

Media Trend Outlook E-Books im Aufwind

Das Whitepaper informiert Sie über aktuelle Entwicklungen und Zukunftsaussichten des E-Book-Marktes in Deutschland.



Media Trend Outlook

Herausgegeben von der PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Von Dr. Anastasia Hermann und Kristin Lulei

Oktober 2013, 19 Seiten, 5 Abbildungen

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, Mikroverfilmung, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sind ohne Zustimmung des Herausgebers nicht gestattet.

Die Inhalte dieser Publikation sind zur Information unserer Mandanten bestimmt. Sie entsprechen dem Kenntnisstand der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Für die Lösung einschlägiger Probleme greifen Sie bitte auf die in der Publikation angegebenen Quellen zurück oder wenden sich an die genannten Ansprechpartner. Meinungsbeiträge geben die Auffassung der einzelnen Autoren wieder. In den Grafiken kann es zu Rundungsdifferenzen kommen.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
E-Books: ein Marktüberblick	5
Die Stimme der Nutzer: Konsumentenbefragung	6
Die Stimme der Experten	11
Der E-Book-Markt in fünf Jahren: ein Ausblick	14
Quellenverzeichnis	17
Ihre Ansprechpartner	18

Einleitung

Es hat etwas länger gedauert als in anderen Ländern, aber nun sind auch in den deutschen Pendlerzügen und auf den Liegestühlen zwischen Nordsee und Bodensee immer häufiger E-Reader in den Händen der Leser zu entdecken. Noch ist der Anteil von E-Books am Gesamtumsatz des Buchmarktes klein, aber die Zeichen stehen auf Wachstum: Die Verlage, allen voran die großen, machen inzwischen einen großen Teil ihrer Neuerscheinungen und Backlist-Titel auch digital verfügbar und sorgen so für ein attraktives Angebot an digitalem Lesestoff. E-Reader haben mittlerweile einen guten technischen Stand zu verbraucherfreundlichen Preisen erreicht. Dadurch, dass immer mehr Tablets verkauft werden, haben mehr Gelegenheitsleser Zugang zu elektronischen Büchern. Auch eine einfachere Beschaffung und Handhabung von E-Books beleben die Nachfrage.

Im Rahmen unserer Befragung für die vorliegende Studie haben wir festgestellt, dass die Deutschen E-Books inzwischen nicht nur gut kennen, sondern der neuen Technik zumeist auch offen gegenüberstehen. Knapp 30% der Befragten lesen ab und zu oder regelmäßig E-Books, weitere 19% möchten das Lesen elektronischer Bücher gern ausprobieren.

E-Books kommen bei den deutschen Konsumenten also zunehmend besser an. Im vergangenen Jahr haben sich Umsätze mit elektronischen Büchern in den Bereichen Belletristik sowie Kinder- und Jugendbuch fast verdreifacht und haben damit die Verluste aus dem Printbereich vollständig kompensiert. Wohin diese Entwicklung langfristig führen kann, zeigen die Beispiele USA und Großbritannien – dort wurden 2012 mehr als 20% bzw. mehr als 15% der Buchmarktumsätze mit elektronischen Büchern erwirtschaftet. In Deutschland vollzieht sich der digitale Wandel auf dem Buchmarkt deutlich langsamer. Wir rechnen dennoch damit, dass der Anteil von E-Books an den gesamten Umsätzen mit Belletristik sowie Kinder- und Jugendbüchern in Deutschland stetig steigen und im Jahr 2017 bei rund 16% liegen wird.

Neben einer Analyse der aktuellen Marktlage umfasst dieses Whitepaper die Ergebnisse einer Konsumenten-umfrage und unsere Prognose zur Entwicklung bis 2017.

Besonderer Dank gilt an dieser Stelle Rita Bollig, der Leiterin von Bastei Entertainment bei Bastei Lübbe, und Henning Peters, dem Geschäftsführer von Skoobe, die in ihren Gastbeiträgen ihre Sicht auf die Marktlage und -perspektiven schildern.

Ich wünsche Ihnen eine anregende und informative Lektüre.



Werner Ballhaus

Leiter des Bereichs Technologie, Medien und Telekommunikation



E-Books: ein Marktüberblick

Die E-Reader sind besser und billiger geworden und die Auswahl an E-Books wächst. Doch hat der Markt vielleicht noch mehr zu bieten?

Der Buchmarkt in Deutschland wies 2012 ein Umsatzvolumen von 9,5 Milliarden Euro auf und war damit der viertgrößte Markt weltweit. Der Anteil digitaler Buchverkäufe am Gesamtumsatz ist noch gering: Im vergangenen Jahr wurden lediglich 3% der Umsätze im Belletristik-Bereich in Deutschland mit E-Books erwirtschaftet. Mit einiger Verzögerung kommt der E-Book-Markt aber auch hierzulande in Schwung.

Die Voraussetzungen für ein solides Umsatzwachstum bei elektronischen Büchern in Deutschland sind in den vergangenen Jahren geschaffen worden: Das Angebot an deutschsprachigen E-Books hat sich vervielfacht und die Auswahl auf dem Markt für Lesegeräte hat sich kontinuierlich erweitert. Den Stein ins Rollen gebracht hatten ursprünglich die großen Internetkonzerne: Amazon veröffentlichte 2007 in den USA mit dem Amazon Kindle den ersten E-Reader, der in der Öffentlichkeit große Beachtung fand und nach seiner Markteinführung in Deutschland 2011 auch den hiesigen E-Reader-Markt maßgeblich beeinflusste. In den vergangenen zwei Jahren hat sich das E-Reader-Angebot im Hinblick auf die Funktionalitäten und den Preis weiter ausdifferenziert. Lagen die Preise für E-Reader im Jahr 2010 noch deutlich im dreistelligen Euro-Bereich, sind populäre Modelle aktuell schon ab 59 Euro erhältlich.

Ein weiterer Meilenstein für das Geschäft mit digitalen Büchern war die Einführung von Apples iPad. Tablet-Computer bieten deutlich mehr Funktionen als E-Reader, eignen sich damit auch gut für Gelegenheitsleser und erweitern so den potenziellen Leserkreis für digitale Bücher deutlich.

Auch die Teilnehmer des klassischen Buchmarktes haben reagiert: Buchhandelsfilialisten bieten E-Books vor Ort, online oder via App an und sind mit eigenen Vertriebsplattformen und Geräteangeboten aktiv; ein Großteil der deutschen Buchverlage hat inzwischen ebenfalls die nötigen Investitionen unternommen, um mit digitalen Büchern alle relevanten Vertriebskanäle zu bestücken. 2013 bündelten mehrere Buchhandelsfilialisten in Kooperation mit der Deutschen Telekom ihre Aktivitäten und brachten den E-Reader *tolino shine* mit Anbindung an die gleichnamige Vertriebsplattform auf den Markt.

