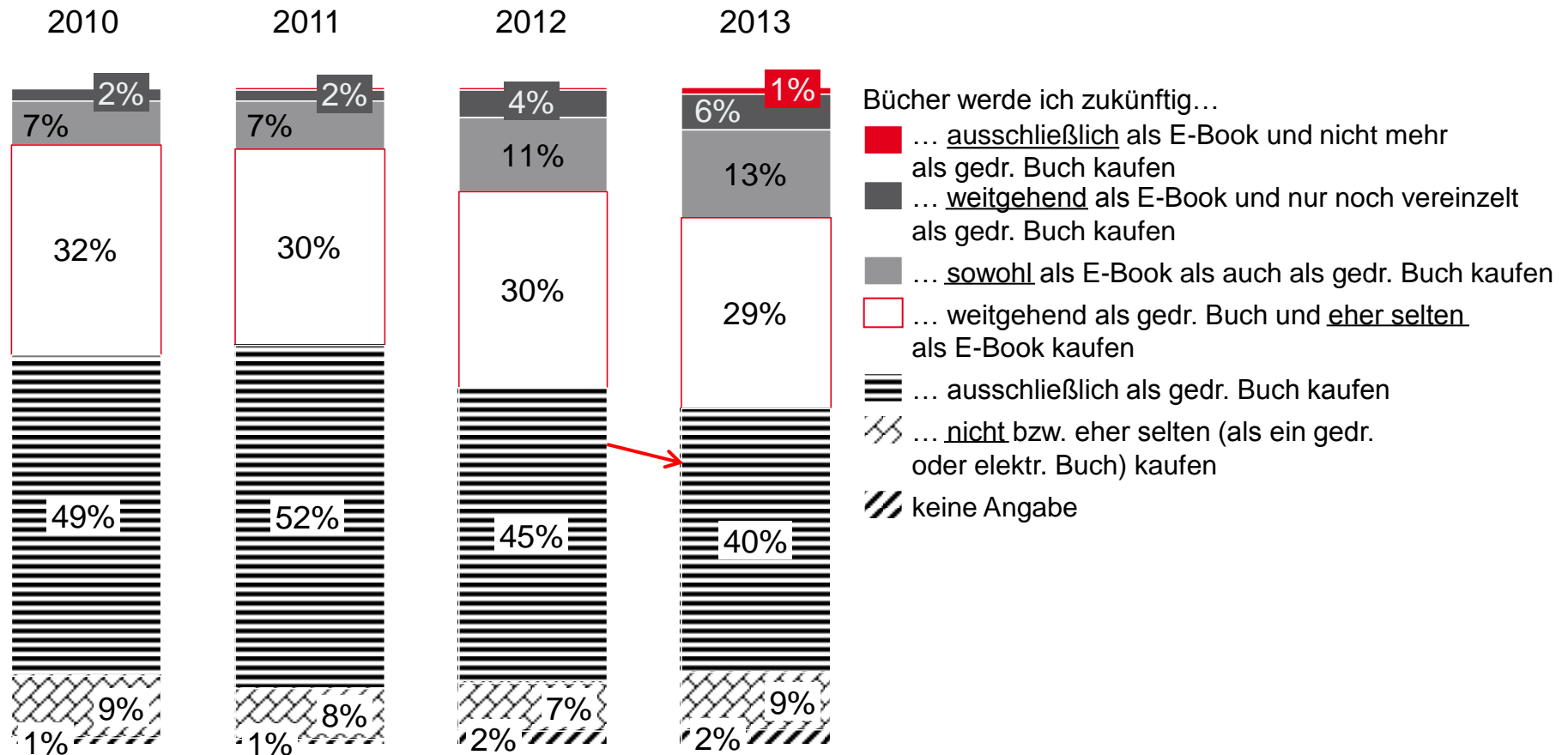
Frage: Bitte geben Sie für jedes der folgenden Argumente für bzw. gegen E-Books an, inwieweit Sie diesen jeweils zustimmen.

Auswahl: Befragte, die von E-Books schon einmal gehört oder gelesen haben

Basis: Ad-hoc-Befragung im GfK Consumer Panel Media\*Scope Buch

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Der Anteil derer, die zukünftig ausschließlich gedruckte Bücher lesen möchten, geht weiter zurück



Frage: Noch ein Blick in die Zukunft: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?

Basis: deutsche Privatpersonen ab 10 Jahren, Kenner von E-Books

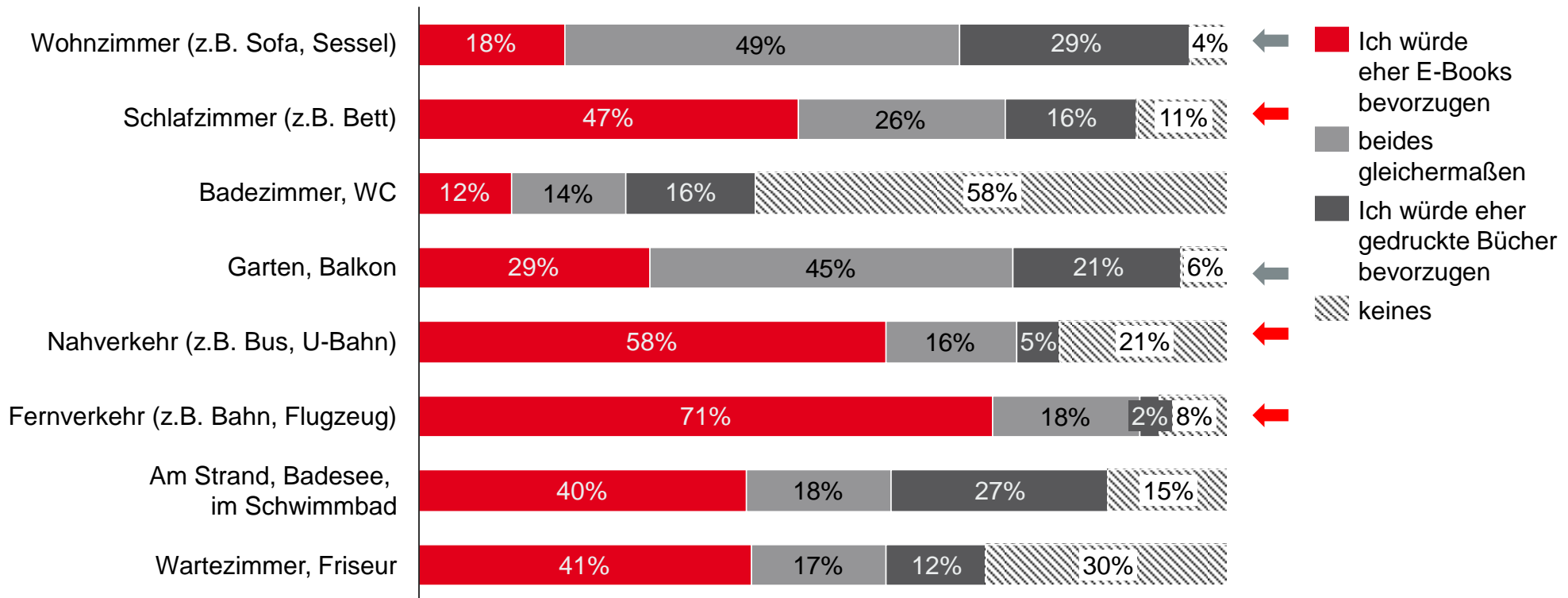
(Ad-hoc-Befragung im GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch mit n= 7.973)

\*Frage in 2012 und 2013 leicht verändert

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## E-Book-Käufer lesen vor allem im Nah- und Fernverkehr digital, die Hälfte auch im Bett. Im Garten / auf dem Balkon / auf der Couch wird abgewechselt

Alle Befragten, die im vergangenen Jahr mindestens ein E-Book gekauft haben



Frage: Nachfolgend haben wir verschiedene Leseorte aufgeführt. Bitte geben Sie an, welches Buchformat Sie bevorzugen würden, unabhängig davon, ob Sie dies bereits tun.

