



# KI-Studie der IG Digital 2026

---

Ergebnisse der Studie und Einordnung

Februar 2026

# Die IG Digital des Börsenvereins hat in Kooperation mit HIGHBERG erneut eine Studie zur Nutzung sowie Herausforderungen und Risiken von KI im Verlagswesen durchgeführt.

## KI-Studie der IG Digital



### Studienhintergrund

#### ■ Ziel der Studie

Ziel der Studie ist es, die Nutzung von KI in Buchverlagen im Kontext ihrer Chancen, Herausforderungen und Risiken zu bewerten und mit den Ergebnissen der Vorjahresstudie 2025 zu vergleichen.

#### ■ Wer führte die Studie durch?

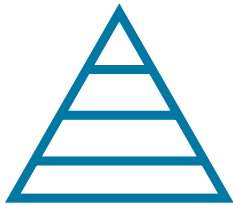
Die Studie wurde in einer Kooperation zwischen der IG Digital des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels und der Unternehmensberatung HIGHBERG durchgeführt und ausgewertet. Hierbei wurde auch explizit der Vergleich zur KI-Studie im Jahr 2025 gesucht.

#### ■ Was wurde betrachtet?

Der Schwerpunkt der Untersuchung lag auf der Anwendung von KI in allen klassischen Funktionsbereichen eines Verlags sowie einer Identifikation der zukünftigen Anwendungsfelder. Dabei lag der Fokus auf generativen KI-Tools und KI-basierten Lösungen in definierten Verlagsprozessen.

# Methodologie der KI-Studie: Aussagekräftige Ergebnisse durch klare Struktur, valide Stichprobe und ausgewählte Segmentierung nach Unternehmensgrößen

Veränderung im  
Teilnehmer\*innen  
-pool



## Studienmethodologie

### ■ Studienhintergrund:

Die Ergebnisse basieren auf einer offenen, anonymisierten Online-Umfrage unter Mitarbeiter\*innen von Buchverlagen. Die Befragung wurde im Dezember 2025 und Januar 2026 durchgeführt und richtete sich an Fach- und Führungskräfte aus allen Unternehmensbereichen. Die durchschnittliche Bearbeitungszeit lag bei rund 10 Minuten.

Insgesamt flossen **196 vollständige Datensätze** in die Auswertung ein. Die Antworten wurden quantitativ analysiert und, wo sinnvoll, um qualitative Freitextangaben ergänzt.

### ■ Differenzierung der Ergebnisse: Die Verteilung der teilnehmenden Verlage hat sich im **Vergleich zur Vorjahresstudie deutlich verändert:**

- 2026 nahmen mehr kleine und mittlere Verlage teil.
- Der Anteil der Verlage mit Umsätzen über 10 Mio. € ist somit spürbar gesunken.

Diese neue Stichprobenstruktur beeinflusst insbesondere Fragen, bei denen Größe, Ressourcen und Professionalisierungsgrad typischerweise starke Wirkung auf die Antwortmuster haben.

Um **Verzerrungen** zu vermeiden und die Aussagekraft der Ergebnisse zu sichern, wurde für ausgewählte Fragen daher eine größenbasierte Segmentierung vorgenommen. So können Unterschiede zwischen kleinen, mittleren und großen Verlagen sichtbar gemacht und Interpretationen auf Basis der realen Marktstruktur ermöglicht werden.

# KI gewinnt strategisch an Bedeutung – doch Verlage sehen ihr Potenzial weiterhin primär in Effizienzgewinnung, nicht in neuen Angeboten.

## Die Top 3 Insights aus unserer KI-Studie

### Strategische Bedeutung

- **KI gewinnt stark an Bedeutung;** Relevanz steigt in allen Zeithorizonten deutlich an.
- Der Anteil der „hoch“ und „sehr hoch“ Bewertungen wächst von 31% in 2026 auf prognostizierte 83% in 2031.
- Verlage bewegen sich weg von Unsicherheit hin zu **klaren Erwartungen und strategischen Entscheidungen.**

1

### Professionalisierung der Nutzung

- **62 % der KI-Nutzung** erfolgt über formale **Unternehmens- oder Einzelplatzlizenzen.**
- **Jedoch nutzen 20%** noch selbstgebaute oder unklare Lösungen und **erzeugen ein Governance-Risiko (namentlich bei kleinen Verlagen).**
- Qualitätssicherung, Kennzeichnung und **TDM-Regeln (Text-Data-Mining)** sind nur teilweise etabliert.

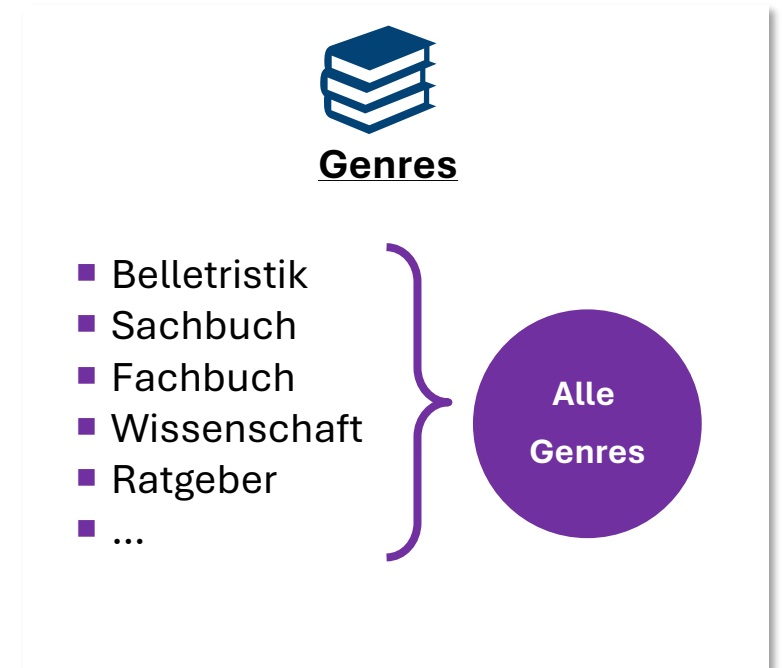
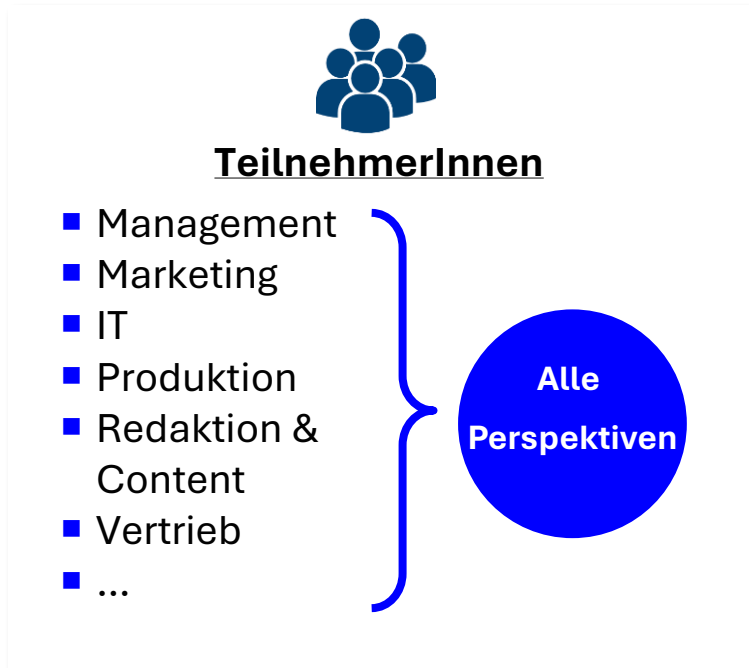
2

### KI-Potenziale aus Sicht der Branche

- Andere Branchen nutzen KI erfolgreich für neue **Geschäftsmodelle, klare Wettbewerbsvorteile und höhere Kund\*innenzufriedenheit.**
- Die **Buchverlagsbranche** erwartet diese Wirkungen bislang kaum und fokussiert sich vor **allem auf Effizienz- und Analysepotenziale.**
- Strategische, **wachstumsrelevante KI-Hebel** bleiben damit ungenutzt und begrenzen die Differenzierungsfähigkeit im Markt.

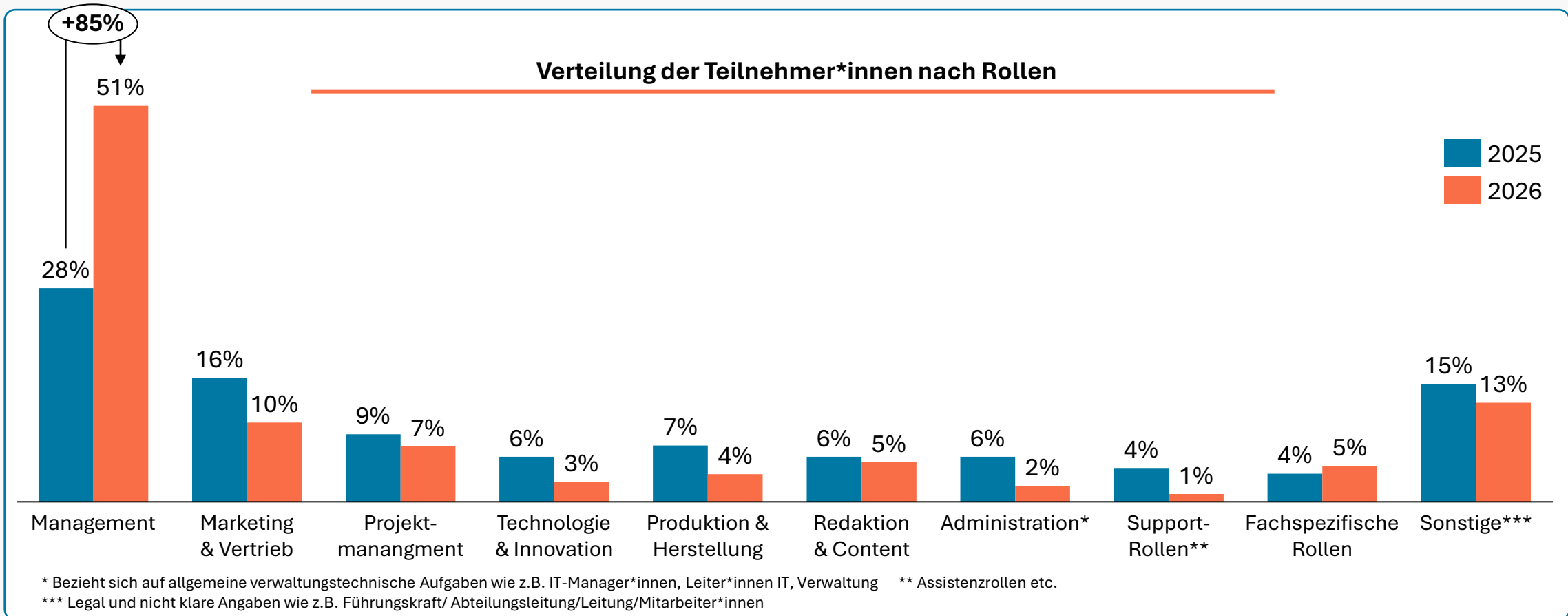
3

# Aussagekräftige Teilnehmer\*innen-Anzahl (196 Personen) und sehr vielfältige Teilnehmer\*innen-Struktur aus Buchverlagen unterschiedlicher Größen und Genres.



