

Anzahl verkaufter eReader: Best Case

Anzahl verkaufter eReader: Prognose

» eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland «



Mit der dritten Generation der eReader entsteht aktuell ein neues Segment medialer Ausgabegeräte, die Buchverlage vor neue Herausforderungen stellen

Vorwort

- Die ersten elektronischen Lesegeräte kamen bereits 1990 auf den Markt, wurden jedoch nach einigen Jahren aufgrund unzureichender Technologie und beschränktem Inhalteangebot wieder vom Markt genommen
- Auch die zweite Generation der eReader, die 1998 auf dem Markt erschien und technologisch weiterentwickelt war als ihre Vorgänger, hat keinen spürbaren Effekt im Markt ausgelöst
- Mit der Einführung des elektronischen Lesegeräts „Kindle“ von Amazon im November 2007 und der von Google eingeführten Volltextsuche „Search inside the Book“ im Jahr 2006 wurde die Diskussion um das Thema Digitalisierung und eBooks neu entfacht
- Die dritte Generation der eReader – angeführt vom Amazon-Kindle, Sony PRS 505 und den Geräten von iRex Technologies – verfügt über die neue Electronic-Ink-Technologie und trifft aktuell in den USA auf nennenswerte Nachfrage
- Zu Beginn des Jahres 2009 erhält die Diskussion neuen Auftrieb, da Sony die Einführung des PRS 505 angekündigt, Amazon eine neue Version des Kindle vorgestellt und Google Zugang zu eBooks auch über mobile Geräte eingeführt hat
- Aufgrund geänderter Rahmenbedingungen z.B. im Mediennutzungsverhalten ist absehbar, dass die dritte Generation der Reader auch in Deutschland auf eine gewisse Nachfrage treffen und somit insbesondere den Buchmarkt beeinflussen wird
- Für Buchverlage stellen sich daher zwei Kernfragen: Wie sollen sie auf die neue Technologie reagieren? *Was* ist zu tun und vor allem *wann* ist es zu tun?

1 ▶ **Aktuelle Marktsituation für eBooks und eReader**

2 ▶ **Prognose der Marktentwicklung für eReader**

3 ▶ **Effekte auf den eBook-Markt**

4 ▶ **Fazit und Ausblick**

1.1 Abgrenzung der Begriffe „eBook“ und „eReader“

eBooks sind digitale Inhalte in Buchform, eReader sind Ausgabegeräte für digitale Inhalte, unter anderem eBooks

Abgrenzung der Begriffe „eBook“ und „eReader“

„eBook“

= Bücher bzw. Buchelemente in digitaler Form zur Darstellung auf elektronischen Ausgabegeräten, u.a. eReader



Gesamtes Buch



Einzelne Elemente:

- Checklisten
- Grafiken
- Bilder etc.

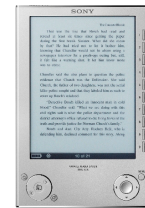


Einzelne Kapitel

- Auch lesbar auf PC und Notebook, Handys / Smart Phones
- Verfügbar in proprietären und freien Formaten, u.a.:
 - PDF-Format (Adobe)
 - LIT-Format (Microsoft)
 - MBP-Format (Mobipocket / Palm)
 - Open E-Book Format (OEB)
 - EPUB-Format

„eReader“

= tragbares elektronisches Lesegerät zur Speicherung und Darstellung digitaler Inhalte, u.a. eBooks



Sony PRS 505



iRex DR1000

amazon Kindle 2



- Aktuelle eReader nutzen E-Ink-Technologie = bessere Lesbarkeit und energiesparend
- Die Geräte verfügen über Funktionen wie Volltextsuche, Schriftgrößenanpassung, Markierungs- und Notizmöglichkeiten; auch die Wiedergabe von Audiodateien ist möglich
- Die Übertragung von eBooks auf eReader erfolgt per USB oder Wireless

1.2 eBooks: Das aktuelle Geschehen

In Deutschland existiert bereits seit einigen Jahren ein Markt für eBooks, dieser befindet sich jedoch noch am Anfang seiner Entwicklung

Der eBook-Markt

- Einige Verlage bieten bereits seit mehreren Jahren eBooks für den Fachinformations- und den Publikumsmarkt an
 - Zunehmend entstehen im deutschen Markt auch eBook-Onlineshops, die über ein umfangreiches Portfolio verfügen
 - Auch Google etabliert sich mit Book Search als Zugangsweg zu eBooks – mittlerweile auch für mobile Lesegeräte
 - Ein Blick in den US-amerikanischen Markt zeigt ein konstantes Wachstum der eBook-Umsätze
 - Bislang haben lediglich 2,5% der Deutschen schon einmal ein eBook gekauft, wobei Männer Fach- und Sachbücher bevorzugen und Frauen Romane
 - Eine internationale Untersuchung zeigt: in wissenschaftlichen Institutionen nutzen bereits 73% der Befragten eBooks – vorwiegend zu Recherchezwecken
- ⇒ Mit der geplanten Einführung der neuen Generation mobiler eReader wird eine **wachsende Nachfrage** und damit eine **weitere Expansion des eBook-Markts** in Deutschland erwartet. Die **Kernfrage** ist: **Wie groß wird der Effekt sein?**