Die meisten E-Books werden im freien Dateiformat EPUB, Apples iBook oder den Amazon-Formaten MOBI, AZW und Kindle Format 8 angeboten. PDF sowie die Textformate doc, txt und rtf spielen für die heutigen Lesegeräte kaum noch eine Rolle. Immer mehr Verbreitung erfährt EPUB3; mit diesem Format lassen sich mit zusätzlichen Materialien wie zum Beispiel Grafiken oder Animationen angereicherte digitale Bücher (Enhanced E-Books) realisieren.

Der Einzelverkauf bleibt auch im digitalen Umfeld das vorherrschende Vertriebsmodell für Bücher. Die gekauften Dateien werden auf die Festplatte des Nutzers heruntergeladen oder dem virtuellen Buchregal des Käufers hinzugefügt, von wo aus sie direkt auf ein Lesegerät übertragen werden können.

Mit Flatrate- und Leihmodellen haben sich aber auch schon andere Geschäftsmodelle herausgebildet: Die Plattform *Skoobe* bietet beispielsweise für einen gestaffelten monatlichen Beitrag den unbegrenzten Zugang zu einer Online-E-Book-Bibliothek, je nach Höhe des Beitrags mit verschiedenen Zusatzoptionen. *Divibib*, ein Zusammenschluss der digitalen Bibliotheken, bietet Mitgliedern der an der „Onleihe“ teilnehmenden Bibliotheken ein virtuelles Leihsystem für E-Books. Die Verlage partizipieren dabei an den Erlösen durch den Verkauf von Lizenzen. Auch Amazon und *libreka!*, der Dienst des Marketing- und Verlagsservices des Buchhandels, haben ihr Angebot um eigene Leihsysteme ergänzt.

Die Stimme der Nutzer: Konsumentenbefragung

Warum begeistern sich immer mehr Leser in Deutschland für E-Books? Welche Gründe halten die anderen vom E-Book-Lesen ab? Was wünschen sich die Vielleser? Wir haben nachgefragt.

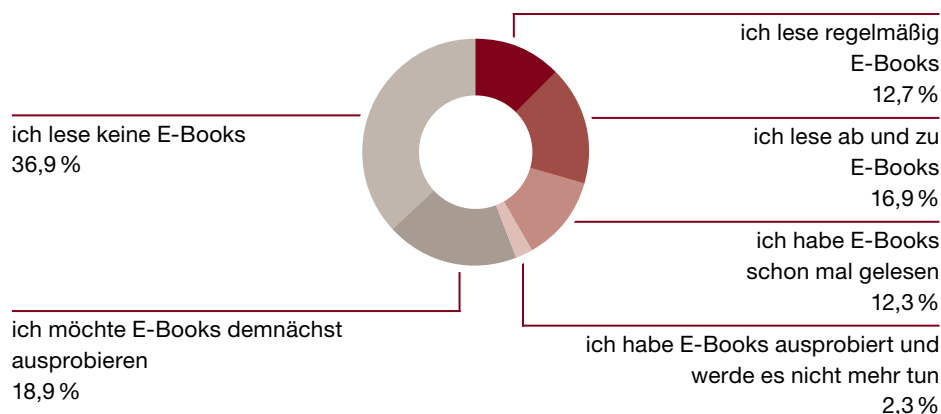
Die meisten Konsumenten in Deutschland kennen E-Books und vielen ist das Lesen auf elektronischen Geräten geläufig. In Erwartung einer weiter steigenden Nachfrage digitalisieren die Verlage ihre Titelbestände und geben viele Neuerscheinungen direkt auch als E-Book heraus. Doch von wem und wie häufig werden E-Books tatsächlich gelesen? Welche Argumente sprechen aus Sicht der Konsumenten für und welche gegen die Nutzung von E-Books? Und gibt es Geschäftsmodelle abseits des Einzelverkaufs elektronischer Bücher, die auf das Interesse der Leser stoßen?

Um auf diese Fragen Antworten zu finden, haben wir im Sommer 2013 mehr als 1.000 Onlinenutzer in Deutschland im Alter von 18 bis 65 Jahren zur Nutzung von E-Books und ihren diesbezüglichen Erfahrungen befragt.

Zwei Drittel der Konsumenten nutzen E-Books oder möchten diese demnächst ausprobieren

Von den befragten Onlinenutzern lesen knapp 13% regelmäßig E-Books, bei den Frauen liegt der Anteil der E-Book-Vielleser mit 15% deutlich höher als bei den Männern (9,5%). Rund 56% der Befragten haben noch keine Erfahrung mit E-Books, wobei knapp ein Fünftel der Konsumenten die Absicht bekundet, elektronische Bücher demnächst auszuprobieren. In der Altersgruppe der über 46-Jährigen haben relativ gesehen die wenigsten Konsumenten Erfahrungen mit E-Books gesammelt – in dieser Gruppe ist aber auch der Anteil derjenigen, die E-Books ausprobieren wollen, am höchsten. Lediglich für 16% aller befragten Konsumenten kommt das Lesen von E-Books grundsätzlich nicht in Frage und nur 2% der Nutzer geben an, dass sie E-Books, nachdem sie diese ausprobiert haben, nicht mehr nutzen wollen.

Abb. 1 Nutzung von elektronischen Büchern



Fast jeder fünfte Nutzer kauft mindestens fünf E-Books pro Jahr

Gedruckte Bücher gehen nach wie vor deutlich häufiger über den Ladentisch als ihre elektronischen Pendanten. Von den befragten Konsumenten kaufen 52% mehr als fünf Printbücher pro Jahr, jeder Sechste hat im vergangenen Jahr mehr als 15 Buchtitel erworben. Fünf E-Books und mehr landeten bei rund 18% der Konsumenten in den virtuellen Einkaufskörben, weitere 19% haben in den vergangenen 12 Monaten ein bis vier E-Books gekauft.