# KI ist 2026 in der Chef\*innenetage angekommen. Die Management-Teilnahme steigt um 85%.

## Verteilung der Teilnehmer\*innen nach Rollen Studie 2025 vs. 2026

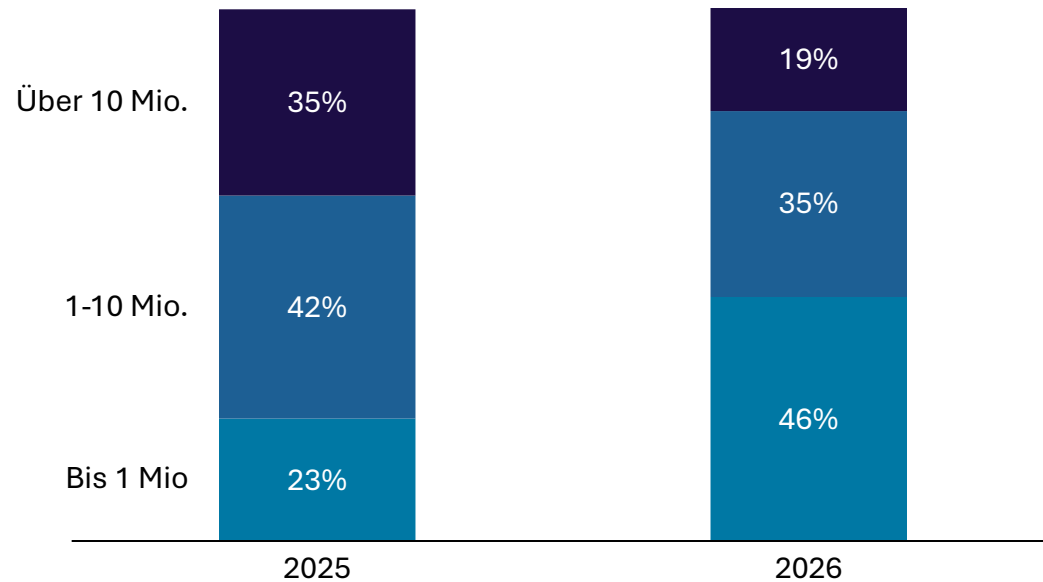


Angaben zu den Befragten (Unternehmen)

## Der Teilnehmer\*innenkreis in der 2026er Studie vertritt mehr kleine und mittelgroße Unternehmen. Nur 20% der diesjährigen Verlage haben einen Umsatz von über 10 Mio. Euro.

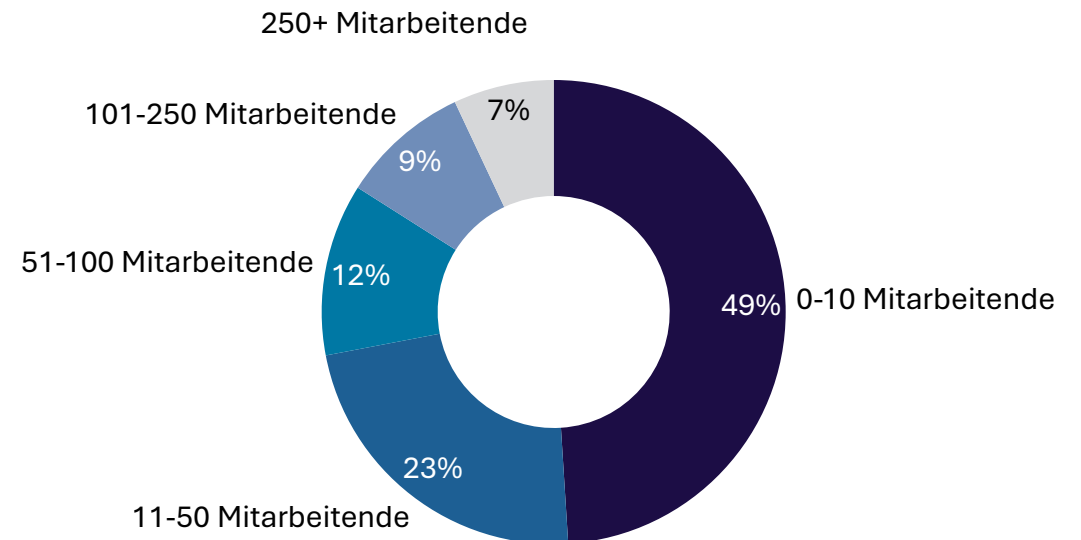
### Verteilung der Teilnehmer\*innen nach Unternehmensgröße und -fokus

Umsatz pro Jahr 2025 vs. 2026



Die Anzahl der Teilnehmer\*innen mit Unternehmen **unter 1 Mio. Euro Jahresumsatz** hat sich **verdoppelt** (siehe **Studienmethodologie**).

Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen



Der Teilnehmerkreis der diesjährigen Studie zeigt, dass **49% der** teilnehmenden Unternehmen **Kleinstunternehmen** sind.

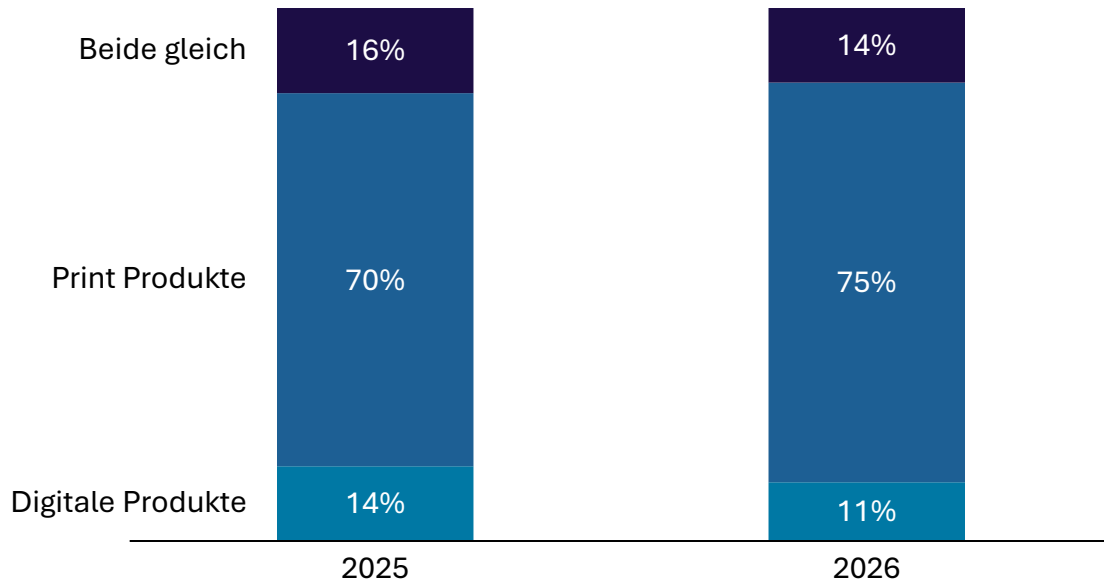
\* Sonstige enthält: Kinder-/Jugendbuch, Hörbuch, Reisen und Schulbuch.

Angaben zu den Befragten (Unternehmen)

## Der Teilnehmer\*innen der diesjährigen Studie haben eine größere Printabhängigkeit. Das Themenportfolio ist mit der Vorstudie vergleichbar.

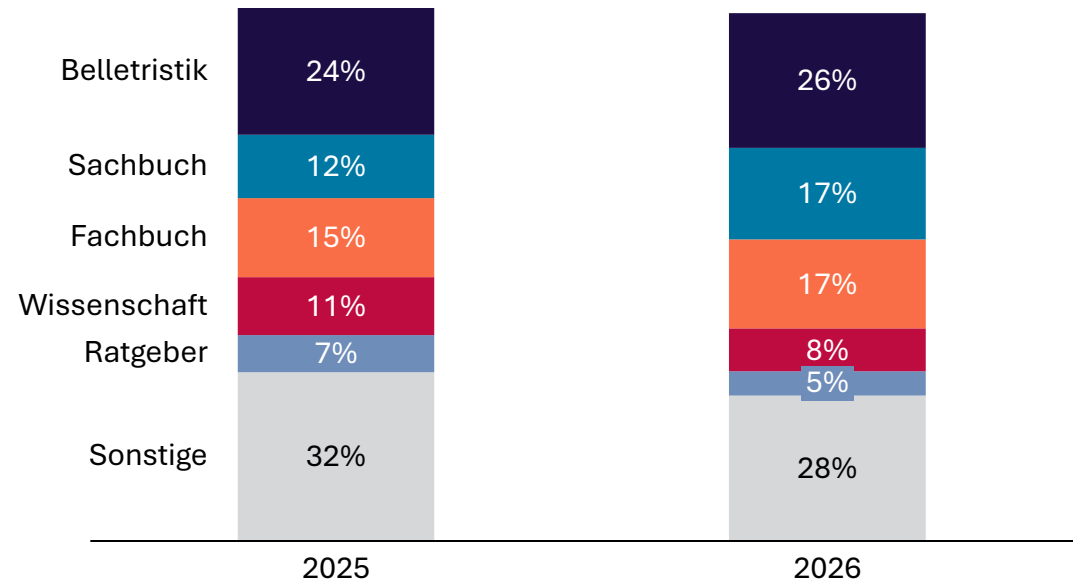
### Verteilung der Teilnehmer\*innen nach Unternehmensgröße und -fokus

Portfolioverteilung im Unternehmen 2025 vs. 2026



Der Anteil der teilnehmenden Verlage, die ihren Umsatz überwiegend mit **Print Produkten erzielen**, hat um **5 Prozentpunkte** zugenommen.

