
Das Hörbuch geht online...

**Verbraucherumfrage zum Hörbuch-Download
Januar 2005**

Arbeitskreis
Hörbuchverlage
Börsenverein des
Deutschen Buchhandels



Inhalt

Inhalt.....	2
Zusammenfassung	3
Häufigkeit der Hörbuchnutzung	4
Hörbücher als Geschenk	5
Nutzung von mp3-Dateien	6
Internetzugang.....	7
Marktpotenzial kostenpflichtiger mp3-Hörbuch-Dateien	8
Statements zu Download-Angeboten	9
Untersuchungsmethode.....	10

Ziel der Studie

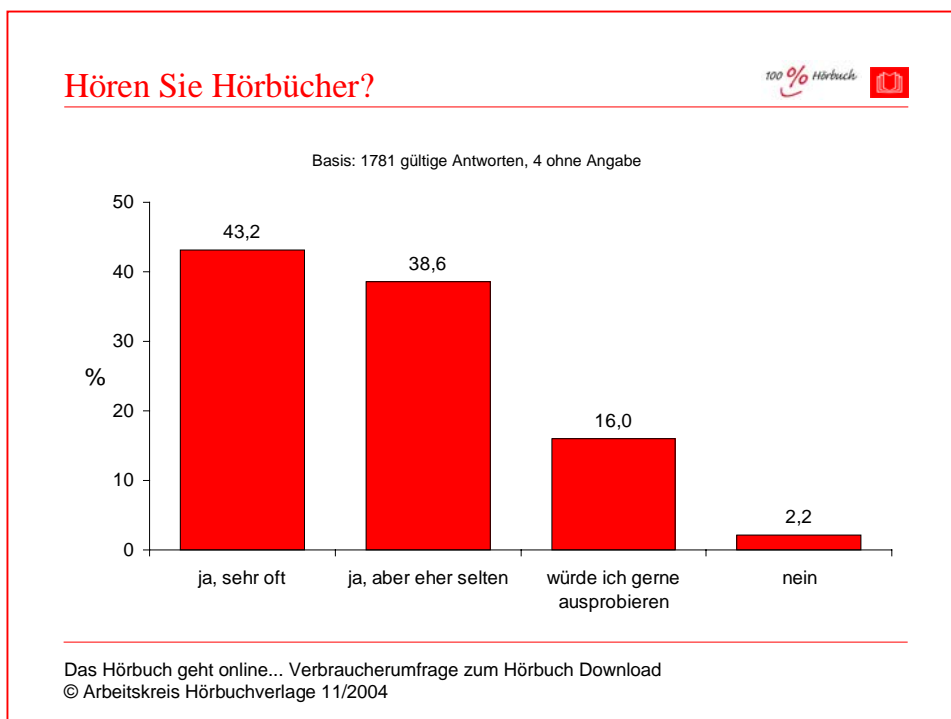
- Würden Hörbuchkäufer Hörbücher auch als Downloads kaufen? Oder erschließt man mit dem Hörbuch-Download neue Zielgruppen, die bislang keine Hörbuchkäufer sind? Da es hierzu keine gestützten Erkenntnisse gibt, war es Ziel dieser Umfrage, den Endverbraucher direkt zu diesem Themenkomplex zu befragen und somit den Verlagen eine bessere Grundlage zur Beurteilung des Marktpotenzials für Hörbuch-Downloads zu liefern. Dabei sollte auch ersichtlich werden, wo die Befragten die Stärken und Schwächen von Download-Angeboten sehen.