Einige Verlage bieten bereits seit mehreren Jahren eBooks für den Fachinformations- und den Publikumsmarkt an

Verlage als eBook-Anbieter (Auswahl)

Verlage	Markt / Zielgruppe	Anzahl eBooks	Genre	Format	Ø-Preis im vgl. zu Print
Campus Verlag	Publikumsmarkt: btc und btb	Ca. 900 ¹	Sachbücher, Ratgeber, Wissenschaft, Business	PDF, HTML	15% günstiger
Droemer Knaur Verlagsgruppe	Publikumsmarkt: btc	Ca. 100	Belletristik, Sachbuch, Ratgeber, Nachschlagewerke	PDF	k.A.
Georg Thieme Verlag	Fachinformationsmarkt: btb	Ca. 100	Medizin, insbes. Lehrbücher	PDF	k.A.
Springer Verlag: SpringerLink	Fachinformationsmarkt: btb	30.000 davon 5.400 deutsche	Wissenschaft, Technik, Medizin, Architektur etc.	PDF, HTML	k.A.
Wiley-VCH Verlag: InterScience	Fachinformationsmarkt: btb	5.700 davon 170 deutsche	Wissenschaft, Technik, Medizin	PDF	gleich

Zunehmend entstehen im deutschen Markt auch eBook-Onlineshops, die über ein umfangreiches Portfolio verfügen

Onlineshops als eBook-Anbieter (Auswahl)

eBook-Handelsportale	Markt / Zielgruppe	Anzahl eBooks	Genre	Format	Ø-Preis im vgl. zu Print
beam	Publikumsmarkt: btc	Ca. 2.500 ¹	Belletristik, Sachbücher, Ratgeber	PDF, Mobipocket	k.A.
bol.de	Fach- & Publikumsmarkt: btc	Ca. 1.900 ¹	Fach- und Sachbücher, Belletristik, Ratgeber	PDF mit DRM	20% günstiger
ciando	Fach- & Publikumsmarkt: btc und btb	Ca. 19.000 ¹	Fach-, Sach-, Lehrbücher, Ratgeber und Belletristik	PDF mit DRM, eReader (Palm)	15-20% günstiger
libreka!	Angebot eBooks für März 2009 angekündigt	-			
Libri.de	Fach- & Publikumsmarkt: btc	100.000 davon 1.500 deutsche	Sachbücher, Ratgeber, Belletristik, Nachschlagewerke	Mobipocket	k.A.
Mobipocket²	Fach- & Publikumsmarkt: btc	120.000 davon 1.850 deutsche	Fachbücher und Belletristik	Mobipocket	30-50% günstiger
pdassi	Publikumsmarkt: btc	Ca. 500 ¹	Belletristik, Sachbücher	eReader (Palm)	k.A.

¹ eigene Zählung (Stand: 22.01.2009)

² Tochterfirma von amazon

Auch Google etabliert sich mit Book Search als Zugangsweg zu eBooks – mittlerweile auch für mobile Lesegeräte

Google als eBook-Anbieter

1 Urheberrechtlich geschützte und im Druck befindliche Bücher

Im Druck befindliche Bücher sind Bücher, die noch aktiv von den Verlagen verkauft werden. Autoren und Verlage können „Vorschau“- und „Kauf“-Modelle aktivieren und diese Bücher über Google zugänglich machen.

2 Urheberrechtlich geschützte, aber vergriffene Bücher

Jedes vergriffene Buch, das von Google digitalisiert wird, ist online für die Vorschau oder den Kauf verfügbar, es sei denn, der Autor oder der Verlag hat diesen Titel „deaktiviert“.

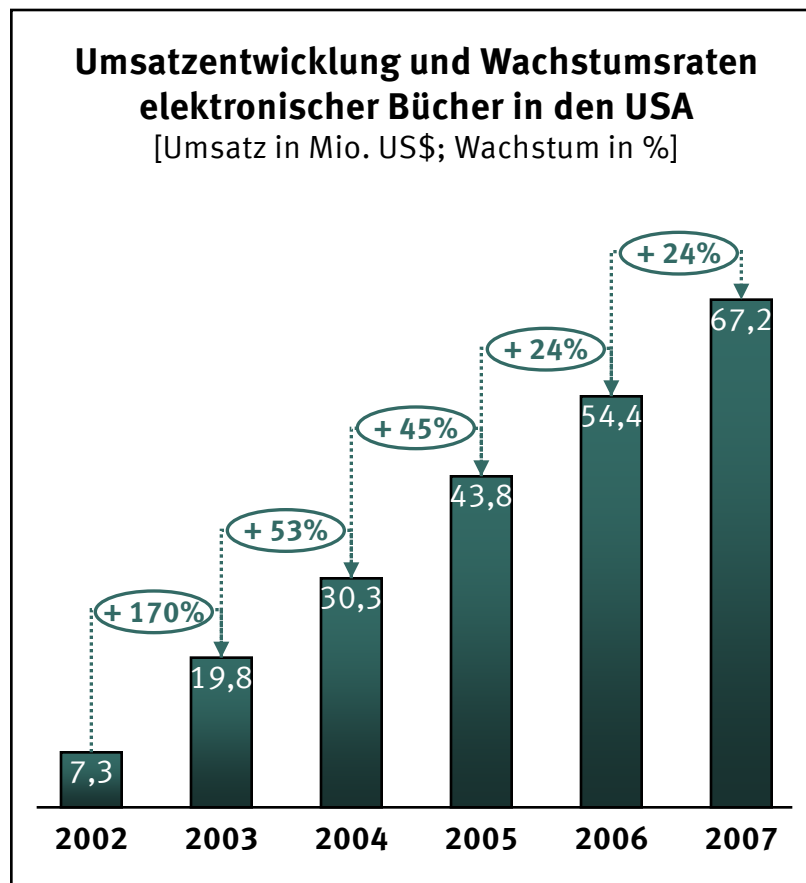
3 Nicht urheberrechtlich geschützte Bücher