Auswahl: Befragte, die im Jahr 2012 mindestens ein E-Book gekauft haben

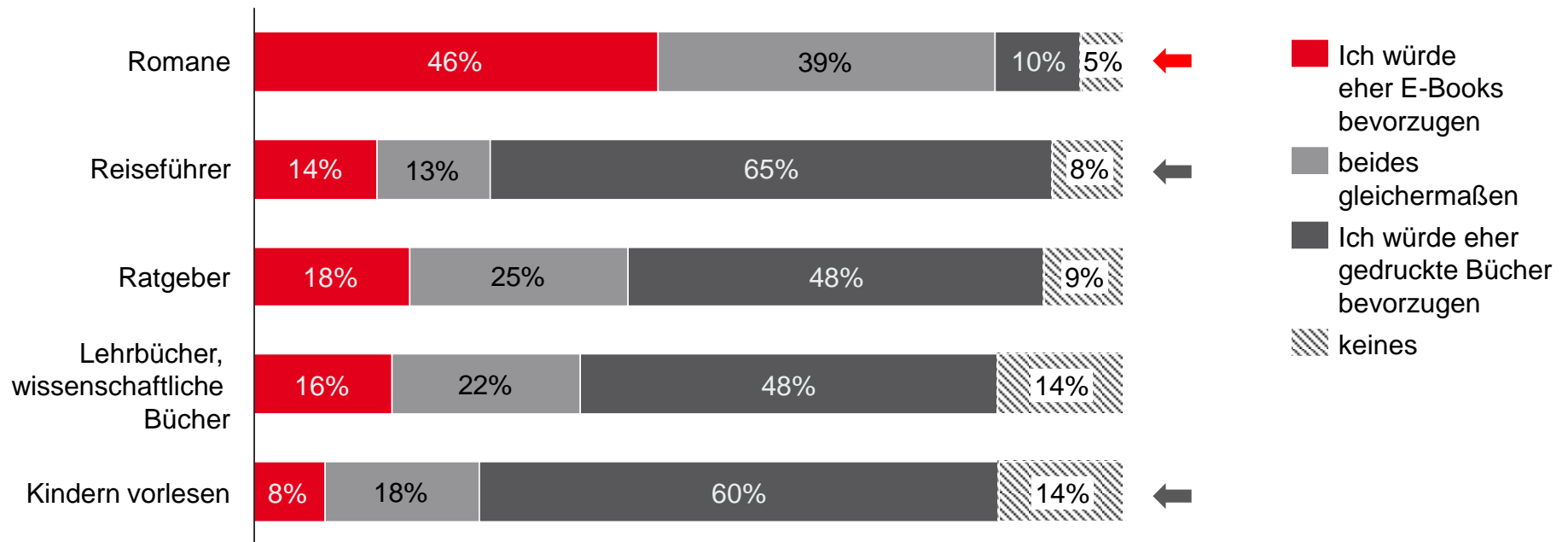
Basis: deutsche Privatpersonen ab 10 Jahren, Kenner von E-Books

(Ad-hoc-Befragung im GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch mit n= 7.973)

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Vor allem bei Romanen bevorzugen die derzeitigen E-Book-Käufer das digitale Buch. Zum Vorlesen oder bei Reiseführern wird das gedruckte Buch favorisiert

Alle Befragten, die im vergangenen Jahr mindestens ein E-Book gekauft haben



Frage: Nachfolgend haben wir verschiedene (Buch-)Gattungen aufgeführt. Bitte geben Sie an, welches Buchformat Sie bevorzugen würden, unabhängig davon, ob Sie dies bereits tun.

Auswahl: Befragte, die im Jahr 2012 mindestens ein E-Book gekauft haben

Basis: deutsche Privatpersonen ab 10 Jahren, Kenner von E-Books

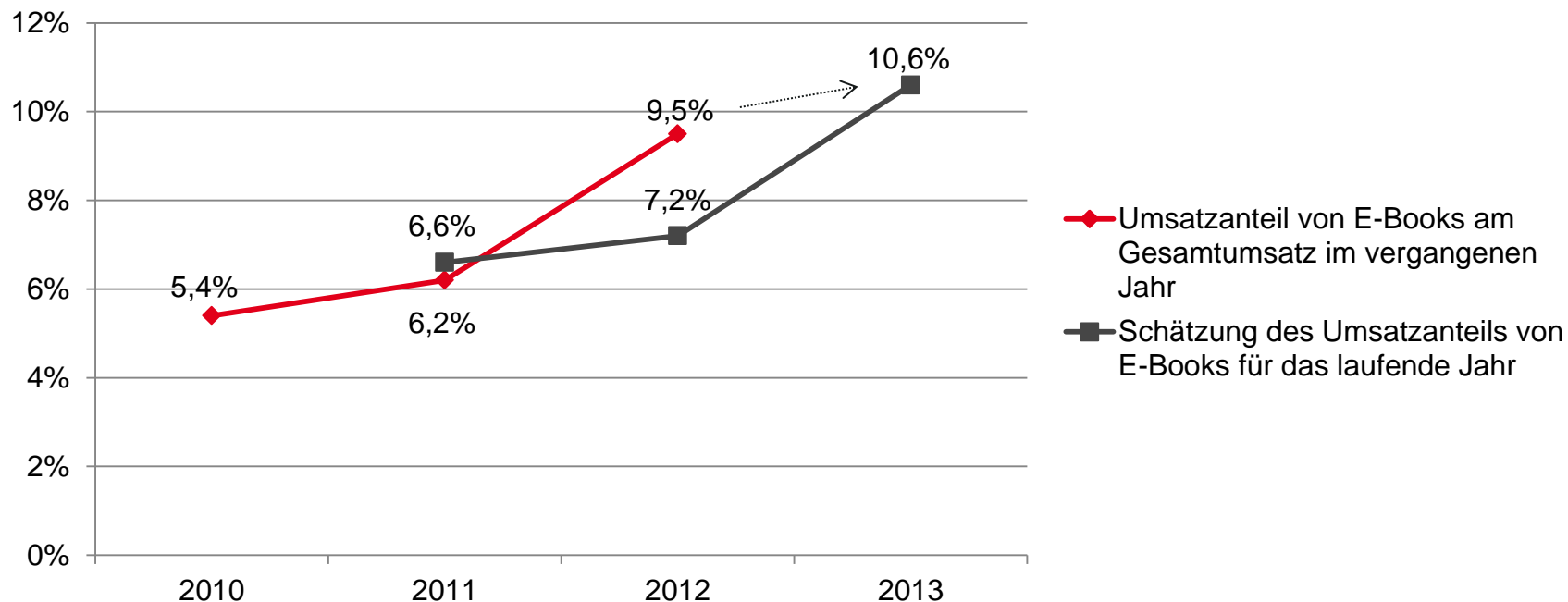
(Ad-hoc-Befragung im GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch mit n= 7.973)

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

# Die Verlage und E-Books in Deutschland



## Der durchschnittliche Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz der Verlage steigt 2012 stärker als gedacht auf 9,5 Prozent. Für 2013 wird ein weiterer Anstieg erwartet



Frage: Wie hoch war der Umsatzanteil im vergangenen Jahr von E-Books am Gesamtumsatz in Ihrem Verlag?

Falls Sie die Umsatzanteile nicht genau wissen, bitte schätzen Sie. Bitte versuchen Sie einmal zu schätzen, welchen Umsatzanteil E-Books in Ihrem Verlag in diesem Jahr in etwa ausmachen werden.

Auswahl: Verlage, die E-Books im Programm haben oder den Vertrieb für E-Books für dieses Jahr planen

(„Keine Angabe“ fließt in „Kann ich nicht beurteilen / weiß ich nicht“ ein.)

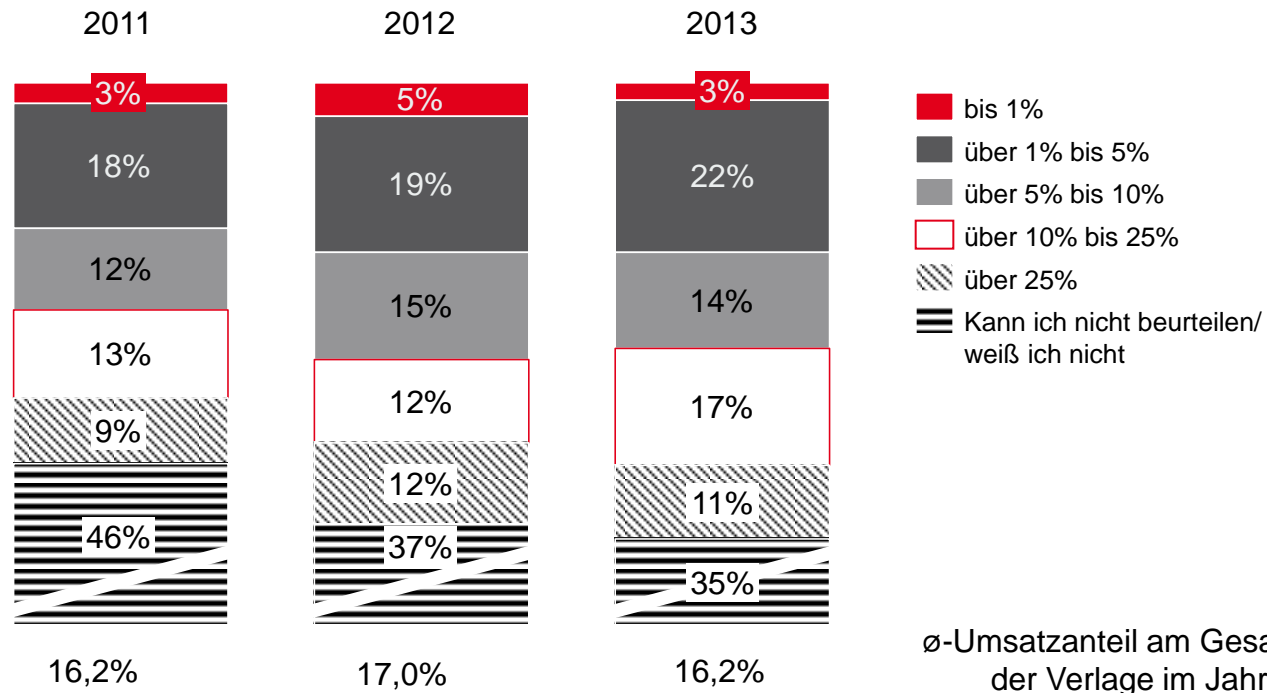
Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Die Prognose des E-Book-Anteils am Verlagsumsatz für 2015 ist erneut nahezu unverändert (16,2 Prozent)

Schätzung des Umsatzanteils von E-Books im Jahr 2015



Frage: Bitte versuchen Sie einmal zu schätzen, welchen Umsatzanteil E-Books in Ihrem Verlag im Jahr 2015 in etwa ausmachen werden.