Zentrale Ergebnisse

- **Potenzial für kostenpflichtige Hörbuch-Downloads vorhanden**
 - 30% der Befragten bekunden ihre Bereitschaft, Hörbücher kostenpflichtig als mp3-Files herunterzuladen, 32,3% können sich diese Form des Erwerbs für die Zukunft vorstellen.
- **Einflußfaktor Internetzugang**
 - Mit der Schnelligkeit der Internet-Verbindung steigt auch die Bereitschaft Hörbuch-Downloads zu kaufen. Bei den Nutzern eines Modems beträgt der Anteil 19,5%, bei den Befragten mit ISDN-Anschluss 26,6%, bei denen mit DSL-Zugang (mit und ohne Flatrate) 40,1%.
- **Einflußfaktor Downloaderfahrung**
 - Mit zunehmender Erfahrung bei der Nutzung von mp3-Dateien steigt die Kaufbereitschaft von Hörbuch-Downloads. 59% der Befragten, die bereits mp3-Dateien herunterladen, würden auch Hörbücher kostenpflichtig downloaden. Bei denen, die noch nicht mit der Technik vertraut sind, sind es lediglich 20,8%.
- **Männer internet-affiner als Frauen**
 - Männer nehmen in Sachen Download eine klare Vorreiterrolle ein. Ursache: Mehr Erfahrung, was das Herunterladen von Dateien betrifft (37% gegenüber lediglich 16,7% der Frauen) und ein schnellerer Internet-Zugang.
- **Auch ältere Generation im Internet aktiv**
 - Die Altersgruppen unterscheiden sich in ihrer Internet-Nutzung nur wenig. Auch die älteren Befragungsteilnehmer nutzen das Internet. Nur 15,3% der über 60jährigen hat keinen Zugang zum Internet, 8,2% haben bereits Dateien heruntergeladen.
- **Annahme Downloads sind preiswerter als CD-Ausgaben**
 - Fast zwei Drittel der Befragten (62,8%) gehen davon aus, beim Download weniger zu bezahlen.
- **Persönliche Beratung hat einen geringen Stellenwert**
 - Die persönliche Beratung wird im Internet von der Mehrheit der Befragten (56,1%) nicht vermisst, bei den Hörbuchhörern sind es sogar 58%.

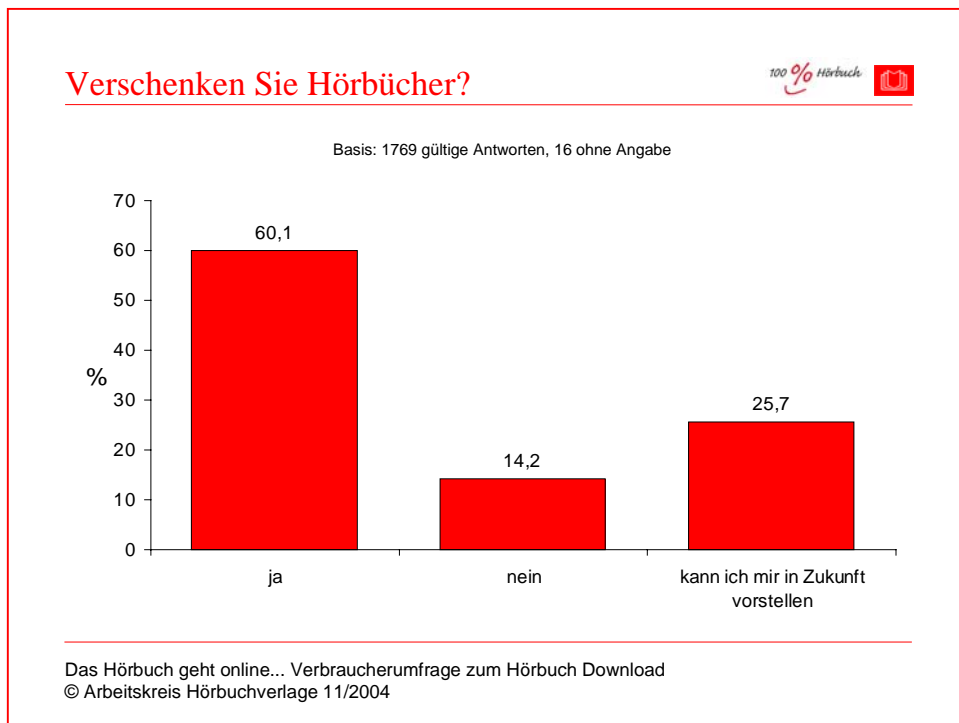
Häufigkeit der Hörbuchnutzung

- 81,8% der Befragten geben an, Hörbücher zu hören. 43,2% greifen sehr oft, 38,6% dagegen selten zum Hörbuch. Weitere 16% der Umfrage-Teilnehmer zeigen sich dem Medium gegenüber für die Zukunft offen. Derzeit lehnen nur 2,2% Hörbücher ab.
 - Hinweis: Die Umfrage wurde auf der Frankfurter Buchmesse am Hörbuchgemeinschaftsstand und im Internet auf den Seiten des Arbeitskreises Hörbuchverlage durchgeführt. Deshalb hat sich auch die Erwartung bestätigt, dass der Anteil der Hörbuchhörer sehr hoch sein würde.
- Die größte Zahl der Hörbuch-Anhänger findet sich mit 87,5% in der Altersgruppe der 31-40jährigen, am seltensten greifen die Personen über 60 Jahre zum Hörbuch (65,1%).