Fokus der Themen/ Warengruppen/ Editionsformen nach Umsatz 2025 vs. 2026



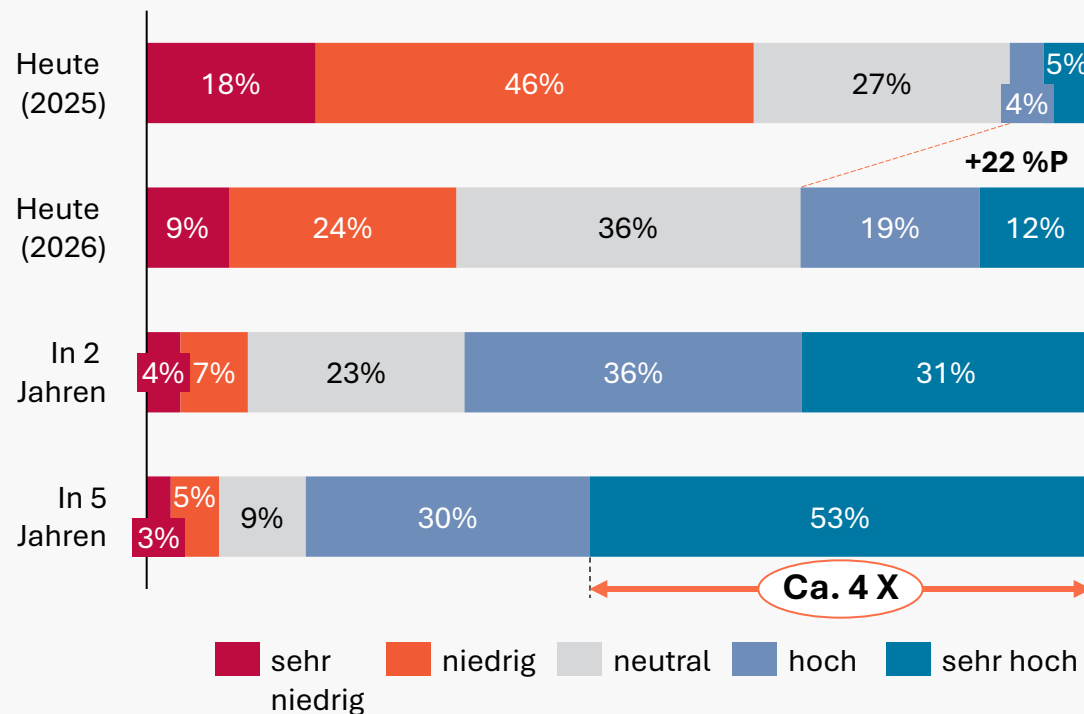
Der Vergleich des **Teilnehmer\*innenkreises** zwischen 2025 und 2026 zeigt eine **ähnliche Verteilung**.

\* Sonstige enthält: Kinder-/Jugendbuch, Hörbuch, Reisen und Schulbuch.

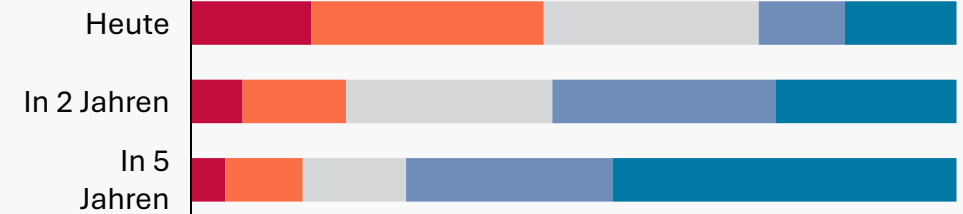
## Teilnehmende erwarten eine deutliche Steigerung der Relevanz bis 2031. Je größer das Unternehmen, desto höher wird das Potenzial bewertet.

### Wie hoch ist die Bedeutung von KI in Buchverlagen?

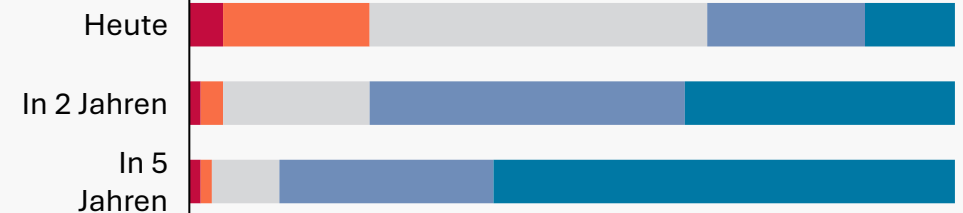
#### Wie schätzen Sie die Bedeutung von KI heute und zukünftig für Ihr Unternehmen ein?<sup>1</sup>



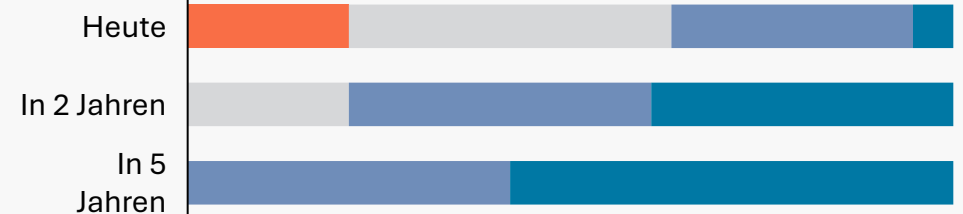
#### Bis 1 Mio. Euro Umsatz



#### Bis 1-10 Mio. Euro Umsatz



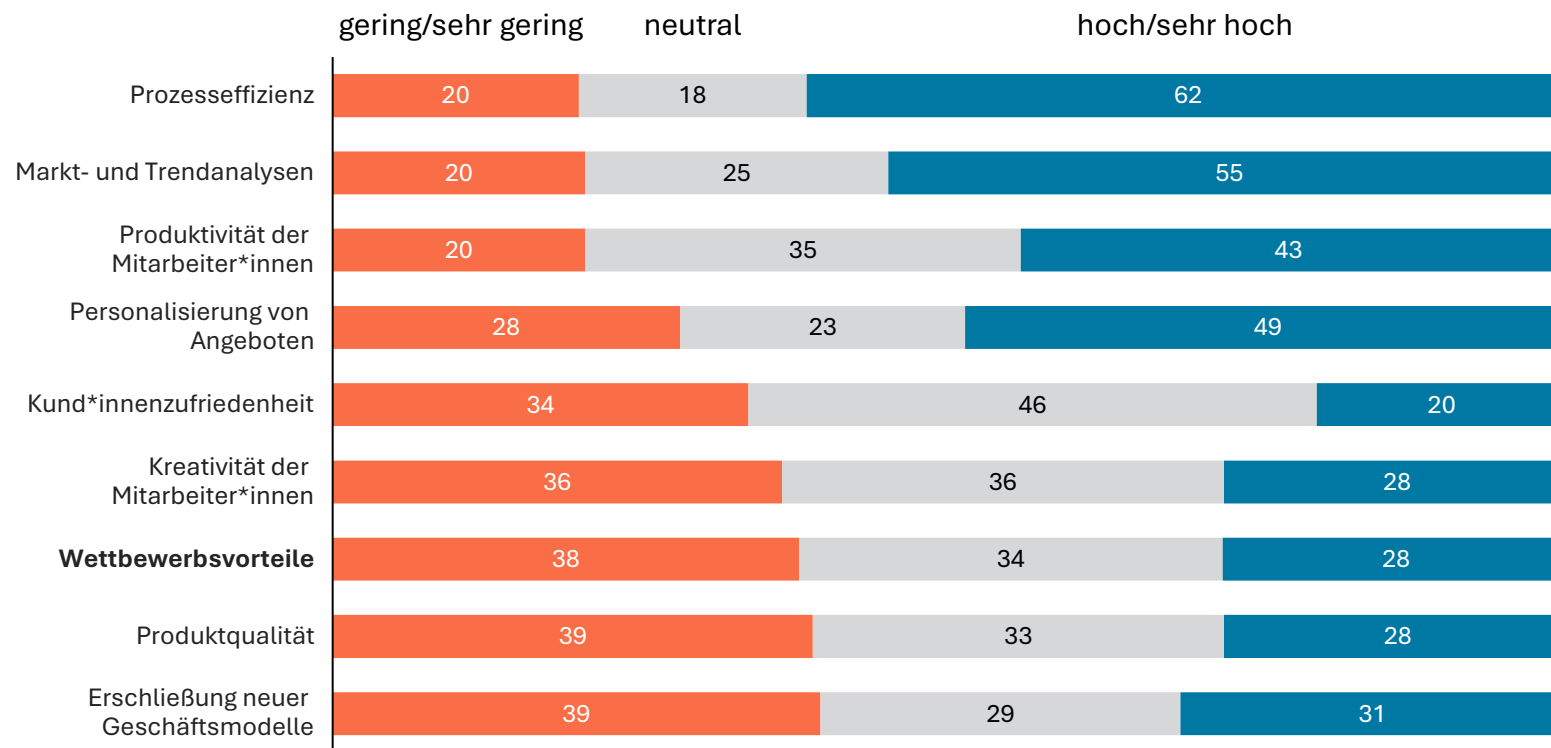
#### Über 10 Mio. Euro Umsatz



## Die strategische Nutzung von KI erhält bislang weniger Gewicht. Effizienz steht im Fokus, Innovation und Wettbewerbsvorteile durch KI werden negativ bewertet.