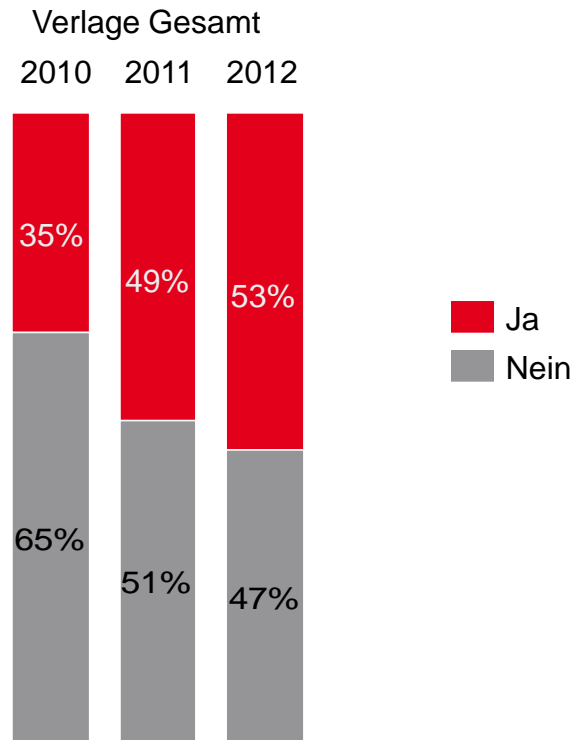
Auswahl: Verlage, die E-Books im Programm haben oder der Vertrieb von E-Books ist für dieses Jahr geplant  
(„Keine Angabe“ fließt in „Kann ich nicht beurteilen/weiß ich nicht“ ein.)

Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage

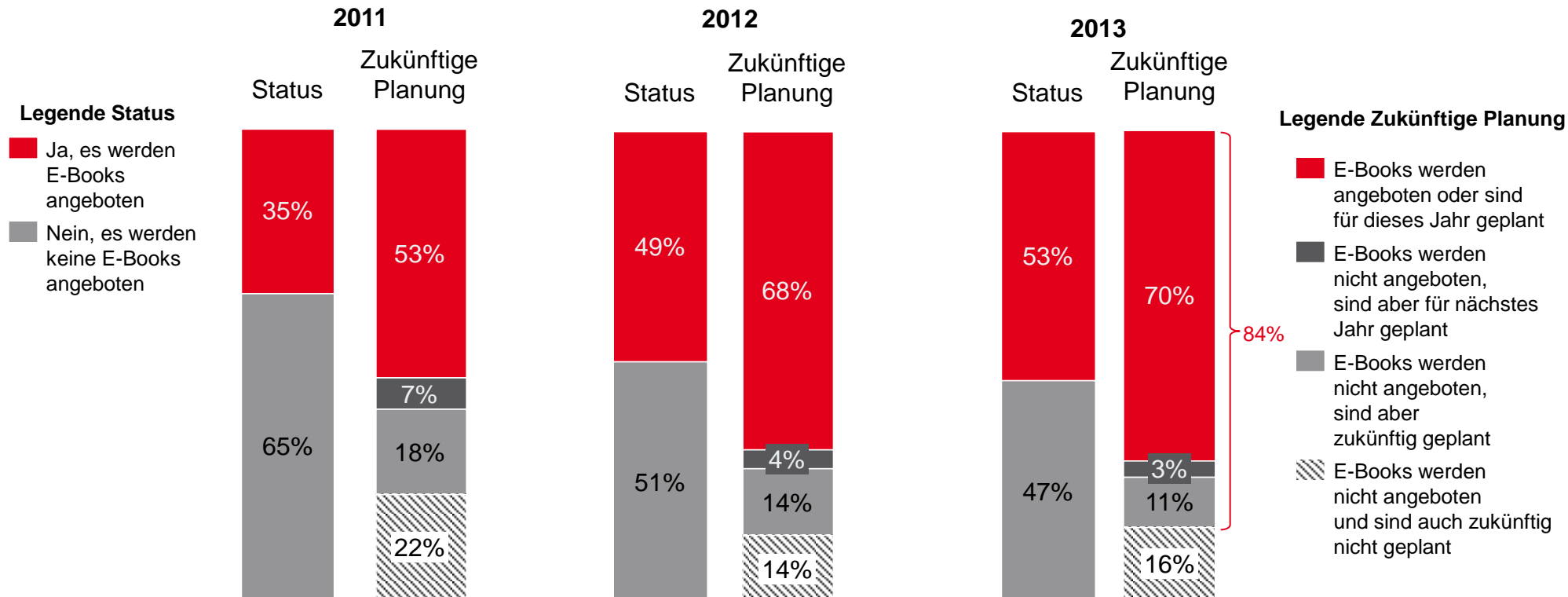
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Über die Hälfte der Verlage haben nun E-Books im Programm

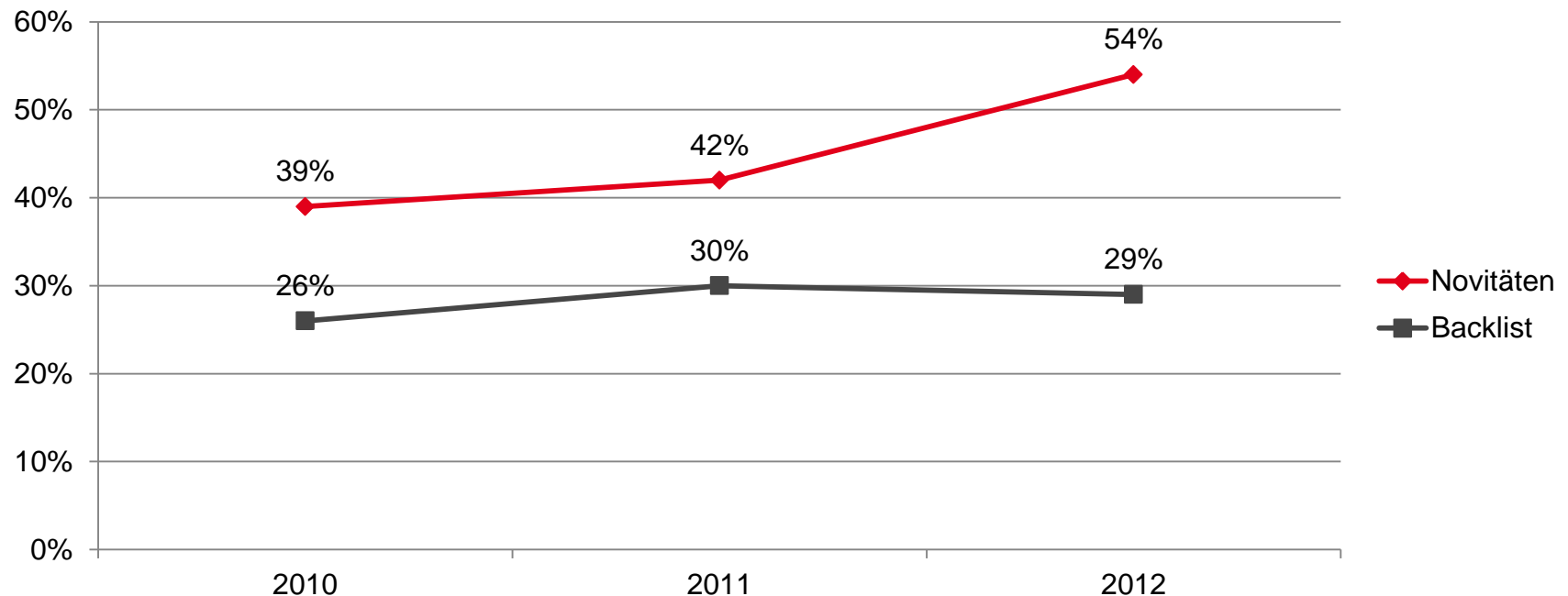


## Zukünftig werden 84 Prozent der Verlage am E-Book-Markt teilnehmen. 16 Prozent planen weiterhin ohne E-Books



Frage: Haben Sie in Ihrem Verlag im vergangenen Jahr E-Books vertrieben?  
Ist in Ihrem Verlag die Erweiterung des Programms um E-Books für dieses Jahr geplant?  
Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage  
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Titel als E-Book verfügbar: Der Anteil steigt bei den Novitäten und stagniert bei der Backlist



Frage: Bitte schätzen Sie, wie hoch der Anteil von E-Books an den gedruckten Büchern ist, d.h. wie viele der gedruckten Bücher auch als E-Book erscheinen.