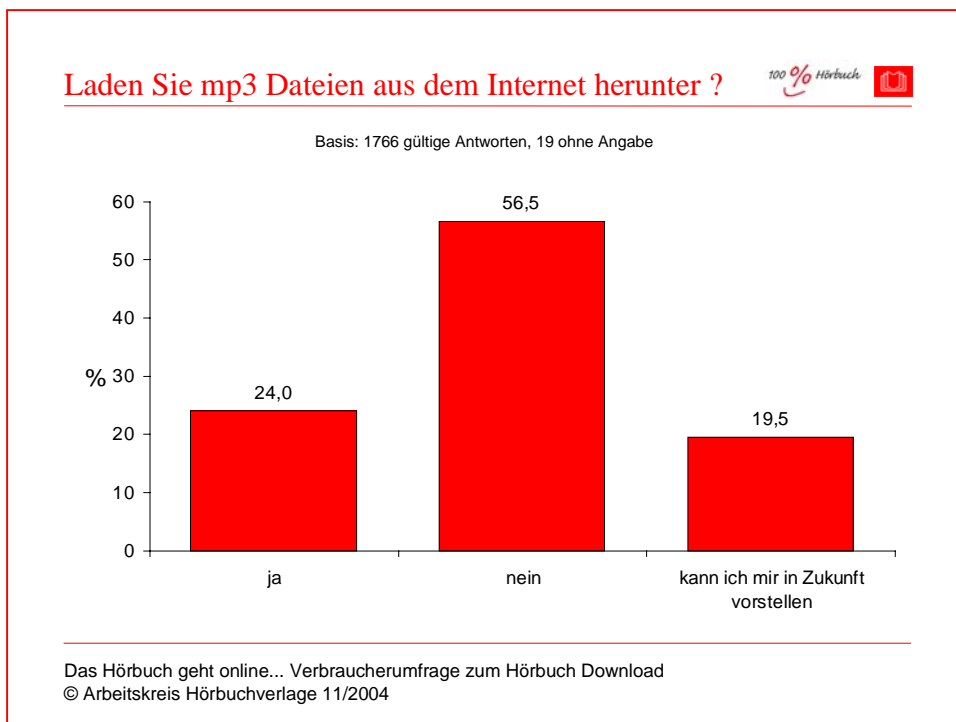
Hörbücher als Geschenk

- Der Anteil der Befragten, die Hörbücher verschenken, liegt bei 60,1%. Weitere 25,7% können sich ein Hörbuch als Geschenk in Zukunft vorstellen.