### KI-Nutzung Chancen

Wie groß schätzen Sie die Chancen von KI in folgenden Bereichen für ihren Verlag ein? (in %)



#### Unsere Interpretation der Daten:

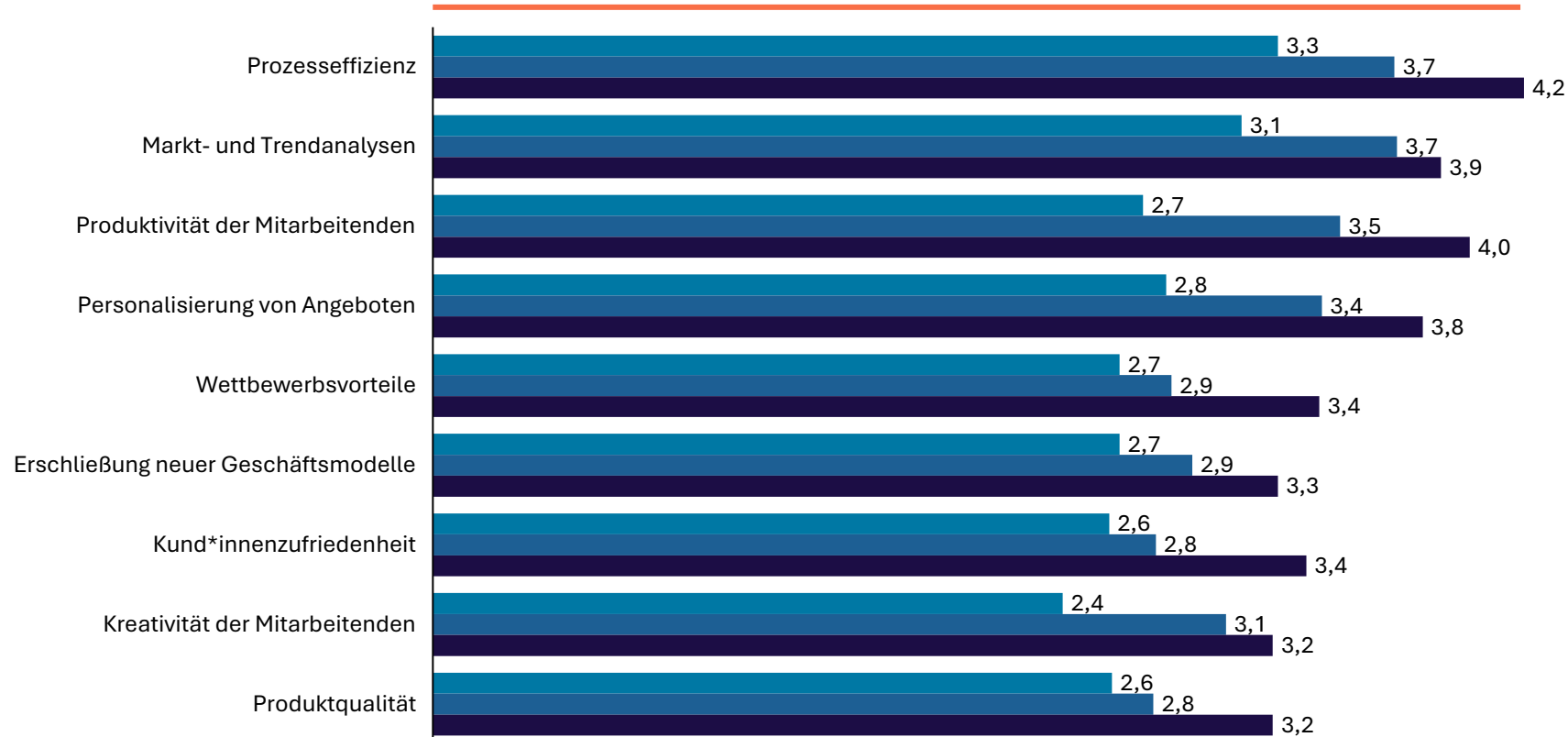
- **KI wird primär als Effizienzhebel gesehen** (Marktanalysen, Prozesseffizienz, Produktivität), **nicht als Wachstumstreiber**, obwohl genau hier in anderen Branchen die größten Renditen entstehen.
- **Wettbewerbsvorteile und neue Geschäftsmodelle werden kaum erwartet**, korrelierend mit dem frühen Entwicklungsstadium der KI-Nutzung sowie damit verbundenen Erfahrungen.
- **Das Innovationsdefizit birgt Risiken:** Wer KI nur zur Optimierung nutzt, überlässt Differenzierung, Kund\*innennutzen und neue Erlösmodelle den Innovatoren im Markt.

## Größere Verlage sehen deutlich höhere KI-Potenziale — kleine Verlage bewerten KI überwiegend operativ.

### KI-Nutzung Chancen

- Bis 1 Mio. €
- 1–10 Mio. €
- Über 10 Mio. €

Wie groß schätzen Sie die Chancen von KI in folgenden Bereichen für Ihren Verlag ein? (Mittelwert von 1 sehr gering – 5 sehr hoch)



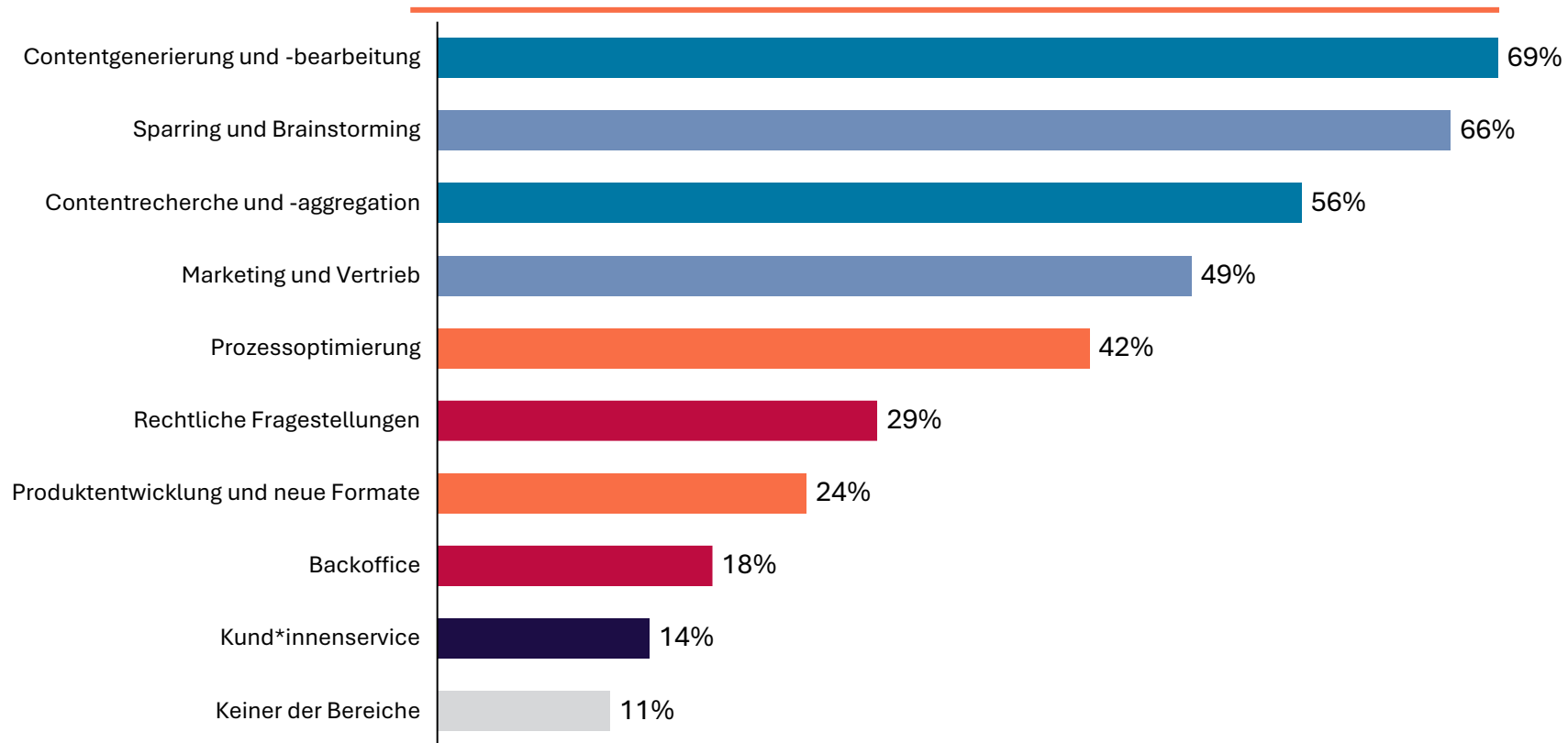
#### Anmerkung:

- **Mit steigender Unternehmensgröße steigen die erwarteten KI-Chancen in allen Bereichen** — insbesondere bei Marktanalysen, Prozesseffizienz und Produktivität.
- **Unsere Interpretation der Daten:**
- **Kleine Verlage (bis 1 Mio. €) bewerten strategische Potenziale** wie Geschäftsmodelle, Wettbewerbsvorteile oder Kund\*innenzufriedenheit deutlich geringer und fokussieren sich primär auf operative Effizienz.
- **Große Verlage (über 10 Mio. €) erkennen KI als klaren strategischen Hebel** und liegen im Durchschnitt **1–1,5 Punkte** höher als kleine Verlage.

# KI wird 2026 vor allem als Werkzeug zur Content-Strukturierung eingesetzt – und entwickelt sich zum durchgängigen Produktivitätsmotor in Verlagen.

## Wo wird KI heute genutzt / Wo ist die Nutzung geplant?

In welchen Bereichen setzen Sie KI bereits ein oder planen dies konkret?



\* Mehrfachantworten möglich

### Anmerkung:

Farbsortierung nach Thematischer Abgrenzung:

- Content-Arbeit
- Brainstorming/ Recherche
- Produktentwicklung
- Kundenservice
- Backoffice
- Sonstige

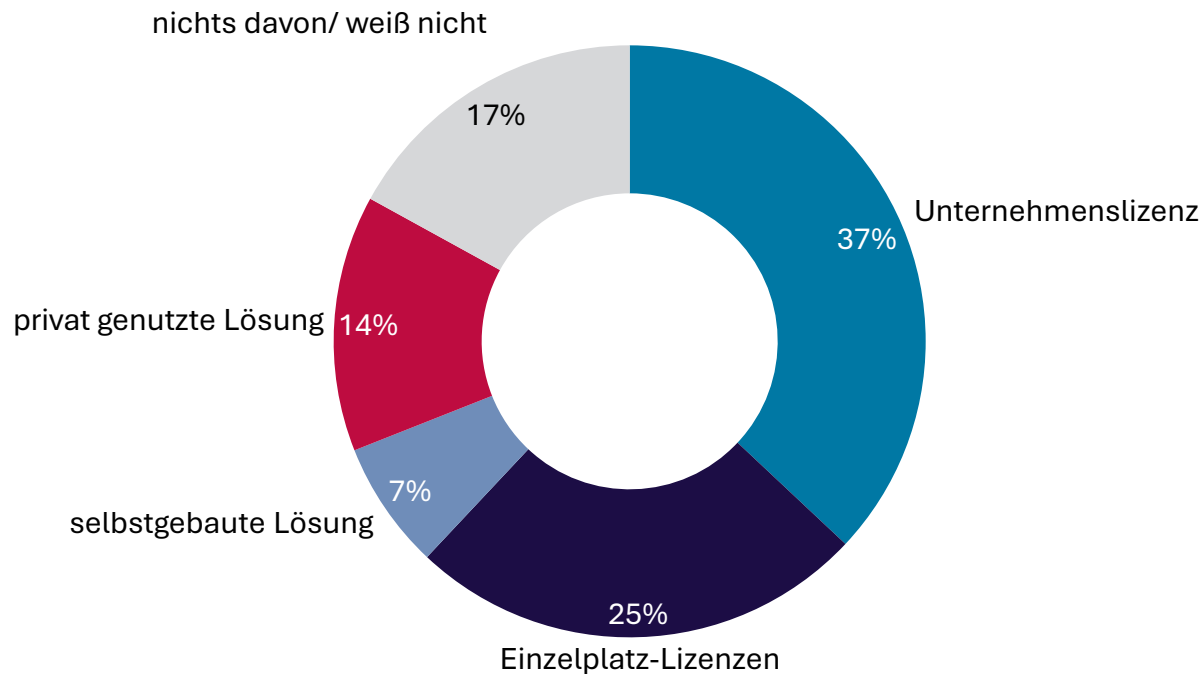
Ca. 3,7 Anwendungsfälle pro Teilnehmer\*innen.