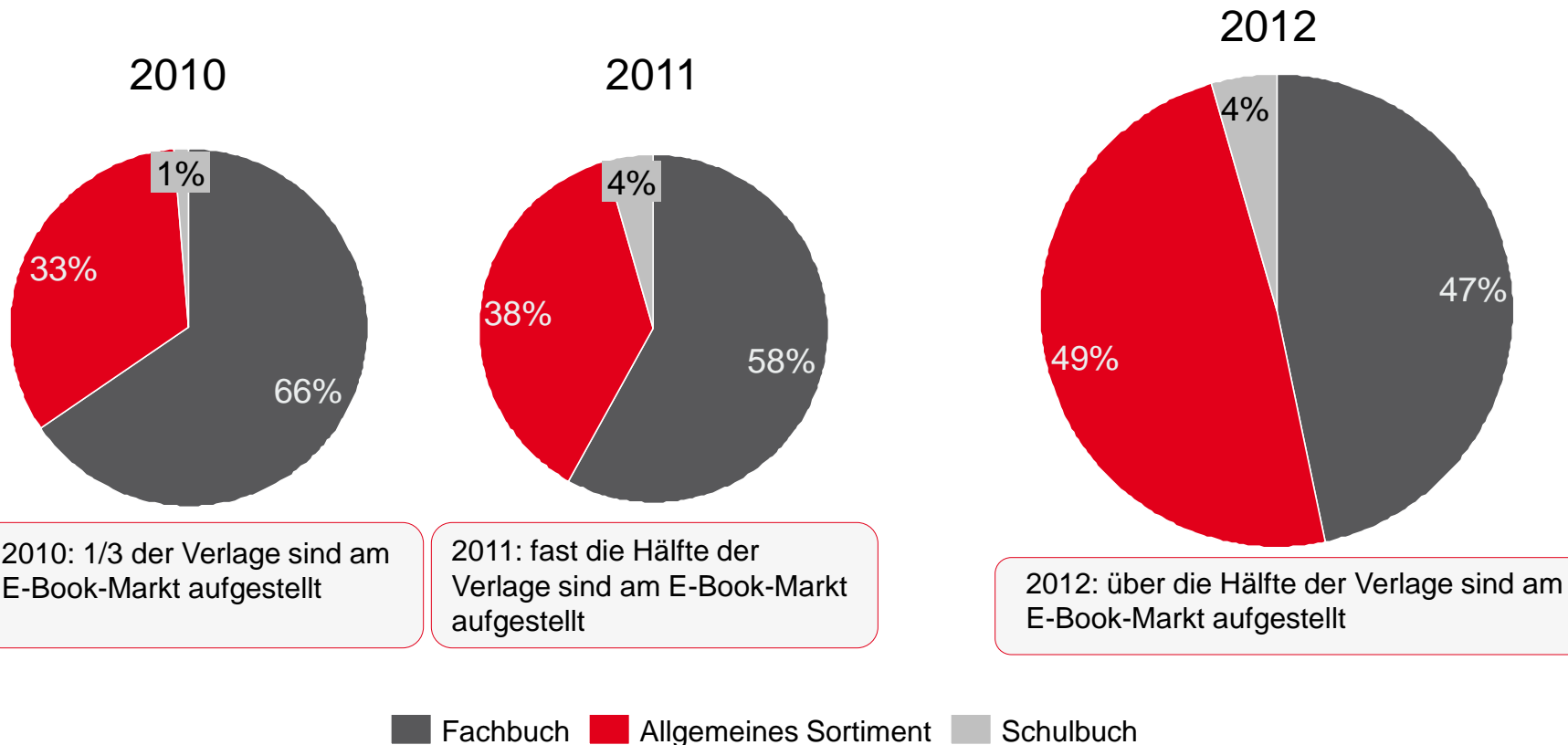
Bitte unterscheiden Sie nach Novitäten und Backlist. Bitte machen Sie Ihre Angaben für das vergangene Jahr.

Auswahl: Verlage, die E-Books im Programm haben

Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Der Anteil des Publikums-Segments an den verfügbaren E-Book-Titeln wächst



Frage: Wie viele Titel wurden in Ihrem Verlag im vergangenen Jahr insgesamt als E-Book vertrieben? Bitte unterscheiden Sie die Titel auch nach den Genres und geben Sie bitte an, wie viele Titel in dem jeweiligen Genre in Ihrem Verlag als E-Book im vergangenen Jahr vertrieben wurden.

Auswahl: Verlage, die E-Books im Programm haben

Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Der Vertrieb über den Online-Buchhandel gewinnt für Verlage an Bedeutung



Frage: Zu welchen Anteilen (an den insgesamt verkauften E-Books) werden die folgenden Möglichkeiten von Ihrem Verlag für den Vertrieb von E-Books in etwa genutzt? Bitte beziehen Sie sich bei Ihren Angaben auf das vergangene Jahr.

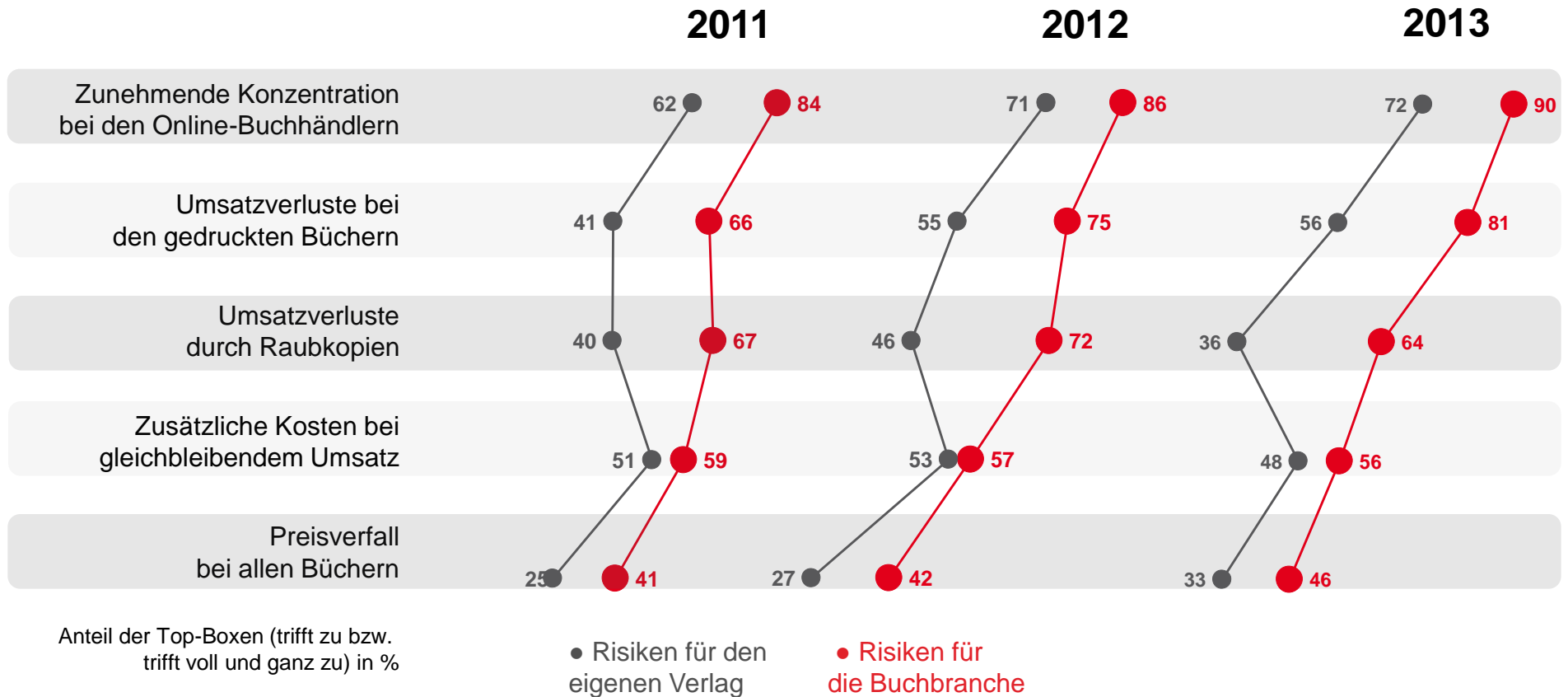
Auswahl: Verlage, die E-Books im Programm haben

\*Verleihmodelle in 2013 erstmals gefragt (Fragestellung im Jahr 2012 und im Jahr 2013 leicht verändert.)

Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Zunehmende Konzentration bei den Online-Buchhändlern wird als immer höheres Risiko für den eigenen Verlag und die Buchbranche eingeschätzt