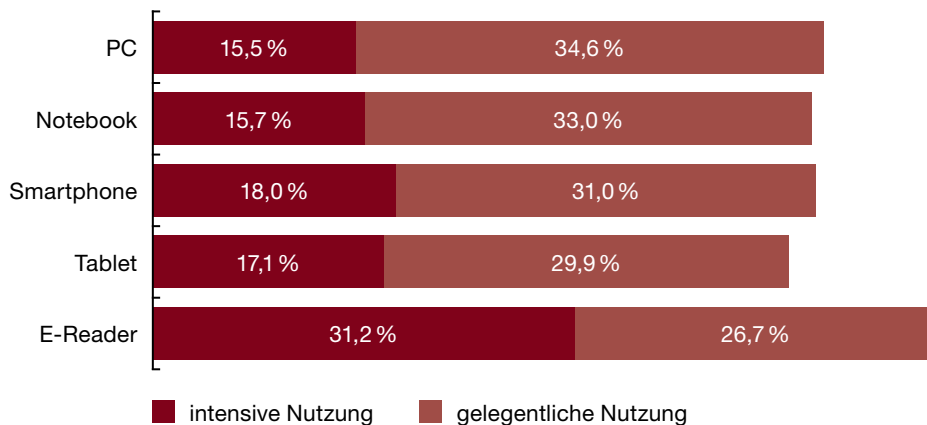
In der Gruppe der 31-bis 45-Jährigen finden sich die meisten E-Book-Käufer: Hier haben knapp 44% in den vergangenen 12 Monaten mindestens ein E-Book erworben, 22% kauften mehr als fünf elektronische Bücher. Bemerkenswert ist, dass Vielleser den E-Books aufgeschlossener gegenüberstehen als Konsumenten, die generell wenige Bücher lesen.

Der E-Reader ist das von den E-Book-Verwendern am häufigsten genutzte Lesegerät

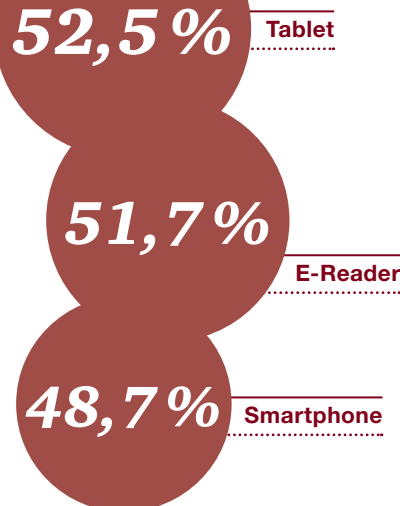
Konsumenten, die E-Books lesen, tun dies am häufigsten auf einem E-Reader. Mehr als 30% der E-Book-Leser nutzen ihre E-Reader mindestens einmal pro

Woche, jeder Zehnte greift sogar täglich zum E-Reader. Auf Tablet-PCs liest rund die Hälfte der Befragten E-Books, die meisten davon seltener als einmal in der Woche – bei anderen Endgeräten sieht die Verteilung ähnlich aus. Besonders bei Frauen sind E-Reader beliebt – männliche Nutzer wählen dagegen deutlich häufiger Tablet, PC oder Notebook als Lesegerät. Viele Intensivnutzer von elektronischen Büchern, darunter besonders viele Frauen, steigen offenbar nach einer gewissen Zeit von anderen Geräten auf E-Reader um. Den Kauf eines E-Readers in naher Zukunft planen 26% der Befragten.

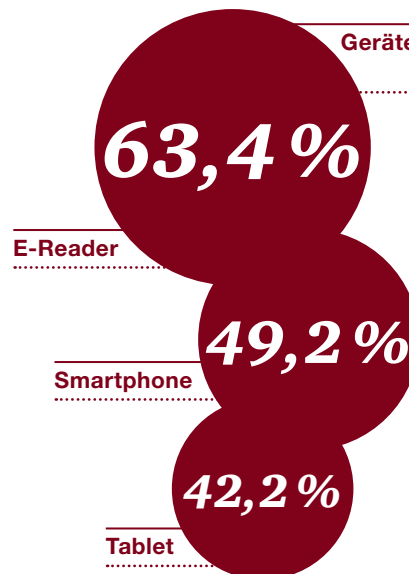
Abb. 2 Welche Endgeräte nutzen Sie zum Lesen von E-Books?



Geräte, auf denen männliche Nutzer E-Books lesen



Geräte, auf denen weibliche Nutzer E-Books lesen



Platzersparnis und ein geringes Gewicht sind die wichtigsten Argumente für ein E-Book

Für zwei Drittel der Konsumenten ist Platzersparnis ein Argument für den Kauf und die Nutzung von E-Books. Rund die Hälfte der Befragten lobt das geringe Gewicht der E-Books. Auch der einfache und schnelle Kauf sowie die Möglichkeit, mittels E-Reader auf umfangreiche Bibliotheken zugreifen zu können, sprechen für E-Books. Die Anpassung der Darstellung, beispielsweise bei der Schriftgröße, wird besonders von den älteren Befragten geschätzt. Konsumenten, die mindestens fünf E-Books im vergangenen Jahr gekauft haben, wissen die Vorteile der elektronischen Bücher noch deutlicher zu würdigen. Es fällt auf, dass für Männer eher die funktionellen Vorteile der E-Book-Nutzung im Vordergrund stehen, während für Frauen eher die Bequemlichkeit der Nutzung zählt.

Der Wunsch, in einem „echten“ Buch zu blättern, bleibt das stärkste Argument gegen die Nutzung von E-Books. Die notwendige Anschaffung eines teuren Lesegeräts und die unweigerliche Abhängigkeit von Akkulaufzeiten schrecken ebenfalls Nutzer ab. Ein Drittel der Konsumenten stört sich daran, dass E-Books nicht weiterverkauft oder weitergegeben werden können – unter den E-Book-Viellesern liegt der Anteil hier bei 40%. Eine geringe Auswahl an Titeln, eine umständliche Bedienung sowie ein komplizierter Kaufprozess spielen dagegen in der Wahrnehmung der Konsumenten nur eine untergeordnete Rolle.

Obwohl ein geringerer Preis nur für 31% der Nutzer ein klares Argument für den Kauf von E-Book ist, erwarten die meisten Konsumenten, dass E-Books (deutlich) billiger als die günstigste gedruckte Ausgabe des entsprechenden Buches angeboten werden.