**KI wird in 2026 vor allem als produktives Werkzeug eingesetzt**

## Die Nutzung von KI-Lösungen ist zunehmend formalisiert: Ca. 63% der KI-Tools sind formal lizenzierte Setups.

### Wo wird KI heute genutzt / Wo ist die Nutzung geplant?

#### Wie erfolgt die Nutzung generativer KI-Tools im Verlag überwiegend?



#### Unsere Interpretation der Daten:

- Professionalisierung setzt sich durch: **63 % gesteuerte Nutzung.**
- **Schatten-IT bleibt hoch:** 14% arbeiten mit privaten genutzten Lösungen – klarer Compliance- und Qualitäts-Gap.
- **Governance-Lücke sichtbar:** 17 % wissen nicht, welche Lösung sie nutzen bzw. haben keine verfügbare Lösung.

**Nicht kontrollierte Nutzung birgt erhebliche Datenschutz- und Compliance- Risiken für die Mitarbeiter\*innen und Unternehmen**

Was sind KI-Strategie und KI-Richtlinien ?

## Terminologie: „KI-Strategie“ vs. „KI-Richtlinie“

**KI-Strategie setzt den Rahmen – Mitarbeiter\*innen-Richtlinien sichern die Anwendung.**

### KI-Strategie

**KI-Strategie<sup>1</sup>:** Eine KI-Strategie definiert die **übergeordnete Stoßrichtung, Prioritäten und Zielbilder** des KI-Einsatzes und schafft damit die Grundlage für operative Richtlinien, Prozesse und Investitionen.

- **Strategische Zielsetzung:** Welche Wertbeiträge soll KI liefern (z. B. Effizienz, Qualität, neue Produkte, neue Erlöse)?
- **Priorisierte Anwendungsfelder:** Welche KI-Use Cases werden zuerst entwickelt, getestet und skaliert?
- **Rollen & Verantwortlichkeiten:** Wer verantwortet Strategie, Umsetzung, Steering und Weiterentwicklung?
- **Roadmap & Ressourcen:** Strukturiertes Aufbau von Kapazitäten, Budget, Infrastruktur und Kompetenzen.
- **Governance-Rahmen:** Ableitung von Entscheidungsprinzipien, Qualitätsanforderungen und Risikobewertung.
- **Tool- & Plattformstrategie:** Entscheidung über Enterprise-Tools, Integrationsgrad, Datenstrategie und technische Leitplanken.

### KI-Richtlinien

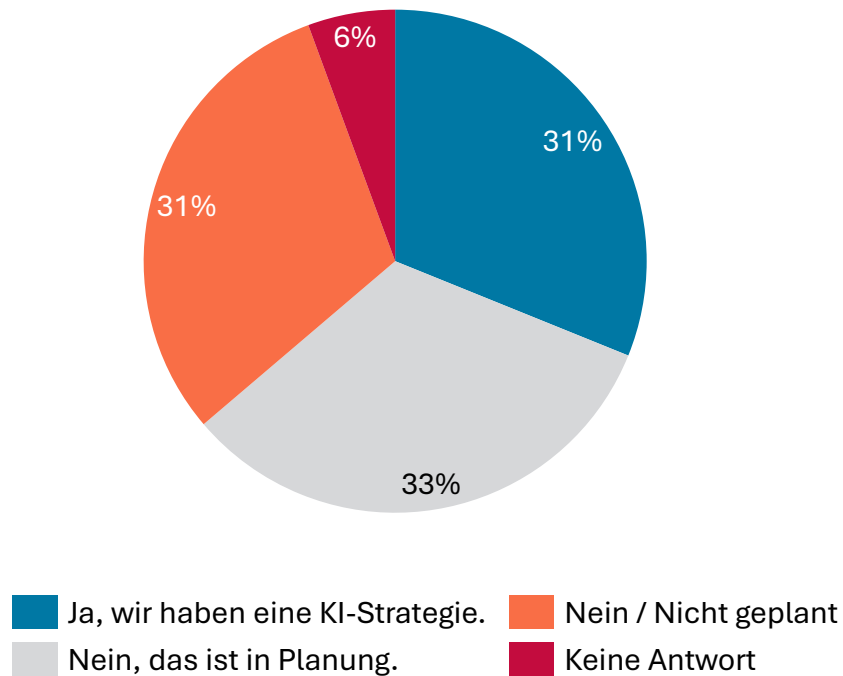
**KI-Richtlinien: Konkrete Handlungsregeln für Mitarbeitende**, die definieren, **wie KI im Arbeitsalltag genutzt werden darf** – und was zu vermeiden ist. Richtlinien betreffen also die Anwendung von KI, nicht deren Gesamtsteuerung.

- **Do's & Don'ts:** Was Mitarbeitende mit KI tun dürfen (z. B. Ideen generieren), und was nicht (z. B. vertrauliche Daten eingeben).
- **Umgang mit sensiblen Daten:** Klare Vorgaben zu personenbezogenen Daten, urheberrechtlich geschützten Texten und unveröffentlichten Manuskripten.
- **Transparenz & Kennzeichnung:** Wie und wann KI-Ergebnisse im Produkt, im Impressum oder gegenüber Autor\*innen kenntlich zu machen sind.
- **Qualitätssicherung:** Pflichten wie menschliche Prüfung, Quellenprüfung, Faktencheck und Dokumentation eingesetzter KI.
- **Sicherer Tool-Einsatz:** Nutzung ausschließlich von freigegebenen Tools, keine Privataccounts, keine Schatten-IT.

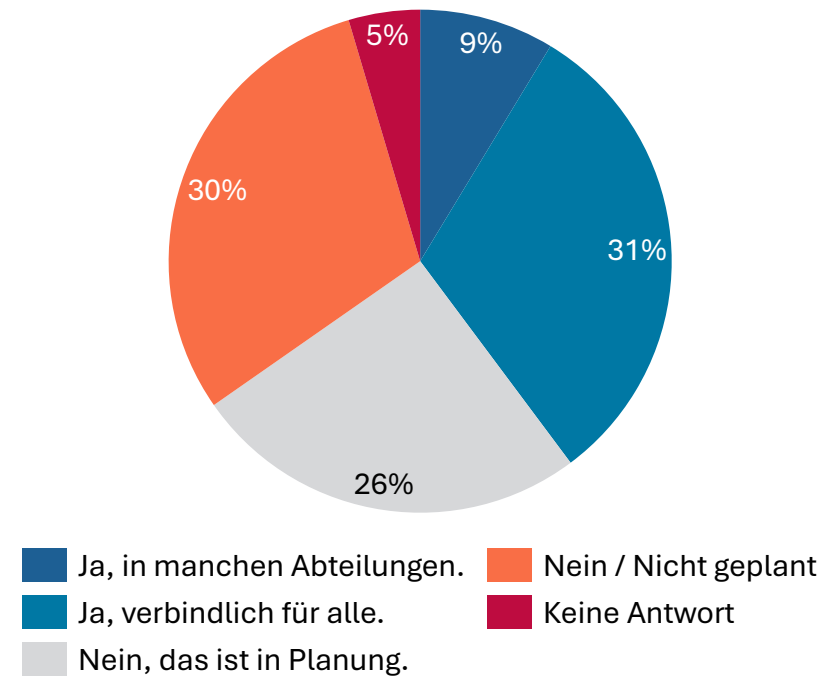
<sup>1</sup>OECD – Classification of AI Strategies & Governance Approaches (2023)

## KI gewinnt an Bedeutung: 33% planen in naher Zukunft eine KI-Strategie. 31% haben jedoch keine in Planung.

Haben Sie eine KI-Strategie im Verlag?



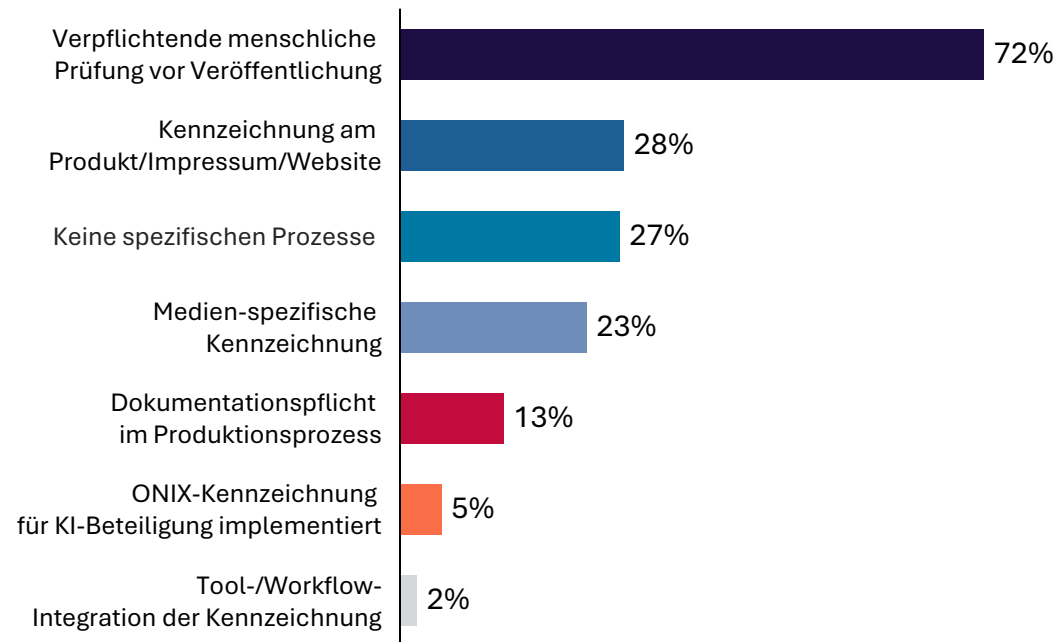
Verfügt ihr Verlag über eine schriftlich dokumentierte KI-Richtlinie?