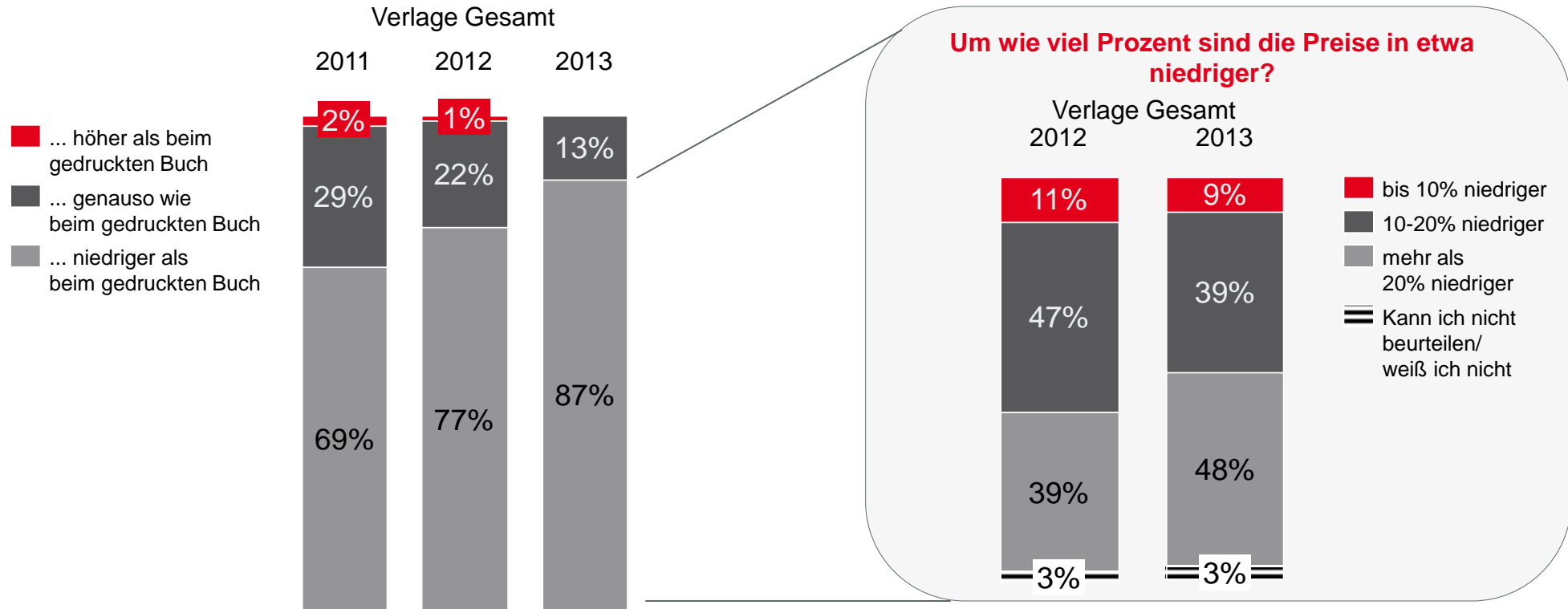


Frage: Welche Risiken sehen Sie im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung der E-Books für die Buchbranche und für Ihren eigenen Verlag?

Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Fast 90 Prozent der Verlage bieten ihre E-Books günstiger an als die Print-Version, knapp die Hälfte davon um mehr als 20 Prozent



Frage: Bei den Titeln, die von Ihrem Verlag sowohl als E-Book als auch als gedrucktes Buch angeboten werden, sind die Preise des E-Books tendenziell...

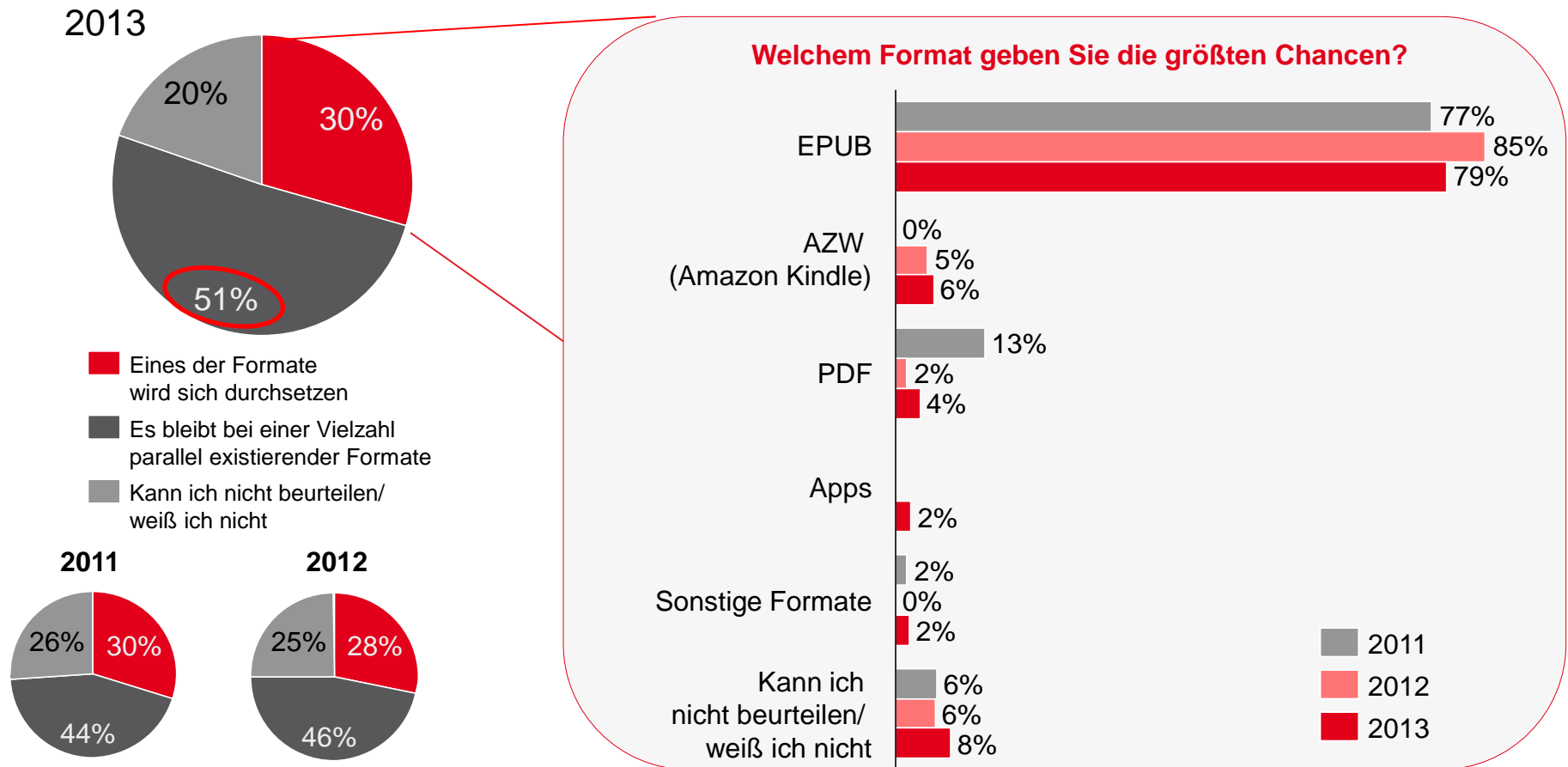
Auswahl: Verlage, die E-Books im Programm haben  
(Fragestellung im Jahr 2012 leicht verändert.)

Um wie viel Prozent sind die Preise in etwa niedriger? Falls Sie es nicht genau wissen, schätzen Sie bitte.  
Auswahl: Verlage, die die Preise von E-Books tendenziell niedriger als beim gedruckten Buch einschätzen  
(Frage wurde im Jahr 2011 nicht gestellt.)

Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Mehr als die Hälfte der Verlage gehen zukünftig von einer Vielzahl parallel existierender Formate aus



Frage: Was glauben Sie, wird sich eines der Formate im E-Book-Markt auf lange Frist durchsetzen oder bleibt es bei einer Vielzahl parallel existierender Formate? Welchem Format geben Sie die größten Chancen, sich auf lange Frist durchzusetzen?

(Fragestellung im Jahr 2012 leicht verändert.)

Basis 2011: 437 Verlage, Basis 2012: 348 Verlage, Basis 2013: 361 Verlage

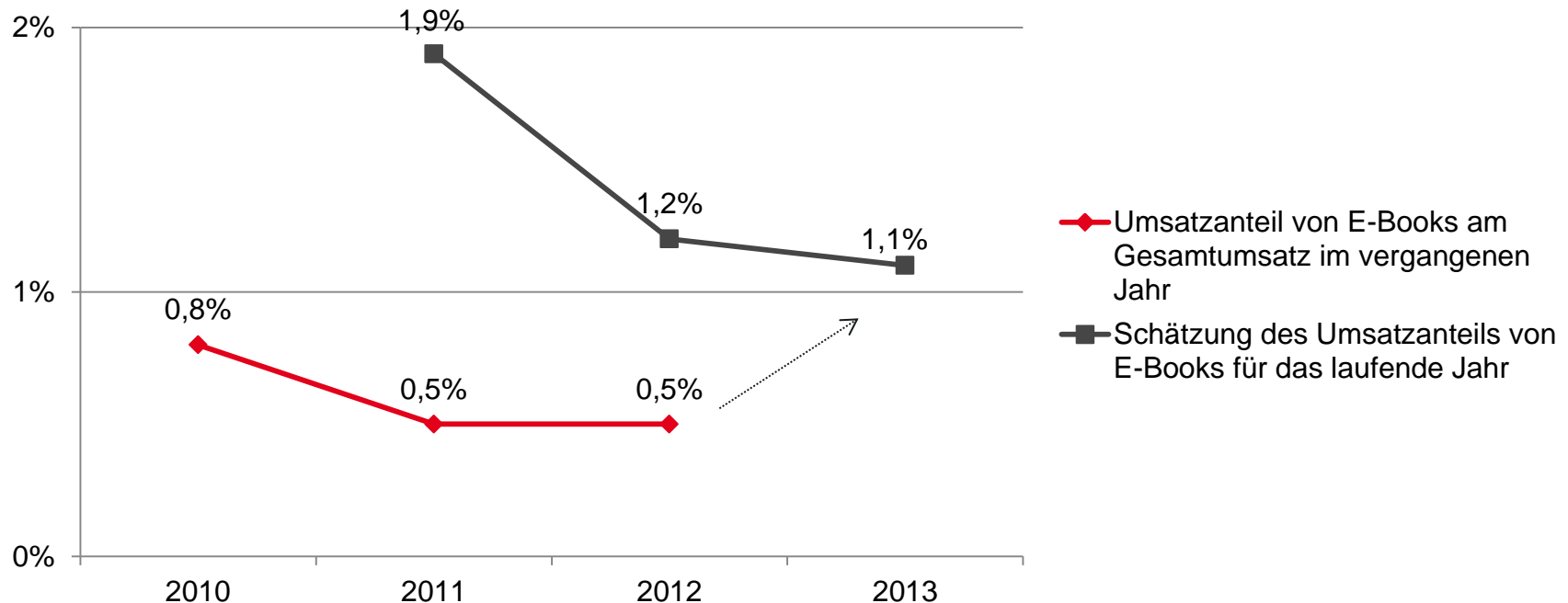
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



# Der Sortimentsbuchhandel und E-Books in Deutschland



## Durch viele Neueinsteiger stagniert der durchschnittliche Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz der Sortimente in 2012. Für 2013 wird ein Anstieg erwartet



\*In die Berechnung der Durchschnittswerte gehen alle Werte von 0 bis 100% ein.