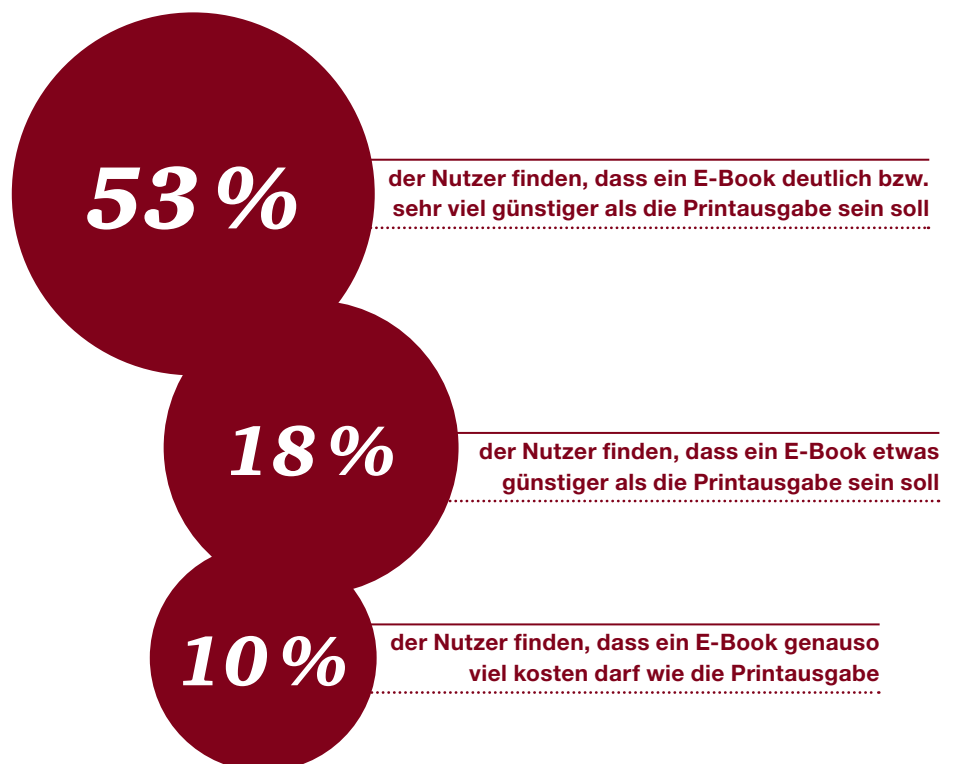
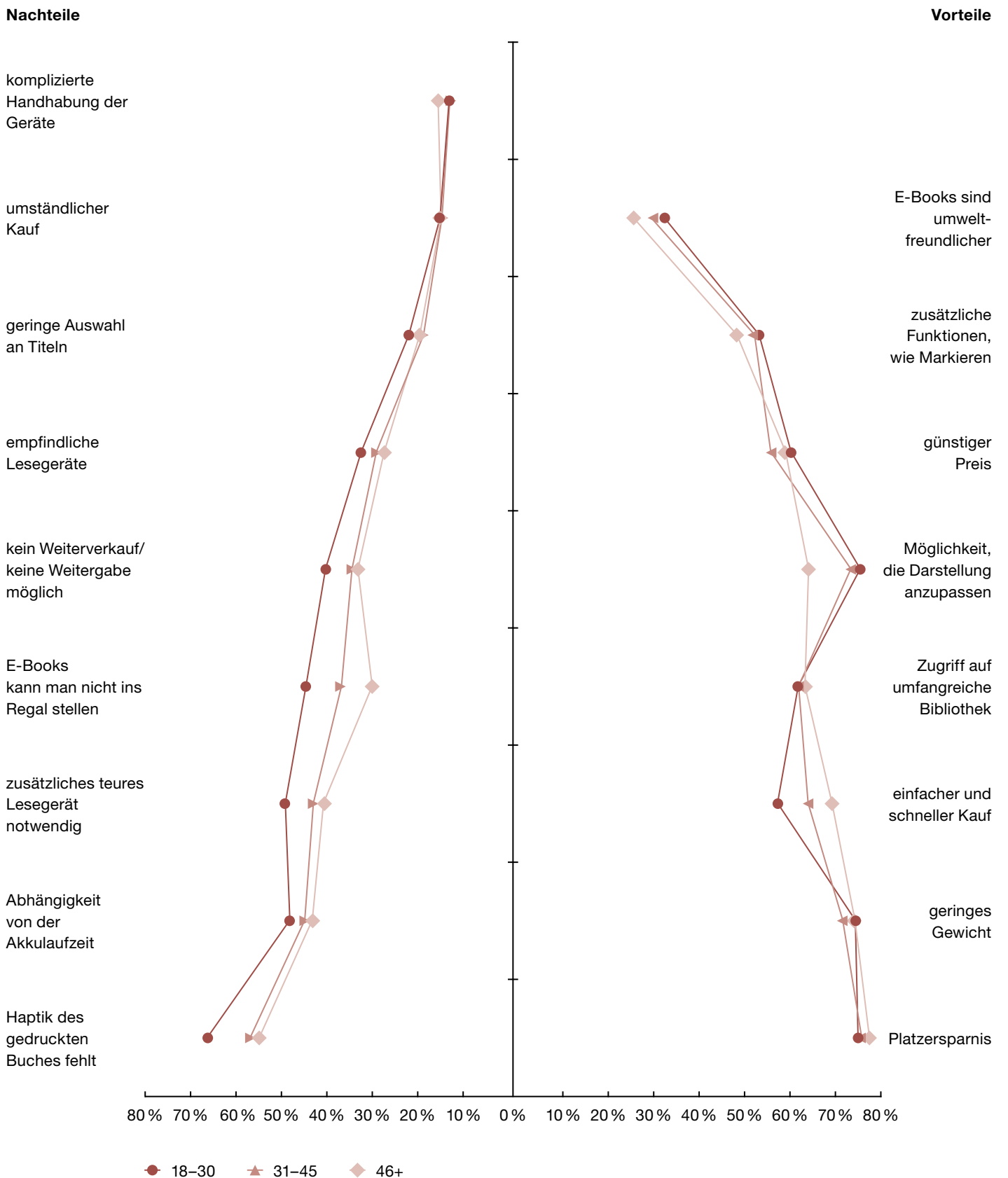


Abb. 3 Welche der folgenden Argumente sprechen aus Ihrer Sicht für bzw. gegen den Kauf und die Nutzung von E-Books?



Die meisten Konsumenten nutzen E-Books ergänzend zu gedruckten Büchern

Während 45 % der befragten Nutzer (auch) in Zukunft wahrscheinlich keine E-Books nutzen wollen, stimmt die Mehrheit der Aussage zu, in Zukunft zwar hauptsächlich Printbücher zu lesen, daneben aber auch E-Books ausprobieren zu wollen. Rund 29 % der Konsumenten rechnen damit, dass sie zukünftig mehr elektronische als gedruckte Bücher lesen werden – unter den Nutzern, die in vergangenen zwölf Monaten mindestens fünf E-Books gekauft haben, liegt dieser Anteil bei 77%. Jeder fünfte Nutzer gab bei der Befragung an, seit dem Kauf eines E-Readers oder Tablets weniger gedruckte Bücher zu lesen.