## Nach der Lizenzierung folgt der Strukturaufbau: Qualitätssicherung, Kennzeichnung und TDM (Text-Data Mining) sind noch nicht systematisch etabliert.

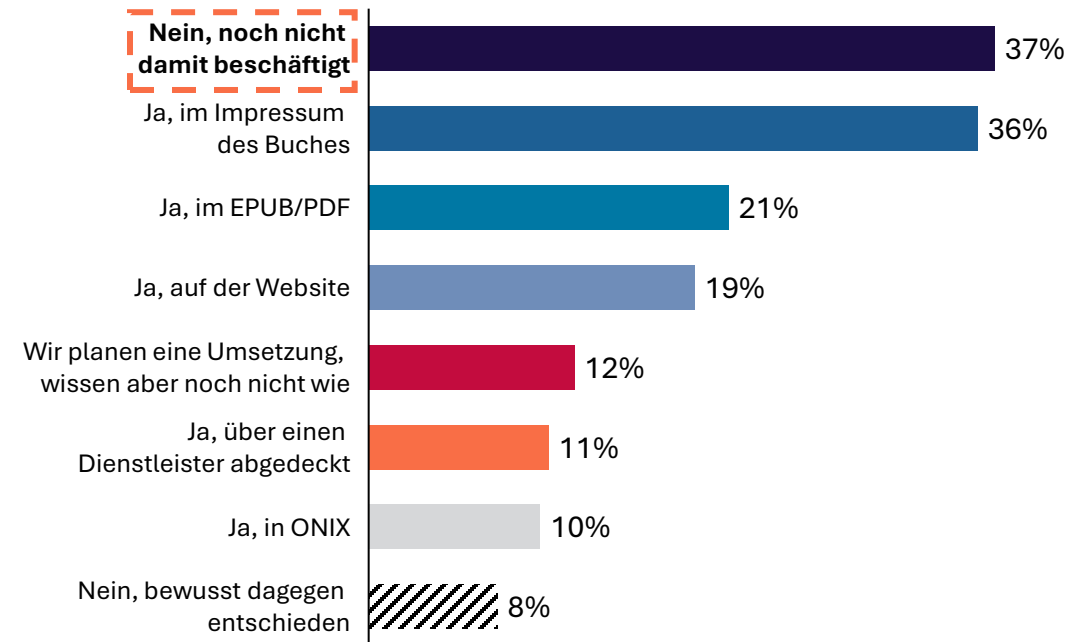
### KI-Governance

#### Welche Prozesse zur Qualitätssicherung und Kennzeichnung KI-gestützter Inhalte haben Sie im Verlag?



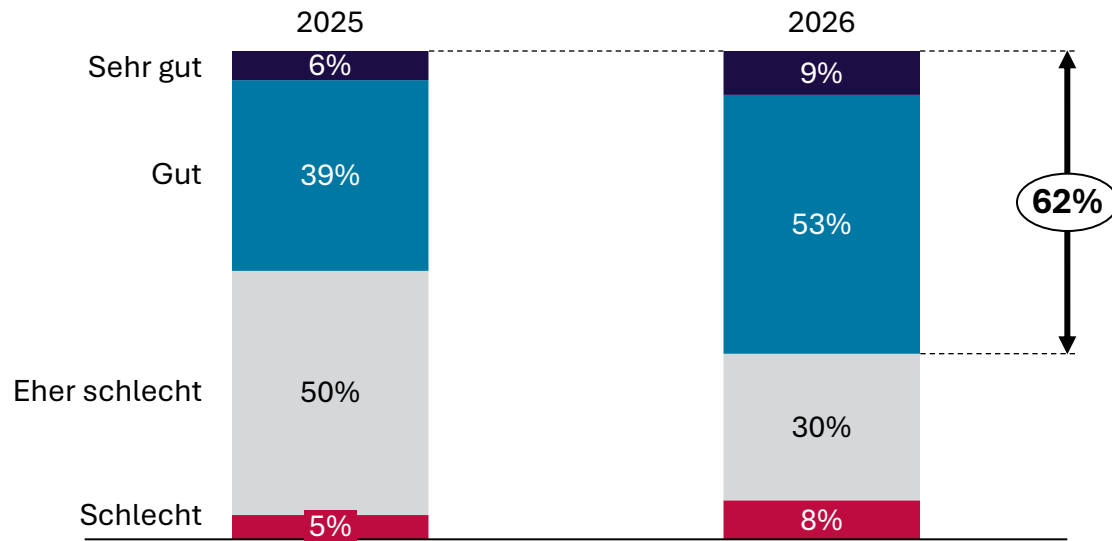
\* Mehrfachantworten möglich

#### Setzen Sie einen Nutzungsvorbehalt (TDM Opt-Out) ein?

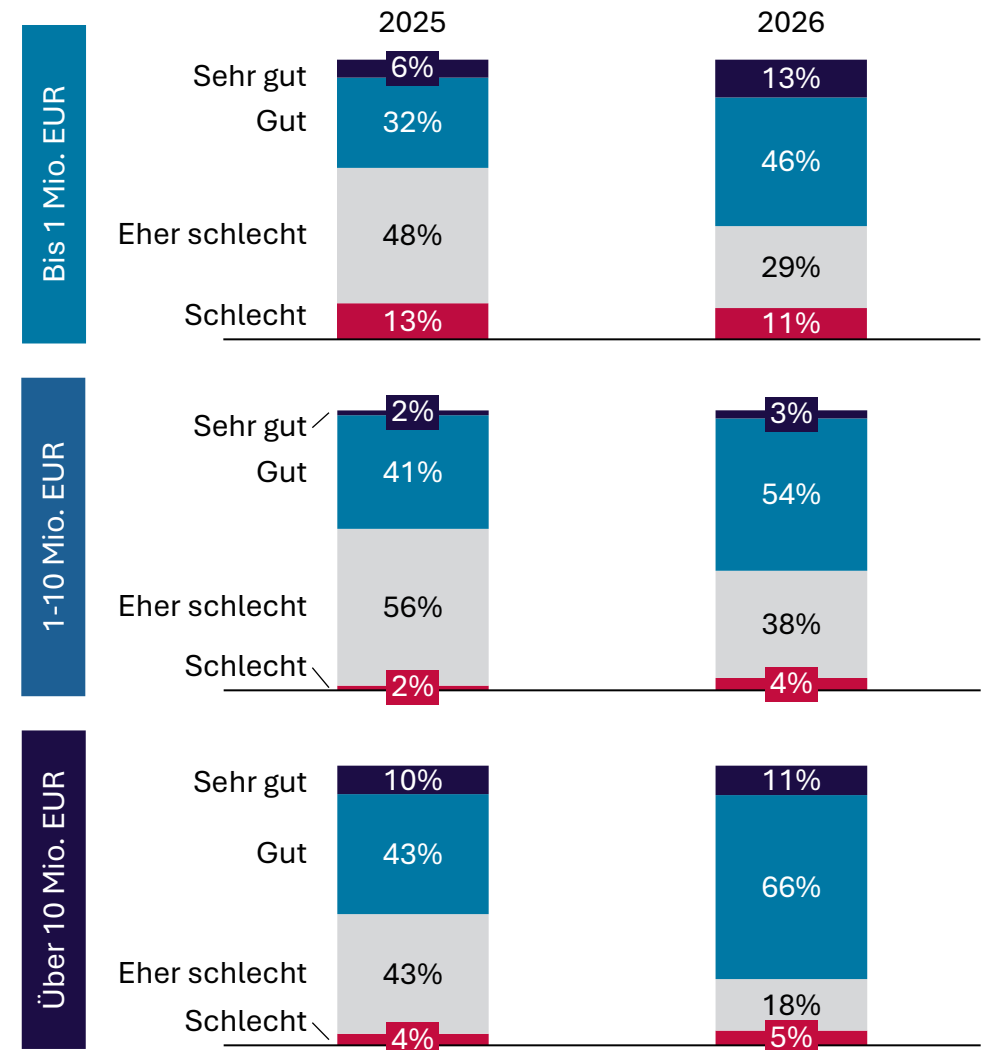


## 2026 zeigt eine Steigerung auf 62 % im selbsteingeschätzten KI-Know-how, getragen durch intensivierten Austausch und gezielte Qualifizierungsmaßnahmen.

### Wie schätzen Sie das Know-how im Bereich KI in ihrer Organisation ein?



- **Know-how steigt spürbar:** Über alle Umsatzklassen verschieben sich die Selbsteinschätzungen klar in Richtung gut/sehr gut.
- **Hebel wirken:** Austausch und Schulungen sind die meistgenannten Maßnahmen – und zahlen auf den Kompetenzaufbau ein.
- **Gap wird kleiner:** Große Verlage liegen weiter vorn, kleine holen deutlich auf. Der Abstand schrumpft, bleibt aber erkennbar.



## Verlage professionalisieren ihren KI-Einsatz und legen einen klaren Fokus auf den Auf- und Ausbau interner Kompetenzen und die Schaffung interner Projekte.