Frage: Wie hoch war der Umsatzanteil der E-Books (ohne E-Reader) am Gesamtumsatz in Ihrer Buchhandlung im vergangenen Jahr?

Falls Sie den Umsatzanteil nicht genau wissen, bitte schätzen Sie.

Auswahl: Sortimente, die E-Books anbieten

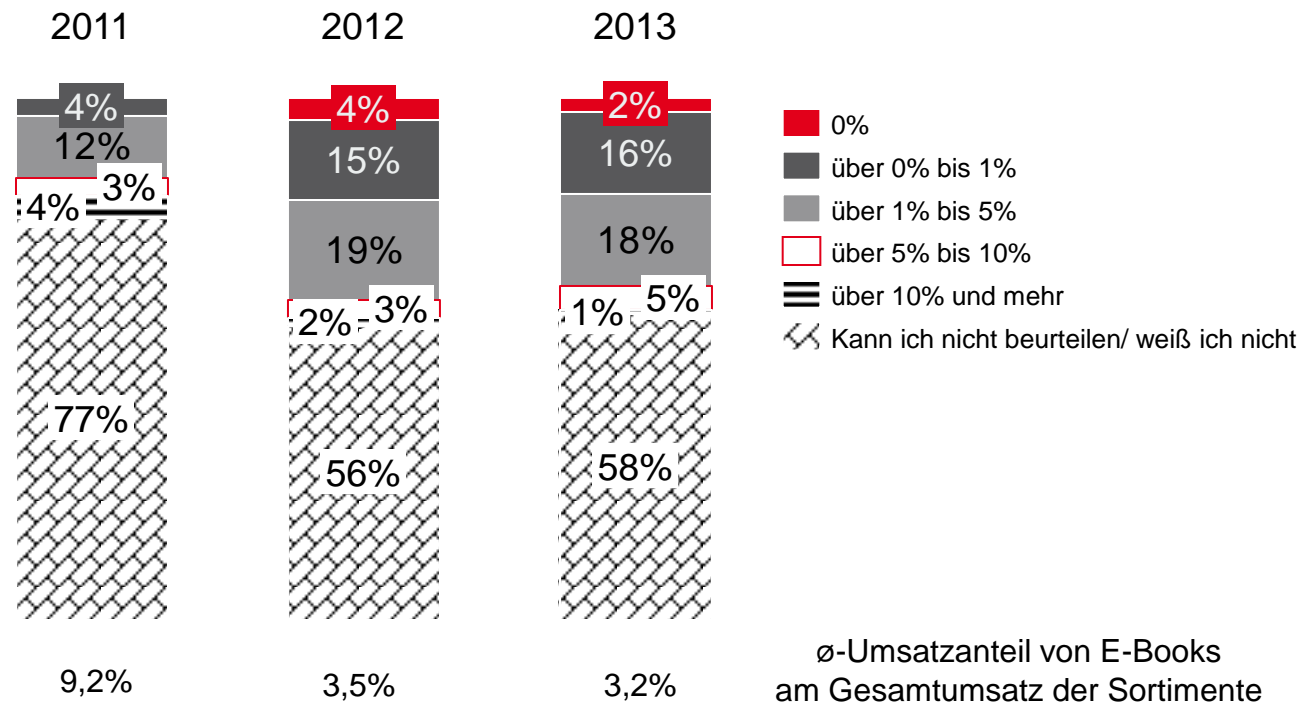
Frage: Bitte versuchen Sie einmal abzuschätzen, welchen Umsatzanteil E-Books (ohne E-Reader) am Gesamtumsatz in Ihrem Unternehmen in diesem Jahr in etwa ausmachen werden.

Auswahl: Sortimente, die bereits E-Books anbieten bzw. planen

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Die Prognose des E-Book-Anteils am Umsatz des stationären Sortiments für 2015 wird zurückhaltender: Buchhändler rechnen mit 3,2 Prozent



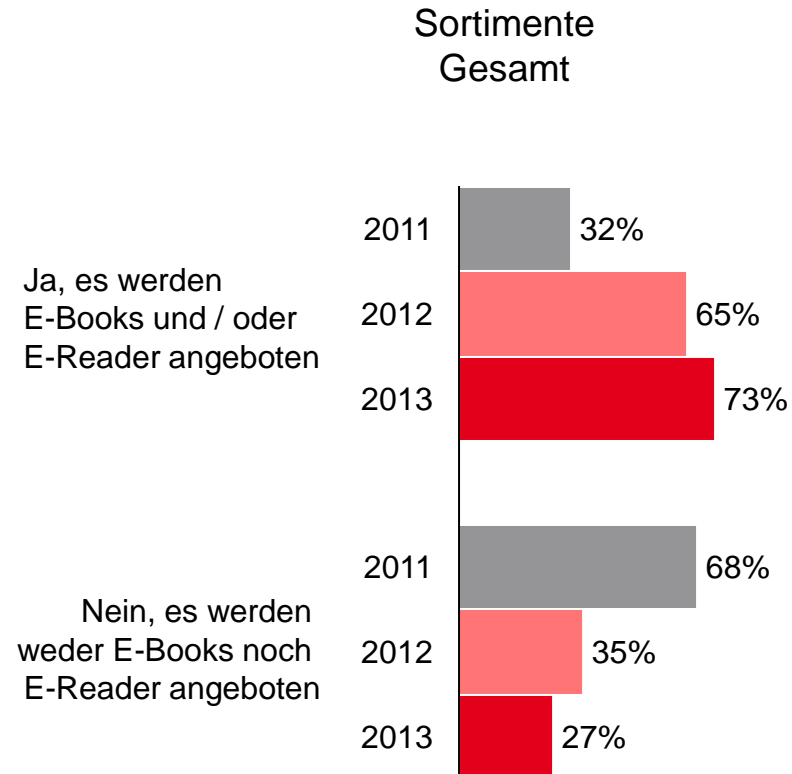
Frage: Bitte versuchen Sie einmal abzuschätzen, welchen Umsatzanteil E-Books (ohne E-Reader) am Gesamtumsatz in Ihrem Unternehmen im Jahr 2015 in etwa ausmachen werden.

Auswahl: Sortimente, die bereits E-Books anbieten bzw. planen

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Über 70 Prozent der Sortimente bieten derzeit E-Books und / oder E-Reader an. Das sind 8 Prozent mehr als im Vorjahr

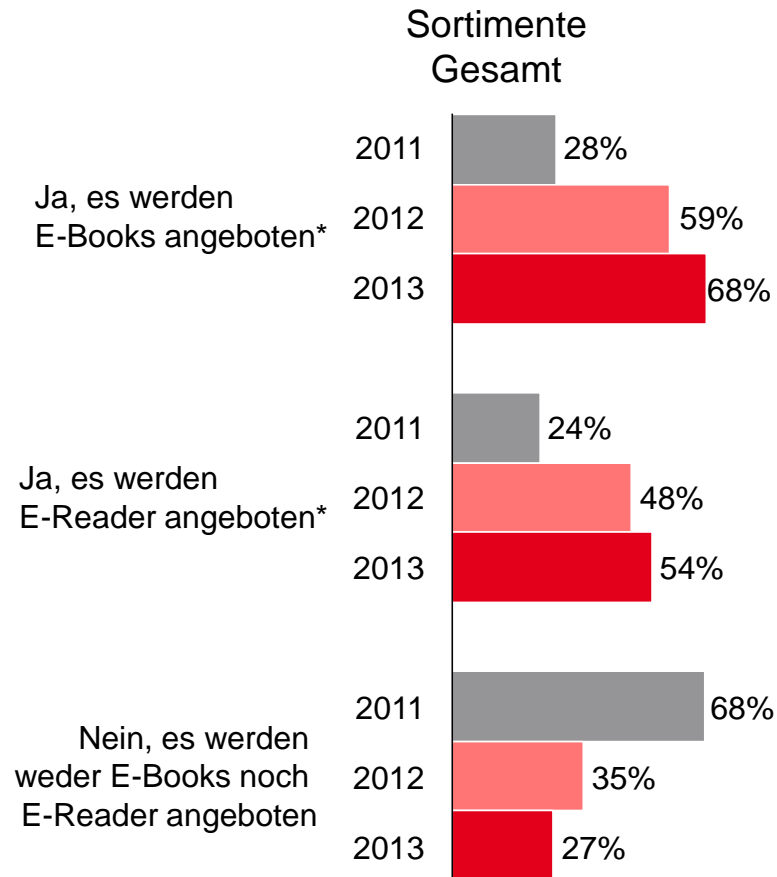


Frage: Werden in Ihrer Buchhandlung bzw. im Rahmen Ihres Internetangebots E-Books und/oder E-Reader angeboten?