Ausleihe elektronischer Bücher als vielversprechendes Geschäftsmodell

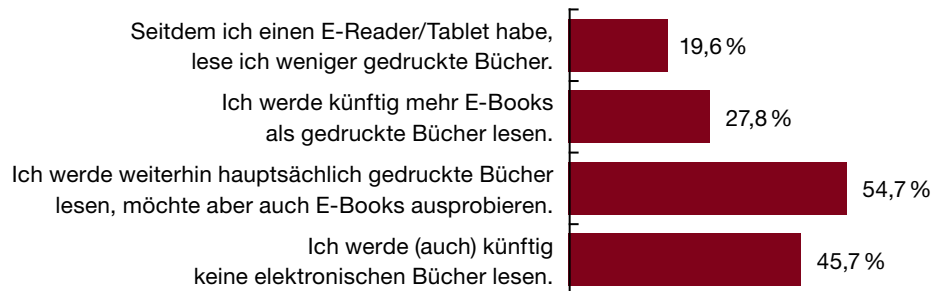
Aktuell wird die überwiegende Anzahl der E-Books im Einzelkauf erworben. Doch nach Meinung der Konsumenten muss das nicht unbedingt so bleiben: Rund ein Drittel aller befragten Nutzer – und rund 40% der 18- bis 30-Jährigen – würde gern E-Books ausleihen; unter den E-Book-Viellesern ist es mehr als jeder Zweite. Ein Flatrate-Angebot für einen unbegrenzten Zugang zu einer elektronischen Bibliothek ist für knapp 70% der Intensivnutzer von elektronischen Büchern und insgesamt für vier von zehn Konsumenten attraktiv. 26% der Befragten fänden eine solche Flatrate dagegen grundsätzlich nicht interessant.

Generelle Zahlungsbereitschaft für eine E-Book-Flatrate wird von 70% der Konsumenten bekundet, wenngleich monatliche Beiträge von über zehn Euro nur von den wenigsten akzeptiert werden dürften.

Zu den Eigenschaften, die sich Konsumenten von einem solchen Abo-Angebot wünschen, zählen unter anderem eine große Auswahl an Titeln (63%), eine einfache Möglichkeit der Kündigung (58%) und eine einfache Handhabung (54%). Die direkte Verfügbarkeit von Neuerscheinungen wäre für 51% der Befragten erforderlich.

Abb. 4 Inwiefern treffen folgende Aussagen zu E-Books auf Sie zu?

Anteil der Konsumenten, auf die die jeweilige Aussage zutrifft bzw. eher zutrifft



34 %

der Konsumenten würden gern E-Books ausleihen

40 %

fänden ein Flatrate-Abonnement für einen unbegrenzten Zugang zur elektronischen Bibliothek interessant

Die Stimme der Experten

E-Book – Verleihmodelle etablieren sich

von **Henning Peters**,
Geschäftsführer, **Skoobe GmbH**

Der E-Book-Markt steht in Deutschland noch am Anfang einer rasanten Entwicklung. Skoobe sieht daher positiv in die Zukunft. Der Umsatzanteil von E-Books liegt im gesamten Buchmarkt mittlerweile schon bei 2,4%; betrachtet man nur die Verlage, die auch E-Books anbieten, sogar bei fast 10%, mit steigender Tendenz. Wir glauben, dass E-Books und besonders Verleihmodelle etwas bieten, das klassische Bücher und Shops nicht leisten können: Freiheit und Flexibilität. E-Books hat man immer dabei und E-Book-Leihdienste wie Skoobe bieten den Zugriff auf tausende Titel zu einem monatlichen Festpreis.

Skoobe ist eine mobile Bibliothek, die seit Anfang 2012 existiert und mittlerweile über 25.000 Titel von mehr als 400 renommierten Verlagen aus den Bereichen Belletristik, Sachbücher und Ratgeber sowie Kinder- und Jugendbücher anbietet. Darunter finden sich auch viele internationale Bestseller. Der Zugang erfolgt über eine App, die auf Android- und iOS-Geräten sowie auf dem Kindle Fire funktioniert. Skoobe-Mitglieder haben damit einen komfortablen Zugang zu einem umfangreichen Katalog, der für sie zu einem festen Preis pro Monat jederzeit und überall erreichbar ist.

Doch nicht nur der Markt verändert sich. Auch das Leseverhalten der Nutzer passt sich der Möglichkeit an, sein Bücherregal immer dabei zu haben. Besonders Verleihdienste ermöglichen ihren Kunden ein hohes Maß an Flexibilität. Daher entscheiden sich 80% der E-Book-Nutzer häufiger als früher spontan dafür, ein unbekanntes Buch zu lesen. Außerdem nehmen sich mehr Leser die Freiheit, ein Buch einfach abzubrechen, wenn es ihnen nicht gefällt.

Mittlerweile besitzt ein Großteil der Deutschen ein Smartphone oder ein Tablet und es dauert nicht mehr lange, bis jeder Haushalt damit ausgestattet ist. Der Absatz an E-Readern ist dagegen rückläufig. Auch Leser verlangen nach multifunktionalen Geräten. Neue E-Book-Angebote müssen daher das Ziel haben, so nutzerfreundlich und attraktiv zu sein, dass sie sich gegen andere Apps behaupten kann. Skoobe ist beispielsweise schon jetzt die am besten bewertete Lese-App im deutschen Apple Appstore und Google Play Store.

Aus unserer letzten Umfrage haben wir außerdem erfahren, dass Skoobe-Kunden mehr Bücher lesen und kaufen; nicht nur digital, sondern auch auf Papier. Insgesamt lesen 60% unserer Kunden mehr Bücher als früher, und 18% haben sich sogar schon einmal ein gedrucktes Buch gekauft, nachdem sie die digitale Ausgabe bei Skoobe entdeckt hatten. E-Book-Verleihdienste bringen also nicht nur viele Vorteile für den Buchliebhaber, sondern auch für die Buchbranche. Verlage und Autoren verdienen so gleichermaßen am Anstieg des Lesepensums, da sie bei Skoobe an jeder Ausleihe beteiligt werden – ein Konzept, das soweit in Deutschland einzigartig ist.

In Zukunft werden digitale Verleihmodelle im E-Book-Markt eine entscheidende Rolle spielen. Schon jetzt werden circa 5% der E-Books in Deutschland über Verleihmodelle vertrieben, Tendenz stark steigend.



„Verleihdienste ermöglichen ihren Kunden ein hohes Maß an Flexibilität. Daher entscheiden sich 80 % der E-Book-Nutzer häufiger als früher spontan dafür, ein unbekanntes Buch zu lesen. Außerdem nehmen sich mehr Leser die Freiheit, ein Buch einfach abzubrechen, wenn es ihnen nicht gefällt.“

Was kommt nach der Apokalypse? Oder Geschichten erzählen im digitalen Zeitalter

Von Rita Bollig, Geschäftsführerin Bastei Entertainment

Die ersten Berührungspunkte mit dem Thema E-Book hatte ich Anfang der 2000er Jahre, und sie waren, ehrlich gesagt, alles andere als vielversprechend. Damals lizenzierten wir einige Titel für den „Rocket E-Book Reader“. Der kommerzielle Erfolg blieb jedoch aus, und das Gerät verschwand vom Markt. Trotzdem wurde damals die Saat gestreut, und als sich 2010 die Möglichkeit bot, an diesem Punkt anzuknüpfen und eine Abteilung zu übernehmen, die sich dem Thema E-Publishing widmen sollte, war ich sofort Feuer und Flamme.