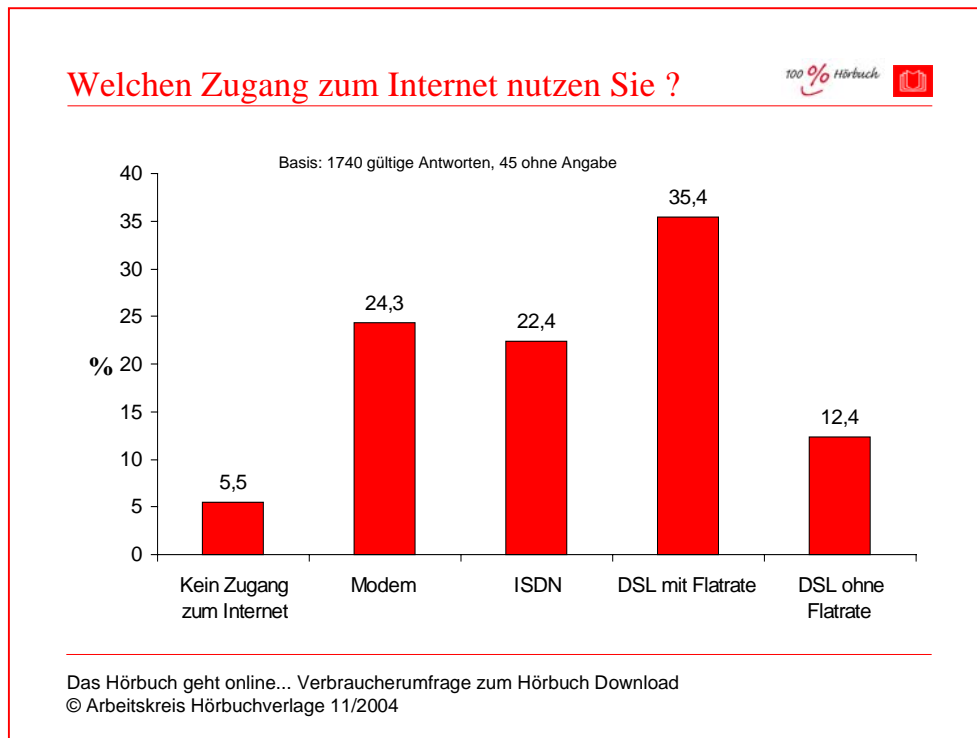
Nutzung von mp3-Dateien

- 24% der Umfrage-Teilnehmer laden mp3-Dateien aus dem Internet herunter, 56,5% nutzen diese Technik bisher noch nicht. 19,5% der Befragten können es sich aber in Zukunft vorstellen.
- Vor allem männliche Befragte sind Vorreiter „in Sachen“ Download: Hier liegt der Anteil bei 37%, während lediglich 16,7% der Frauen mp3-Dateien herunterladen.
- Insbesondere Jugendliche unter 16 Jahren sind mit dem Download von mp3-Dateien vertraut (34,5%). Personen über 60 Jahre haben zu 8,2% bereits mp3-Dateien heruntergeladen.



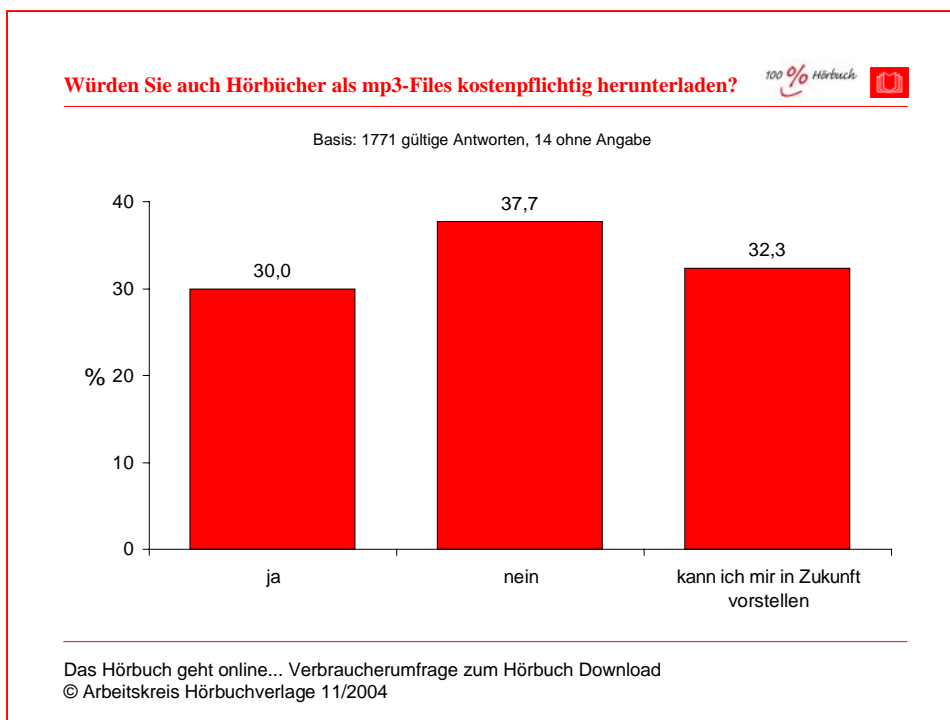
Internetzugang

- Als Internet-Zugang nutzen 24,3% der Umfrage-Teilnehmer ein Modem, 22,4% einen ISDN-Anschluss. Weitere 35,4% besitzen Zugang über DSL mit Flatrate, 12,4% über DSL ohne Flatrate. Lediglich 5,5% der Befragten verfügen derzeit über keinen Internet-Zugang.
- Dabei benutzen etwa 70% der Befragten, die bereits mp3-Dateien heruntergeladen, einen Zugang über DSL (mit oder ohne Flatrate), bei den Befragten, die diese Technik noch nicht nutzen, liegt der Anteil der DSL-Nutzer bei 35%.