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

**Sowohl bei E-Books als bei E-Readern sind Zuwächse zu verzeichnen. Bereits jedes 2. Sortiment bietet E-Reader an, E-Books sogar 2 von 3 Buchhandlungen**



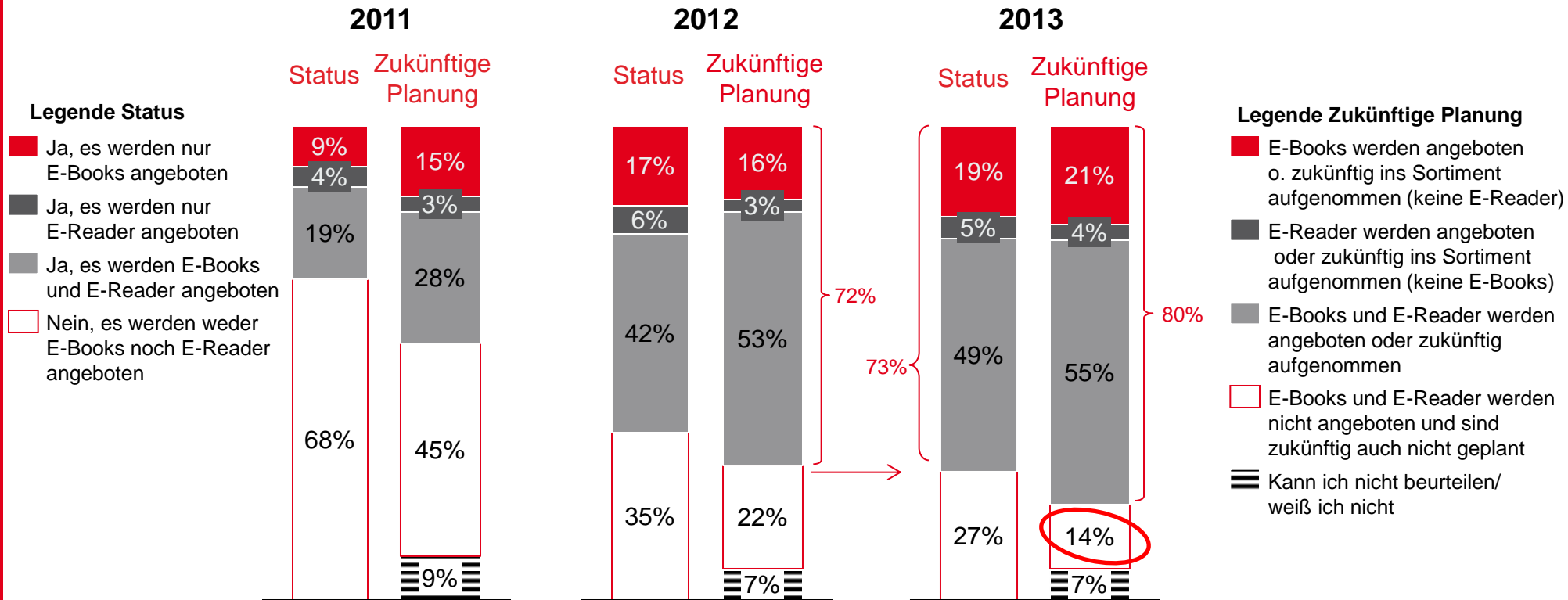
Frage: Werden in Ihrer Buchhandlung bzw. im Rahmen Ihres Internetangebots E-Books und/oder E-Reader angeboten?

\*Mehrfachnennungen möglich

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Nur 14 Prozent der Sortimente planen zukünftig ohne E-Books und E-Reader, weitere 7 Prozent sind noch unentschieden



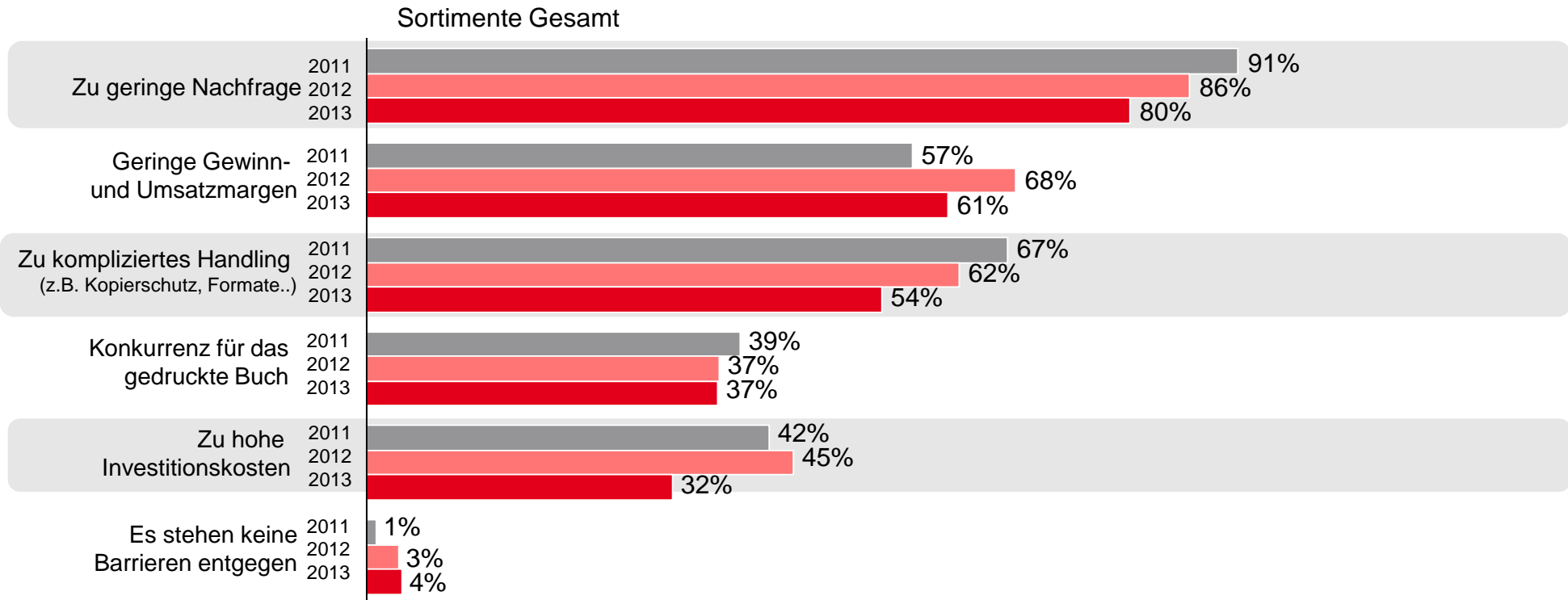
Frage: Werden in Ihrer Buchhandlung bzw. im Rahmen Ihres Internetangebots E-Books und/oder E-Reader angeboten?  
Planen Sie demnächst E-Books in Ihr Sortiment aufzunehmen?

(ohne „keine Angabe“)

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Die geringe Nachfrage ist weiterhin das entscheidende Hemmnis zur Teilnahme am E-Book-Markt. Insgesamt sind alle Barrieren rückläufig



Frage: Welche Barrieren stehen bei Ihnen dem Verkauf von E-Books/E-Readern bisher entgegen?

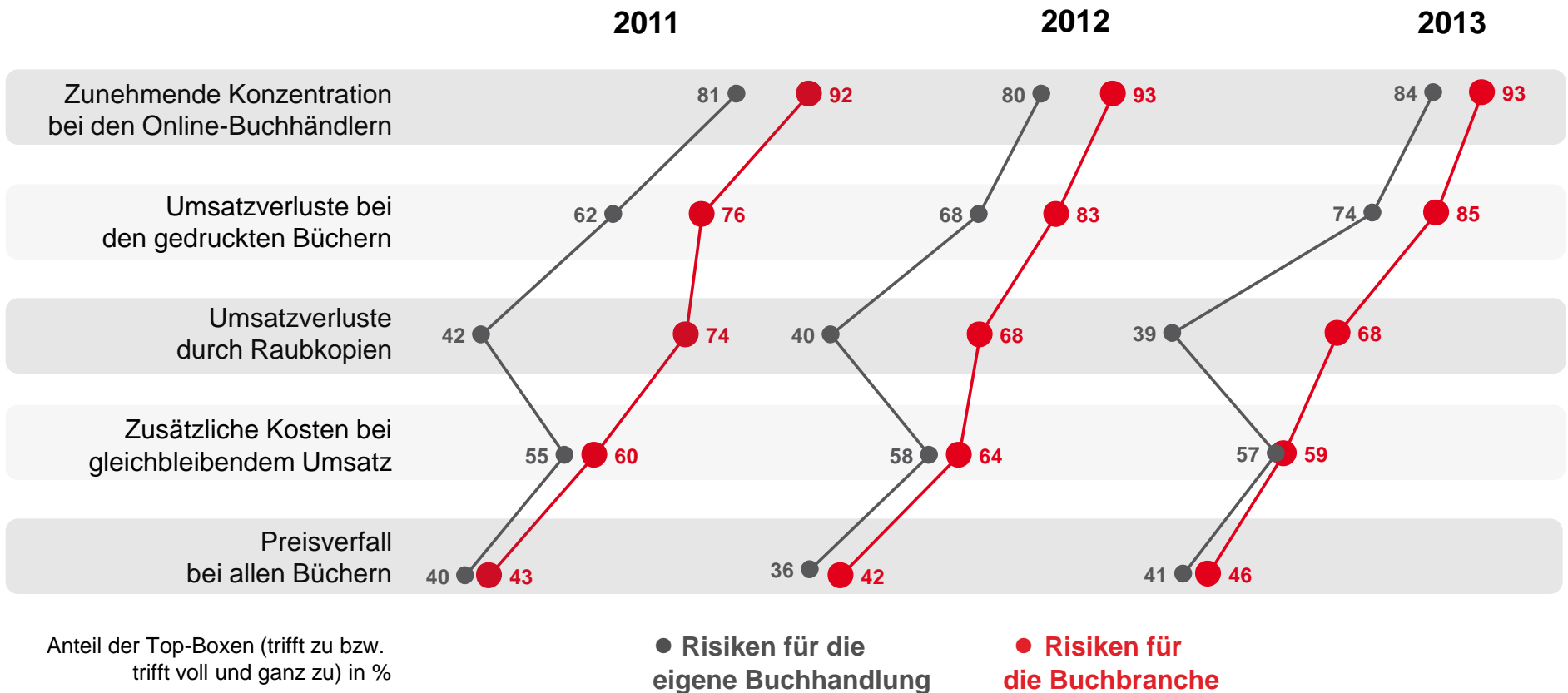
(Mehrfachnennungen möglich)