Digitale Medien bieten vielfältige Möglichkeiten, den direkten Kontakt zum Leser herzustellen und es ist eine wesentliche Aufgabe eines Verlages, hinzuhören und dabei herauszufinden, welches Produkt dem Kunden, der sich für die neuen Möglichkeiten des Lesens interessiert, einen zusätzlichen Nutzen bringt.

Ein Produkt, das uns dabei förmlich anspricht, ist der Serienroman – er besteht aus kurzen Folgen, die rasch verfügbar sind und auf unterhaltsame Weise die Zeit vertreiben. Die Entscheidung, neue Serienromane und Reihen für das digitale Zeitalter zu konzipieren, war daher folgerichtig.

Eine Grundvoraussetzung für diese Art des Erzählens ist, dass Autoren bereit sind, dem Verlag gegen ein angemessenes Honorar einen umfassenden Rechtekatalog zu übertragen, damit der Verlag innovativ und unkompliziert eine breite Verwertungskette bedienen kann: Vom „einfachen“ Epub über multimediale App, Hörbuch und „read+listen“-Version – einer selbst entwickelten Kombination von Hörbuch und Text – bis hin zur physischen Buchausgabe. Diese Mischkalkulation ermöglicht eine nachhaltige Refinanzierung der Projekte; im besten Fall wird die Produktpalette auch in andere Medienbereiche adaptiert, und es kommt, wie beim Projekt „Coffeeshop“ geplant, zu einer Realisierung als Film oder TV-Serie. Damit ist die Fähigkeit der Autoren, den Inhalt von Beginn an für viele Verwertungsformen zu denken, eine weitere Voraussetzung.

Spaß an der inhaltlichen Arbeit und die Notwendigkeit eines tragfähigen Erlösmodells gehen Hand in Hand, denn nur so kann gewährleistet werden, dass man weitere Investitionen in neue Projekte tätigen kann. Zunächst muss inhaltlich alles stimmen, dann muss das Produkt als solches einwandfrei und intuitiv funktionieren, es muss frei von technischen Fehlern sein, und darüber hinaus sollte es einen angemessenen Preis haben. Auch hier darf man nicht vergessen, dass nicht der Verlag bestimmt, was angemessen ist; man muss sich vielmehr am Markt orientieren, das heißt, schon bei der allerersten Kalkulation überlegen, was der potenzielle Kunde als preiswürdig erachtet.



„Digitale Medien bieten vielfältige Möglichkeiten, den direkten Kontakt zum Leser herzustellen und es ist eine wesentliche Aufgabe eines Verlages, hinzuhören und herauszufinden, welches Produkt dem Kunden, der sich für die neuen Möglichkeiten des Lesens interessiert, einen zusätzlichen Nutzen bringt.“

Daraus ergeben sich unterschiedliche Preise für unterschiedliche Produktsegmente. Unsere Preise für E-Books liegen ca. 20% unter dem Preis des Referenzprodukts (Buch), die Folgen unserer Serien ab EUR 0,99 zu kaufen. Im App-Bereich begibt man sich auf preissensibles Terrain und kann kaum ein Produkt über EUR 2,69 platzieren – es sei denn, man bietet noch In-App-Käufe an. Da die Investitionen für Apps auf der anderen Seite aber sehr hoch sind, ist es unerlässlich, Themen zu finden, die einen Verkauf in großen Stückzahlen ermöglichen. In der Kategorie „Bücher“ sind zum Beispiel gerade Kinder-Apps sehr erfolgreich.

Auch wenn Bastei Entertainment bei der Konzeption digitaler Produkte bisher viele neue Wege gegangen ist, sind wir der klassischen linearen Erzählweise doch in weiten Teilen treu geblieben. Widmet man sich als Verlag jedoch den neuen Aspekten des Erzählens (trans- und crossmedial oder interaktiv), begibt man sich auf unbekanntes Terrain. Beim Projekt „Das Supertalentier“, das wir gemeinsam mit unseren Kollegen aus dem Boje-Verlag ins Leben gerufen haben und dessen Konzeption auf verschiedene Verwertungsformen angelegt ist, mussten wir zum Beispiel lernen, dass es für unser Bastei-Entertainment-Produkt, eine App, gar nicht entscheidend ist, eine Geschichte zu erzählen.

Als Verlag, dessen ureigener Kern im „Storytelling“ besteht, sollte man bei neuen Medienformen auch in der Lage sein, einen Schritt zurückzutreten und sich zu fragen: Was macht ein Produkt in diesem Segment eigentlich erfolgreich? Dabei merkt man schnell, dass die eigentliche Konkurrenz nicht unbedingt aus anderen Verlagen kommt, sondern beispielsweise aus dem Gaming- und Animations-Bereich. Das bedeutet auch, dass man sich auch mit der entsprechenden Technik auseinandersetzen muss, denn gute Programmierarbeit ist die Basis für erfolgreiche Apps. Somit treffen Autoren hier nicht nur auf Verlagsmitarbeiter, sondern auch auf Designer, Entwickler und Menschen, die sich um die Vermarktung der digitalen Produkte kümmern; zusätzlich sitzen bei den Workshops noch Kollegen aus anderen Bereichen (Film und Game) mit am Tisch, und all das sorgt für viel Kreativität, die aber auch wiederum in Bahnen gelenkt werden will – eine Herausforderung für das Projektmanagement. Aber keine Angst, auch wenn es in manchen Bereichen nicht mehr darum geht, Geschichten zu erzählen, so geht es immer noch darum zu unterhalten, und das können Belletristik-Verlage seit jeher. Entertainment ist und bleibt wichtig – oder, wie unser Verleger sagt: „Wir wollen unterhalten!“

„Da die Investitionen für Apps sehr hoch sind, ist es unerlässlich, Themen zu finden, die einen Verkauf in großen Stückzahlen ermöglichen. In der Kategorie ‚Bücher‘ sind zum Beispiel gerade Kinder-Apps sehr erfolgreich.“

Der E-Book-Markt in fünf Jahren: ein Ausblick

Eine stabilere Infrastruktur, Konsolidierung und Internationalisierung, neue Marktakteure, weiterentwickelte Leihmodelle und schließlich eine ständig wachsende Auswahl an E-Books – all dies wird den Markt in den kommenden Jahren beschäftigen und für weiteres Wachstum sorgen.