Marktpotenzial kostenpflichtiger mp3-Hörbuch-Dateien

- 30% der Befragten bekunden ihre Bereitschaft Hörbücher kostenpflichtig als mp3-Files herunterzuladen, 32,3% können sich diese Form des Erwerbs für die Zukunft vorstellen.
 - Interessant: 38,5% der befragten Männer würden Hörbücher als mp3-Files herunterladen, bei den Frauen sind dies nur 25,4%. Nimmt man diejenigen dazu, die sich diese Art der Nutzung für die Zukunft vorstellen können, erhöht sich der Prozentsatz bei den Männern auf 68,7%, bei den Frauen auf 59%.
- 59% der Befragten, die bereits mp3-Dateien herunterladen, würden auch Hörbücher kostenpflichtig downloaden. Bei denen, die noch nicht mit der Technik vertraut sind, sind es lediglich 20,8%.
- Mit der Schnelligkeit der Internet-Verbindung steigt auch die Bereitschaft Hörbuch-Downloads zu kaufen. Bei den Nutzern eines Modem beträgt der Anteil 19,5%, bei den Befragten mit ISDN-Anschluss 26,6%, bei denen mit DSL-Zugang (mit und ohne Flatrate) 40,1%.



Statements zu Download-Angeboten

Statement	Zustimmung		Besonders hervorzuheben
MP3-Files sind sofort und ohne Konvertierung verfügbar.	Ja	49,1%	Download-Erfahrene bejahen zu 75,1% die schnelle Verfügbarkeit von mp3-Files.
	Nein	50,9%	
Im Internet bekomme ich eine bessere Übersicht über alle Titel.	Ja	62,8%	Sogar 78,5% der über 60jährigen schätzen das Internet aufgrund seiner Übersichtlichkeit.
	Nein	37,2%	
Downloads sind preiswerter als CD-Ausgaben.	Ja	62,8%	Alle Altersgruppen außer den Befragten über 60 Jahre erwarten bei den mp3-Downloads einen günstigeren Preis.
	Nein	37,2%	
Ich lege keinen besonderen Wert auf hochwertige Verpackung oder umfangreiche Drucksachen (Booklet etc.).	Ja	44,6%	Bei den Befragten, die sehr oft Hörbücher hören, sind es sogar 58%, die diese Aussage ablehnen.
	Nein	55,4%	
			Lediglich die Altersgruppe unter 16 Jahren legt mehrheitlich weniger Wert auf die Gestaltung des Produkts.
			Ein Unterschied ergibt sich auch zu den Befragten, die bereits mp3-Dateien downloaden. Sie geben zu 56,3% an, keinen besonderen Wert auf die Verpackung zu legen.
Die technische Qualität von CD und mp3 ist für mich vergleichbar.	Ja	51,9%	Für die Befragten, die bereits mp3-Dateien heruntergeladen, ist die Qualität zu 61,3% vergleichbar.
	Nein	48,1%	
Im Internet fehlt mir die persönliche Beratung.	Ja	43,9%	Besonders auffällig ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern: Während 49,3% der weiblichen Befragten eine Beratung nicht vermissen, sind es bei den Männern sogar 68,7%.
	Nein	56,1%	
			Nur 23,3% der mp3-Nutzer geben an, dass ihnen die Beratung im Internet fehlt. Bei den Personen, die nicht downloaden sind es dagegen 56,5%.

Untersuchungsmethode

- Verteilung von Fragebögen im Postkarten-Format auf der Frankfurter Buchmesse alternativ Teilnahme per Internet-Fragebogen möglich
- Befragungszeitraum: 1.10.-1.11.2004
- Rücklauf: 1785 gültige Fragebögen, davon 57,7% per Postkarte und 42,3% per Internet
 - Während die Teilnahme an der Umfrage zu 57,7% per Postkarte erfolgte, nahmen die Befragten mit DSL-Anschluss mehrheitlich per Internet teil (57%).
 - Männer nahmen ebenfalls mehrheitlich per Internet teil (51,4%), Frauen nur zu 24,2%.