Auswahl: Ohne Buchhandlungen, die sowohl E-Books als auch E-Reader anbieten

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Sortimente sehen für die eigene Buchhandlung und die Buchbranche ein immer höheres Risiko in der zunehmenden Konzentration der Online-Buchhändler und in möglichen Umsatzverlusten bei gedruckten Büchern



Frage: Welche Risiken sehen Sie im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung der E-Books für die Buchbranche und für Ihre eigene Buchhandlung?

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

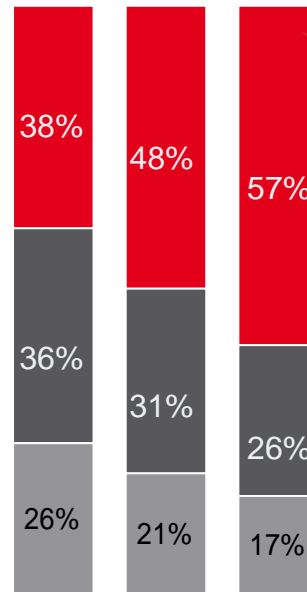
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Jede zweite Buchhandlung geht wegen des wachsenden E-Book-Marktes für 2015 von einem durchschnittlichen Umsatzrückgang im „klassischen“ Sortiment von 16 Prozent aus

Sortimente  
Gesamt

2011 2012 2013



- Ja, es wird Umsatzrückgänge im "klassischen" Sortiment geben
- Nein, es wird kaum Umsatzrückgänge im "klassischen" Sortiment geben
- Kann ich nicht beurteilen/ weiß ich nicht

**Ø-Schätzung des Umsatzrückgangs im Jahr 2015**  
2011: 16%  
2012: 16%  
2013: 16%

Frage: Wird es Ihrer Meinung nach in Ihrem Unternehmen bis 2015 aufgrund des wachsenden E-Book-Marktes nennenswerte Umsatzrückgänge im „klassischen“ Sortiment geben?  
Bitte versuchen Sie einmal abzuschätzen, wie hoch der Umsatzrückgang im klassischen Sortiment im Jahr 2015 durch das E-Book sein wird.

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Als Strategie gegen einen Umsatzrückgang werden im örtlichen Buchhandel Kundenbindungsmaßnahmen immer wichtiger



Frage: Welche möglichen Gegenstrategien sehen Sie persönlich, um dem Umsatzrückgang in Ihrem Unternehmen im „klassischen“ Sortiment entgegenzuwirken? (offene Frage)

Basis: 2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente, 2013: 554 Sortimente

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

# Methodik



## Bausteine der Studie

Die Studie ist in fünf inhaltlich aufeinander abgestimmten Bausteinen angelegt:

1. Expertenbefragung von Sortimenten mit einem Onlinefragebogen
2. Expertenbefragung von Verlagen mit einem Onlinefragebogen
3. Exkurs: Perspektive der Barsortimente und Großhändler (Anonymisierte Telefonbefragungen)
4. E-Book-Absätze, -Umsatzanteile und Soziodemographien der Käufer der Jahre 2010 bis 2012 aus dem GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch
5. Einstellungen zum Thema E-Books aus der Konsumentenbefragung

\*Eigenstudie der GfK, die im Januar 2009, 2010 und 2011 zum Thema E-Books durchgeführt wurde, in 2012 und 2013 Exklusivstudie im Auftrag des Börsenvereins (Ad-hoc-Befragung im GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch, 10.000 dt. Privatpersonen ab 10 Jahren).

## **Methode der Expertenbefragung bei Sortimenten und Verlagen**

### **Stichprobe**

Für die Expertenbefragung der Sortimente wurden in den Jahren 2011, 2012 und 2013 die Mitglieder des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels (für die eine E-Mail-Adresse vorlag) befragt (2011: 3.776 Mitglieder, 2012: 3.273 Mitglieder, 2013: 3.182 Mitglieder). Die Nettostichprobe lag im Jahr 2013 bei 554 Sortimenten (17 Prozent Rücklauf) (2011: 394 Sortimente, 2012: 410 Sortimente) und wurde anhand von Umsatzgrößenklassen auf die Grundgesamtheit gewichtet.

Für die Expertenbefragung der Verlage wurden in den Jahren 2011, 2012 und 2013 die Mitglieder des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels (für die eine E-Mail-Adresse vorlag) befragt (2011: 1.850 Mitglieder, 2012: 1.754 Mitglieder, 2013: 1.756 Mitglieder). Der Rücklauf lag im Jahr 2013 bei 361 Verlagen (21 Prozent) (2011: 437 Verlage, 2012: 348 Verlage) und wurde ebenfalls anhand von Umsatzgrößenklassen auf die Grundgesamtheit gewichtet.

### **Feldzeit**

Die Befragung wurde mit einem quantitativen Onlinefragebogen im Jahr 2013 in der Zeit vom 12. Februar bis 11. März durchgeführt (2011: 14. Januar bis 4. Februar, 2012: 23. Februar bis 25. März). Die Mitglieder wurden per E-Mail über die Befragung informiert und mittels Link auf die Onlinebefragung verwiesen.

### **Fragebögen**

Für Sortimente und Verlage wurde ein jeweils eigener Fragebogen entwickelt und in den Jahren 2012 und 2013 aktualisiert.

### **Exkurs Barsortimente und Großhändler**

Befragungen von Barsortimenten / Großhändlern, die als Telefoninterviews nach einem eigens entwickelten Gesprächsleitfaden durchgeführt wurden, gehen als Exkurs in die Studie ein. Diese wurden im Januar 2011, März 2012 und März 2013 durchgeführt.



## E-Book-Absätze, -Umsatzanteile und Soziodemographien der Käufer aus dem GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch

### Instrument

GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch mit insgesamt 25.000 Personen (brutto, Stand 2013), die monatlich zu ihren Bucheinkäufen befragt werden. Die Befragung erfolgt schriftlich (online bzw. paper & pencil) mit einem Einkaufstagebuch. Das GfK Media\*Scope Buch ist eine Quotenstichprobe und ist repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung ab 10 Jahren in Privathaushalten und stellt ein Abbild des Kaufverhaltens von insgesamt 67,8 Millionen Menschen dar. Die Analyse basiert auf den Jahresergebnissen der Jahre 2010, 2011 und 2012.

### Analyse

Die hochgerechneten E-Book Daten (Absatz, Umsatzanteil am Buchmarkt, Durchschnittspreis) für die Jahre 2011 und 2012 stammen aus dem GfK Verbraucherpanel. Die Daten für 2010 basieren auf einer Ad-hoc-Befragung im GfK Verbraucherpanel Media\*Scope.

Informationen zur Umstellung der Gewichtung im GfK Verbraucherpanels Media\*Scope Buch im Jahr 2012

Im Jahr 2012 erfolgte eine Umstellung zur Verbesserung der Datenqualität im GfK Verbraucherpanel Media\*Scope auf MA\*-Gewichtung, eine detailliertere Berücksichtigung des Gewichtungsmerkmals „sozialer Status“, eine Anpassung der Stichproben-Zusammensetzung an die aktuelle Internetreichweite und eine Ausweitung des Online-Anteils der Panelteilnehmer auf 66 Prozent im Jahr 2012.

## Konsumentenbefragung zum Thema E-Books

### Instrument

Die Studie basiert auf Befragungen im Januar 2011, März 2012 und März 2013 von 10.000 Endverbrauchern zum Thema E-Books (repräsentativ für 67,8 Mio. deutsche Privatpersonen ab 10 Jahren) im GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch. Die erhobenen Informationen sind Meinungen und Einstellungen, die die Deutschen zum Thema E-Books haben. Es handelt sich dabei um eine Eigenstudie der GfK, die im Januar 2011 zum Thema E-Books durchgeführt wurde. Die Befragungen im März 2012 und im März 2013 wurden als Exklusivstudie im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels durchgeführt.

Teile aus dieser Studie stellt die GfK dem Börsenverein (auch zur Veröffentlichung) zur Verfügung.

### Inhalt der Studie

Befragungen zum Thema E-Books im Januar 2011, März 2012 und März 2013

- Bekanntheit und Nutzung von E-Books
- Einstellungen zum gedruckten Buch
- Relevanz technischer Funktionen
- Einschätzung von E-Book-Vorteilen
- Einschätzung von E-Book-Nachteilen