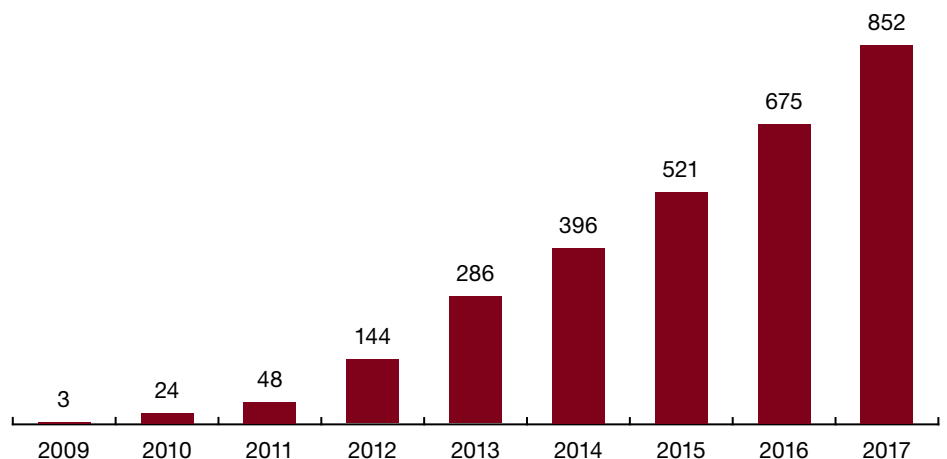
Durch die rasante Verbreitung von Tablets und elektronischen Lesegeräten nimmt der E-Book-Markt in Deutschland an Fahrt auf. Für Verlage ist die Teilnahme am E-Book-Geschäft nicht mehr die Kür, sondern eine Pflichtübung. Mittlerweile sind rund 80% der großen Verlage mit Neuerscheinungen und einem Teil der Backlist auf den relevanten Plattformen vertreten und auch bestrebt, vom wachsenden Interesse der Konsumenten an elektronischen Büchern zu profitieren. Dieses Interesse wird durch die allgemeine Digitalisierung, die gestiegene Affinität der Konsumenten zu digitalen Medien und ihre zunehmende Erfahrung damit

befeuert. Wir erwarten, dass der Umsatz mit E-Books im Bereich Belletristik, inklusive Kinder- und Jugendliteratur, bis 2017 850 Millionen Euro übersteigen wird, was einem durchschnittlichen jährlichen Anstieg von 43% entspricht.

Der Anteil der Umsatzerlöse aus elektronischen Büchern wird im Bereich Belletristik von 3% im Jahr 2012 auf 16% im Jahr 2017 steigen. Im Segment Fach- und Sachbücher, wo die Vorteile von E-Books wie schnelle Verfügbarkeit, Flexibilität und zusätzliche Funktionen besonders geschätzt werden, halten wir 2017 sogar einen Umsatzanteil von mehr als 20% für realistisch.

Abb. 5 Umsätze mit E-Books im Bereich Belletristik, inklusive Kinder- und Jugendbuch, in Deutschland

in Mio. €



21 %

der Umsätze im Bereich Sach- und Fachbuch entfallen 2017 auf E-Books

16 %

der Umsätze im Bereich Belletristik entfallen 2017 auf E-Books

Etablierung einer festen E-Book-Infrastruktur

In den kommenden Jahren wird sich im Umfeld der E-Books eine Infrastruktur aus Lesegeräten, Content-Anbietern und Plattformbetreibern bilden, die insgesamt konstanter und weniger Brüchen unterworfen ist als die heutige. Dafür werden sowohl Konsolidierungsbestrebungen und Kooperationen zwischen den Marktteilnehmern, aber auch eine Vereinheitlichung und Flexibilisierung der Formate sorgen. Das weiterentwickelte EPUB3-Format hat gute Aussichten, sich als E-Book-Standard durchzusetzen. In Zeiten zunehmender Mobilität bekommt die Verfügbarkeit und Zugänglichkeit des digitalen Angebots auf mobilen Geräten eine zentrale Bedeutung. Durch Kooperationen mit Mobilfunkbetreibern ist der Zugang auf die in der Cloud gespeicherten E-Books, überall und zu jeder Zeit möglich. Der Ausbau mobiler Datennetze und das allgemein wachsende Vertrauen in Cloud-Dienste schaffen zudem die Voraussetzungen für E-Book-Leihmodelle.

Neue Akteure in einem sich wandelnden Markt

Die Produktion und Distribution von E-Books verändert den Buchmarkt und bringt neue Herausforderungen und veränderte Bedingungen mit sich. Wir erwarten, dass die großen Player durch die Bündelung von Dienstleistungen und die steigende Relevanz ihres Angebots große Marktanteile an sich ziehen werden. Die weitere Internationalisierung des Marktes wird durch die quasi weggefallenen Liefer- und Grenzkosten gefördert und erhöht den Konkurrenzdruck auf die Inhalteanbieter. Bisher branchenfremde Unternehmen erkennen den Bedarf an neuen Marktstrukturen und treten beispielsweise als Dienstleister für die Verlage auf. Außerdem wird die Bedeutung von Selfpublishing, insbesondere durch Plattformen wie Amazons Kindle Direct Publishing, zunehmen.

Dies zwingt etablierte Verlage dazu, das Angebot ihrer Autorenbetreuung zu erweitern, um potenzielle Selbstverleger vom Zusatznutzen ihrer Dienste zu überzeugen.

Mögliche Mehrwertsteuersenkung und neue Geschäftsmodelle versprechend zusätzliches Wachstum

Bücher, egal ob analog oder digital, unterliegen in Deutschland einer Preisbindung, die beim Verkauf wenig preislichen Gestaltungsspielraum zulässt. Mit Blick auf die Besteuerung unterscheidet der Gesetzgeber jedoch zwischen gedruckten und elektronischen Büchern: Während für Printbücher der ermäßigte Mehrwertsteuersatz von 7% gilt, kommt bei E-Books der volle Mehrwertsteuersatz von 19% zur Anwendung. Eine Gesetzesänderung mit dem Ziel, gedruckte und elektronische Bücher steuerlich gleich zu behandeln, wird seit einiger Zeit in europäischen Gremien diskutiert, eine Entscheidung steht bislang aus. Die Senkung der Mehrwertsteuer auf E-Books würde den E-Book-Markt ohne Zweifel zusätzlich antreiben und die Margen der Verlage erhöhen.