### Maßnahmen und Know-how

#### Welche Maßnahmen wurden in ihrem Verlag in den letzten 12 Monaten zur Nutzung von KI ergriffen



#### Anmerkungen zur Entwicklung zu 2025:

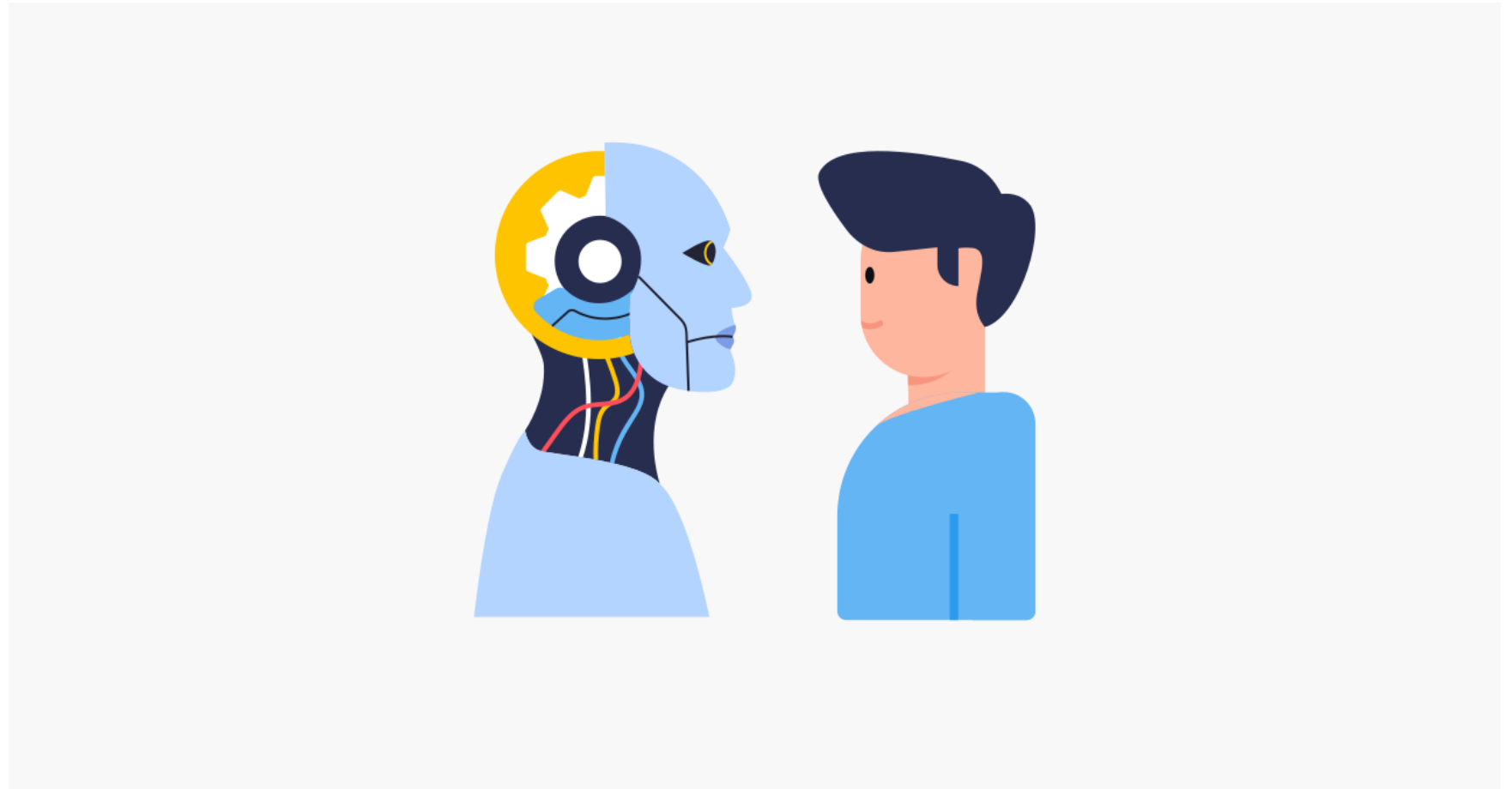
- **Wissensaufbau professionalisiert sich:** Schulungen gewinnen weiter an Gewicht (48,2 % → 54,9 %) und werden branchenweit zum Standardhebel.
- **Größeneffekt beim Roll-out:** Große Verlage treiben die Umsetzung deutlich stärker voran (Schulungen: 92,1 %), während Kleinverlage häufiger noch keine Maßnahmen melden (33,7 %).
- **Entwicklungs-Partner bleiben wichtig:** Der Anteil eigener KI-Entwicklungen steigt spürbar (24,5 % → 32,8 %), Kooperationen mit externen Anbietern bleiben stabil um ~39–40 %.
- **Dialog verschiebt sich nach innen:** Interner Austausch ist 2026 neuer Anker (61,5 %), während der Branchenaustausch auf hohem Niveau praktisch konstant bleibt (48,9 % → 48,7 %).

**Trotz wachsender KI-Ambitionen rekrutieren Verlage kaum gezielt KI-erfahrene Mitarbeitende; ein mögliches strategisches Defizit, denn der interne Aufbau von Know-how braucht Zeit und KI-erfahrenes Handeln ist sofort erforderlich.**

## Qualitative Ergebnisse

---

**Die folgenden Use Cases geben Einblicke, wie Verlage und Medienhäuser künstliche Intelligenz schon nutzen.**



# Die qualitativen Ergebnisse auf den folgenden Slides basieren auf offenen Freitextangaben der 196 teilnehmenden Personen aus der KI-Studie 2026.

## Studienmethodologie (Qualitativ)

### Qualitative Betrachtung



Alle Einsendungen wurden systematisch kodiert, thematisch gruppiert und anschließend zu repräsentativen Use-Case-Clustern verdichtet. Der Fokus liegt auf realen Beispielen aus dem Verlagsalltag.

#### ■ Vorgehen bei der Auswertung:

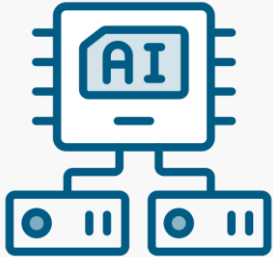
- **Offene Antworten aus Frage 10/11 der Umfrage** wurden extrahiert und in einem strukturierten Analyseprozess in thematische Kategorien überführt (z. B. Programmmanagement, Marketing/PR, Vertrieb, Lektorat/Herstellung).
- **Doppel-Nennungen pro Thema/Person** wurden zusammengeführt und nach Relevanz, Wiederholungsdichte und inhaltlicher Tiefe priorisiert.
- **Alle dargestellten Use-Cases stellen Beispiele aus der Praxis der Befragten** dar – nicht hypothetische Szenarien.
- **Die Auswertung folgt dem Prinzip: „Cluster statt Einzelfall“** – das heißt, jede gezeigte Anwendung spiegelt ein Muster wider, das in mehreren Antworten vorkam.
- **Keine Gewichtung nach Unternehmensgröße**, da qualitative Antworten primär inhaltlich, nicht quantitativ ausgewertet wurden.

#### ■ Ziel der qualitativen Sektion:

Die Use Cases illustrieren, *wie* Verlage KI heute in unterschiedlichen Funktionsbereichen einsetzen – ergänzend zu den quantitativen Ergebnissen und als Grundlage für Trend- und Potenzialabschätzung.


## Im Vertrieb von Fachinformationen stellen sich drei zentrale Trends heraus: RAG-KI-Anwendungen, Preisprognose-Tools und eine optimierte Absatzsteuerung.

### Vertrieb von Inhalten



#### RAG-KI-Anwendungen


- Intelligente KI-Modelle ermöglichen branchenspezifische Wissensbots durch die Nutzung bestehender Informationskataloge.
- Unterstützten Nutzer\*innen bei Recherche, Beratung und passgenauer Dokumentenerstellung

 Umsetzung mit selbstentwickelten KI-Lösungen



#### Absatzprognosemodelle


- Stichtagsgenaue Absatzprognosen für Titel/Segmentebene inkl. Prognosegüte und Saisonalität
- Erlauben eine zielgerichtetere Auflagenplanung und Umstellung auf Print-on-Demand

 Demand.Sens.Books, Pondus Radar



#### Pricing Empfehlung

- Ableitungen von Preisempfehlungen je Genre/Segment unter Berücksichtigung von:
  - Bekanntheit
  - Konkurrenzsituation
  - Wiederaufkommenden Trends
  - ...

 Umsetzung mit selbstentwickelten KI-Lösungen


## Selbstentwickelte KI-Agenten steigern die Innovationskraft im Programmmanagement für internationales Trendscouting, die Entwicklung neuer Formate und die Portfoliogestaltung.

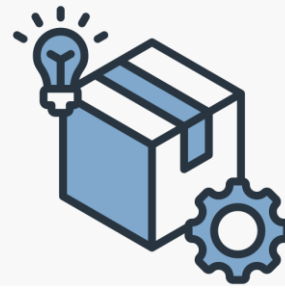
### Programmmanagement



#### KI-gestützte Übersetzung zur Titelbewertung


- Automatische Übersetzung von Fremdsprachtiteln
- Bewertung der Titel anhand vordefinierter Kriterien, um Marktpotenzial in dt. zu bewerten
- Automatisierung des „ersten Blicks“ auf fremdsprachige Titel

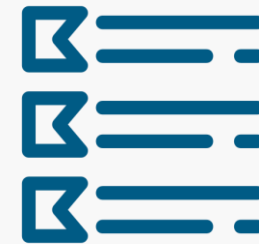
 Umsetzung mit selbstentwickelten KI-Lösungen



#### Produktentwicklung mit KI


- Ideation und Konzeption neuer Reihen/Produkte auf Basis vordefinierter Kriterien:
  - Genre/Segment
  - Wettbewerbssituation
  - Wo lesen Leser\*innen (Goodreads Score, Thalia...)

 Umsetzung mit selbstentwickelten KI-Lösungen



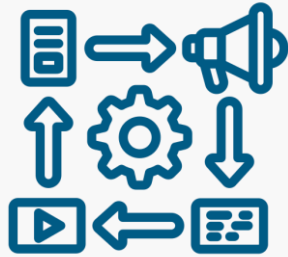
#### Optimierung der Backlist

- Automatisierte Metadaten zur Optimierung „alte Schätze heben“
- Analyse des Bestandsportfolios auf Basis vordefinierter Kriterien
- Entwicklung eines marktgerechten „Spins“ für den Relaunch

 Umsetzung mit selbstentwickelten KI-Lösungen


## KI ermöglicht im Marketing und PR eine neue Dimension der Personalisierung und End-to-End-Automatisierung von Produkt-, Kommunikations- und Community-Kampagnen.

### Marketing & PR



#### End-to-End automatisierte Marketingkampagnen


- KI-gestützte Buchvermarktung: Automatisierte Erstellung und Optimierung von Werbekampagnen
- End-to-End-Automation: Vollautomatisches Advertising ohne Marketing- oder Media-Know-how

 Shimmr.ai  
(Stand 01/26 nur für englische Titel)



#### Newsletter Kampagnengenerierung


- Automatisierte Newsletter-Erstellung : KI-basierte Generierung von:
  - Newslettertexten,
  - Betreffzeilen
  - Kampagnenlogiken auf Basis aktueller Inhalts-, Produkt- und Programmupdates

 Umsetzung mit selbstentwickelten KI-Lösungen



#### Personalisierung & Community Building

- KI-basierte Leseempfehlungen für Endkund\*innen
- Unterstützung im Community Building durch die systematische Vernetzung von Leser\*innen über ähnliche Präferenzen, Themen und Nutzungsmuster.

 Piper Newsletter

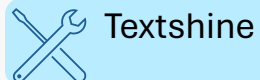
# KI skaliert Qualität, Effizienz und neue Formate entlang der gesamten Wertschöpfung von Lektorat bis Herstellung.

## Lektorat und Herstellung



### Automatisiertes Korrektorat & Konsistenzprüfung

- Sprachliches Korrektorat auf Knopfdruck (Rechtschreibung, Grammatik, Zeichensetzung)
- Regelbasierte Konsistenzchecks (z. B. Schreibweisen, Zitierlogik, stilistische Harmonisierung)



Textshine



### Plagiats- & Quellenprüfung

- Automatisches Plagiats- und Similarity-Screenings
- Erkennungen von Inkonsistenzen (Gender, Zitate, Namensschreibung) und stilistische Harmonisierung
- Skalierbarer Pre-Publication-Check für konsistente Standards



Umsetzung mit selbstentwickelten KI-Lösungen



### Neue Audioformate

- Automatisierte Text-zu-Audio-Konvertierung (TTS) für Bücher, Kapitel oder Auszüge auf Knopfdruck
- Erweiterung bestehender Inhalte um Podcasts, Hörbuch-Snippets oder serielle Audioformate ohne Neu-Produktion

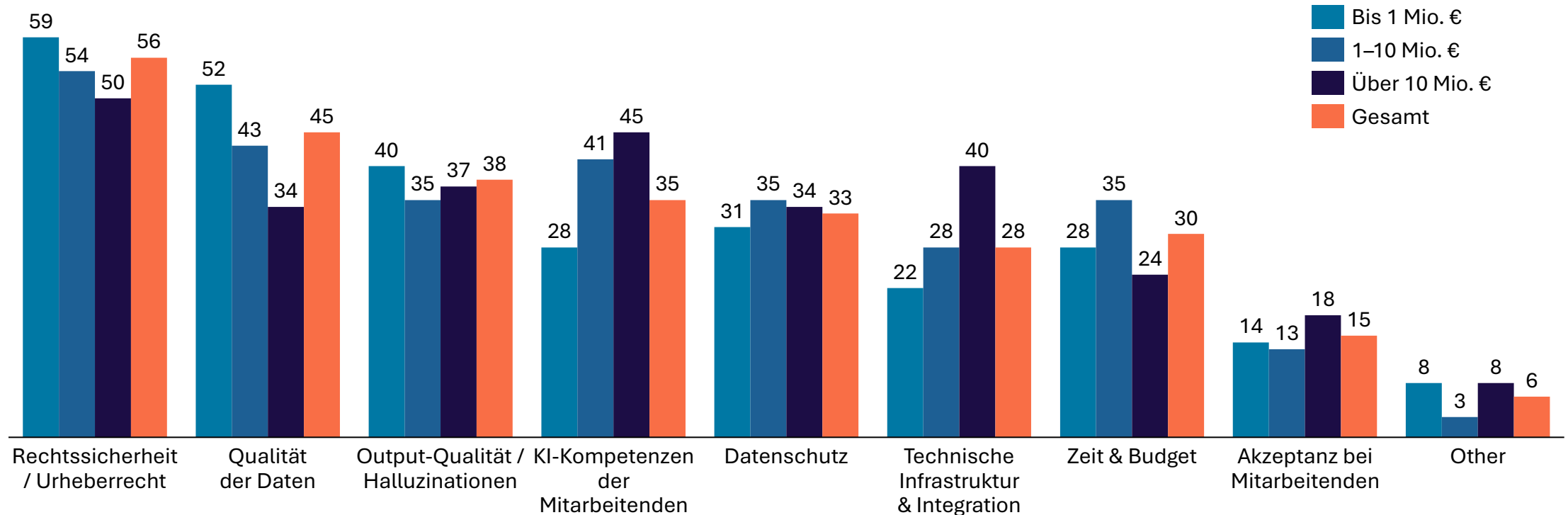


ElevenLabs, buchfunk

## KI-Herausforderungen variieren stark nach Unternehmensgröße: Ressourcen dominieren, Professionalitätsanforderungen steigen.

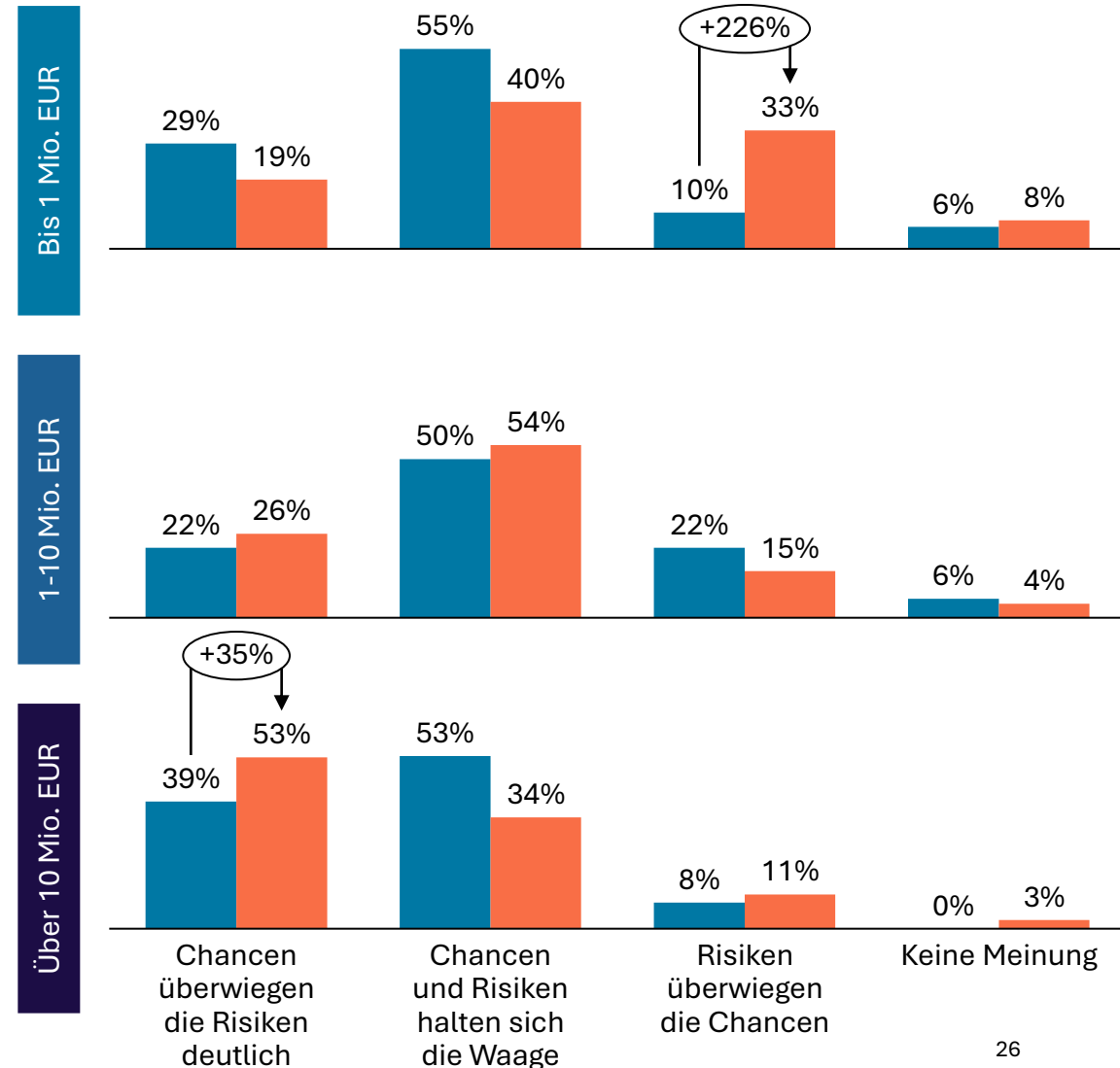
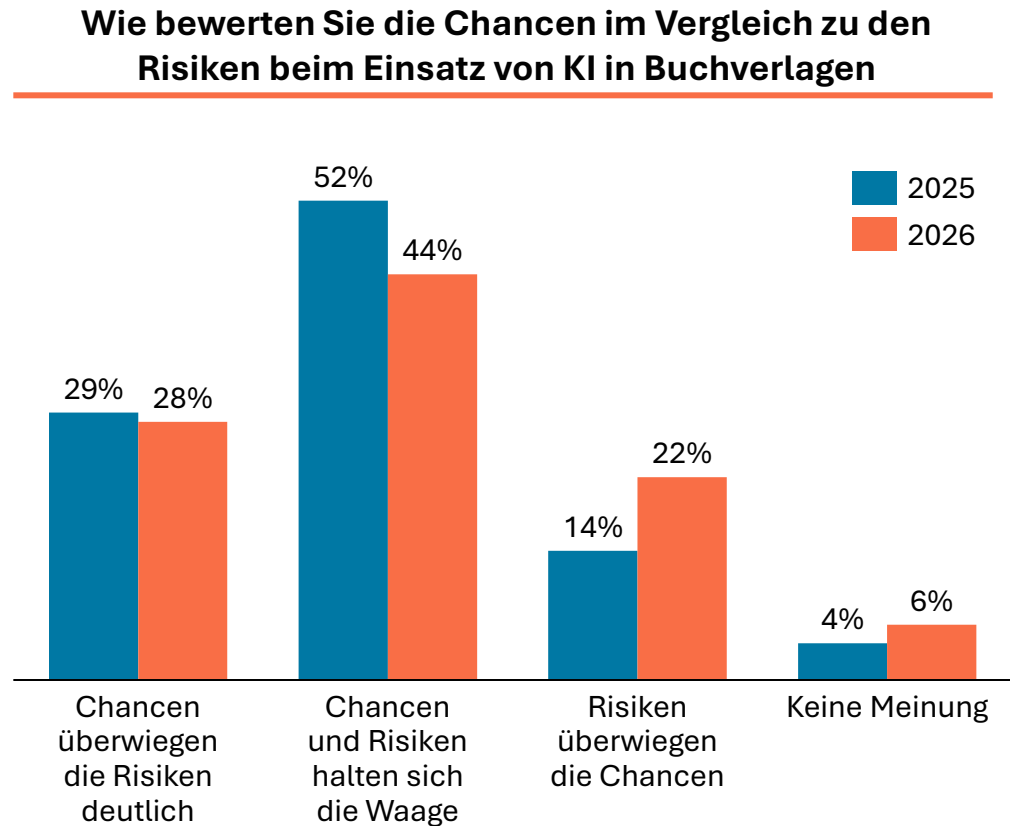
### Einschätzung Herausforderungen

Was sehen Sie als die drei größten Herausforderungen für den Einsatz von KI in ihrem Unternehmen (in %)?



\* Mehrfachantworten möglich

# KI-Stimmungsbild 2026: Umsatzgröße beeinflusst die Risikoeinschätzung von KI in Buchverlagen deutlich



# Börsenverein des Deutschen Buchhandels

IG Digital



Alter Wall 22  
20457 Hamburg  
Deutschland

[office.ham@highberg.com](mailto:office.ham@highberg.com)  
[www.highberg.com/de](http://www.highberg.com/de)