Der Einzelverkauf stellt aktuell und auf absehbare Zeit das vorherrschende Vertriebsmodell für elektronische Bücher dar. Dabei werden E-Books von der überwiegenden Mehrheit der Verlage trotz einer höheren Mehrwertsteuer günstiger angeboten als gedruckte Bücher, viele Verlage bieten Preisabschläge von 20% und mehr an. Der Trend geht klar in Richtung weiter sinkender E-Book-Preise. Die meisten 2013 vom Börsenverein befragten Verlage erwarten für die nächsten Jahre eine größere Preisdifferenz zwischen gedruckten und elektronischen Büchern.

Auch unter diesen Vorzeichen nehmen wir an, dass die Bedeutung alternativer Geschäftsmodelle, wie sie sich bei anderen digitalen Medien bereits etabliert haben, steigen wird. So können im Rahmen von Freemium-Modellen Einstiegskapitel der E-Books oder gar ganze Bücher als Leseprobe gratis angeboten werden oder auch flexible Bezahlmodelle bei Fortsetzungsgeschichten zum Einsatz kommen. Die Tatsache, dass E-Books mit ihrem eher geringen Datenvolumen einfach und schnell auf Lesegeräte übertragen werden können, qualifiziert sie ebenfalls gut für Leih-Modelle. Die E-Book-Datei kann zum Beispiel wie bei bei libreka! gegen eine einmalige direkte Bezahlung angeboten und lokal auf dem Lesegerät abgespeichert werden. Daneben existieren Modelle wie das Onleihe-System von divibib, bei denen der Nutzer lediglich einen Betrag für den Bibliotheksausweis entrichten muss und die Buchleihe selbst staatlich gefördert ist. Andere Anbieter setzen darauf, E-Books nicht mehr als lokal speicherbare Dateien, sondern bei Bedarf über die Internetverbindung bereitzustellen. Für dieses absolute Gegenmodell zum physischen Buchbesitz bezahlt der Nutzer einen monatlichen Betrag und kann in der Regel im Rahmen eines Flatrate-Zugangs so viele der zur Verfügung stehenden E-Books übers Internet lesen, wie er möchte. Die Bezahlung der eigentlichen Inhalte-Anbieter erfolgt dabei nach der Anzahl der Inhaltsabrufe.

Gewinnen solche Modelle an Popularität, gehen wir davon aus, dass es nur einigen wenigen großen Anbietern gelingen wird, sich am Markt durchsetzen. In diesem Fall werden viele Marktteilnehmer – insbesondere kleine und mittelgroße Verlage – bei den Preisverhandlungen eine schwierigere Position haben und auch grundsätzlich gezwungen sein, ihre Preispolitik zu überdenken.

Der Verlag als Promoter von Inhalten

Durch den Einsatz von Farbe, gesetzter Typografie, Multimedialität und HTML haben sich die Möglichkeiten für E-Books enorm vergrößert; in Zukunft werden Enhanced E-Books zunehmend ins Angebot der Download-Plattformen drängen. Die Investition in multimediale E-Books muss jedoch immer mit Blick auf den konkreten Mehrwert für die Konsumenten erfolgen. So bieten zusätzliche Extras bei Sachbüchern, Kochbüchern und Reiseliteratur in der Regel einen höheren Nutzen und begründen eine potenziell höhere Zahlungsbereitschaft als beispielsweise bei Romanen und klassischer Literatur.

Durch die Integration der Bücher in Onlineökosysteme wird zudem die Verknüpfung mit anderen digitalen Medien vereinfacht. Der Verlag übernimmt dabei die Rolle des Inhalte-Promoters und vermarktet Buchinhalte auch in anderen medialen Formaten selbst oder in Kooperation. Durch die Anbindung an Onlinespiele oder -Videos und die Kombination mit Social Media oder Fan-Communities lassen sich Geschichten differenziert aufbereitet auf verschiedenen Kanälen erzählen.

Fazit

Noch ist es nicht an der Zeit, das gedruckte Buch in der gleichen Rolle wie Vinylschallplatten – als Sammelobjekt für Liebhaber – zu sehen. Auch in den nächsten fünf Jahren wird die überwiegende Mehrheit der verkauften Bücher gedruckt und gebunden sein. E-Books werden sich aber fest im Medienmix der Konsumenten in Deutschland etablieren.

Nutzer, die bereits Erfahrung mit E-Books haben, schätzen deren Vorteile hoch ein. Bis 2017 erwarten wir, dass der Umsatz mit E-Books in Deutschland auf 852 Millionen Euro steigen wird. Dies entspricht einem Anteil an den Gesamtumsätzen mit Belletristik von mehr als 16%. Dank der zunehmenden Verfügbarkeit elektronischer Lesegeräte und einer wachsenden Akzeptanz für digitale Medien allgemein könnten die E-Books langfristig ihre gedruckten Pendanten bei der Alltagslektüre, zum Beispiel von Pendlern und Taschenbuchlesern, größtenteils ersetzen.

Um an diesem Wachstum zu partizipieren, müssen nationale Marktteilnehmer im Wettbewerb mit globalen Akteuren insbesondere auf der Vertriebsseite ihre Kräfte bündeln. Für Verlage gilt es daneben, ihre inhaltlichen Kompetenzen noch stärker in den Fokus zu rücken und für gute Geschichten nicht nur unterschiedliche Buchformen, sondern auch andere Medienformate in Erwägung zu ziehen.

Quellenverzeichnis

PwC (2013)

Global Entertainment and Media Outlook: 2013–2017

PwC (2012a)

German Entertainment and Media Outlook: 2012–2016

PwC (2012b)

Tablets im Fokus – wie die Nutzung von Tablet-PCs den Markt für E-Publishing verändert

Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2013a)

Buch und Buchhandel in Zahlen 2013

Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2013b)

Das E-Book in Deutschland 2013

Ihre Ansprechpartner

Werner Ballhaus

Tel.: +49 211 981-5848
werner.ballhaus@de.pwc.com

Dr. Anastasia Hermann

Tel.: +49 211 981-1638
anastasia.hermann@de.pwc.com

Über uns

Unsere Mandanten stehen tagtäglich vor vielfältigen Aufgaben, möchten neue Ideen umsetzen und suchen Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen mit größtmöglichem Nutzen entwickeln. Deshalb setzen wir für jeden Mandanten, ob Global Player, Familienunternehmen oder kommunaler Träger, unser gesamtes Potenzial ein: Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und die Ressourcen unseres Expertennetzwerks in 158 Ländern. Besonders wichtig ist uns die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mandanten, denn je besser wir sie kennen und verstehen, umso gezielter können wir sie unterstützen.

PwC. 9.300 engagierte Menschen an 28 Standorten. 1,49 Mrd. Euro Gesamtleistung. Führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.

**Fortsetzung folgt.
Die Reihe „Media Trend Outlook“
hält weitere Themen für Sie bereit.**