Google Buchsuche-Nutzer können diese Titel vollständig lesen, herunterladen und ausdrucken, und zwar für den PC sowie für das iPhone und Handys mit dem Android Betriebssystem von Google. Dies sind für Deutschland ca. 500.000 Titel, in den USA rund 1,5 Mio. Titel.



Ein Blick in den US-amerikanischen Markt zeigt ein konstantes Wachstum der eBook-Umsätze

Exkurs: Marktentwicklung eBooks in den USA



- Auf dem US-amerikanischen Markt wurden im **Jahr 2007** nach Angaben der Association of American Publishers (AAP) ca. **67,2 Mio. US\$** Umsatz mit dem Verkauf von eBooks erwirtschaftet
- Damit werden **0,27% des Gesamtumsatzes des US-amerikanischen Buchhandels** (25 Mrd. US\$) über eBooks erzielt
- Im Jahr 2002 betrug dieser Anteil lediglich 0,03% des Gesamtumsatzes
- Damit wird deutlich, dass die Akzeptanz von und Nachfrage nach elektronischen Büchern stetig wächst

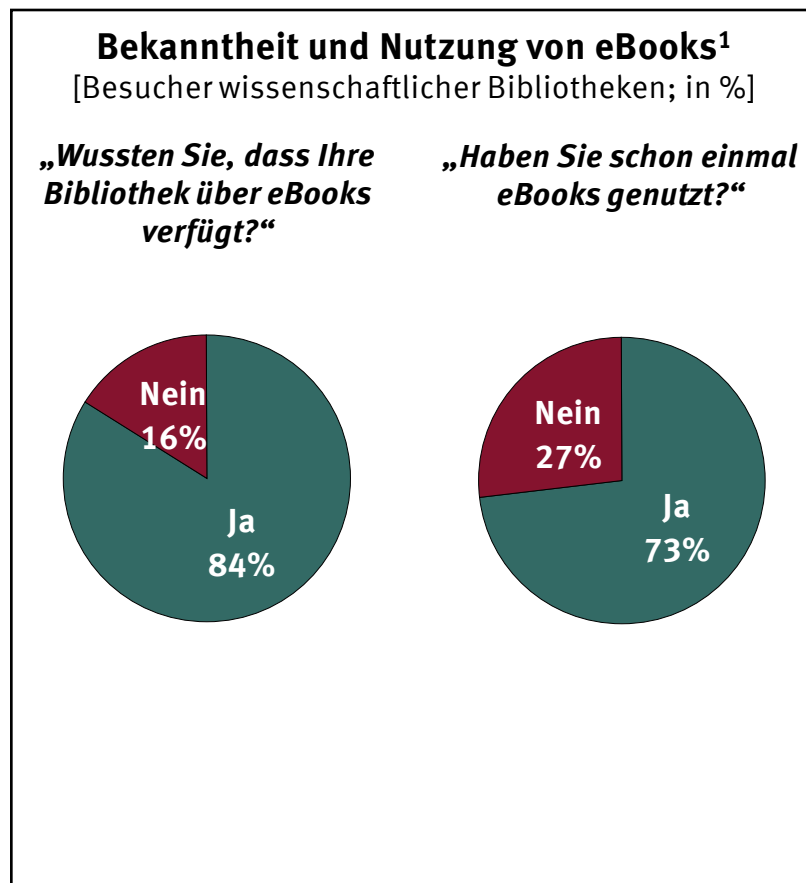
Bislang haben lediglich 2,5% der Deutschen schon einmal ein eBook gekauft, wobei Männer Fach- und Sachbücher bevorzugen und Frauen Romane

Bekanntheit und Kauf von eBooks in Deutschland



Eine internationale Untersuchung zeigt: in wissenschaftlichen Institutionen nutzen bereits 73% der Befragten eBooks – vorwiegend zu Recherchezwecken

Bekanntheit und Nutzung von eBooks in wissenschaftlichen Institutionen



1.3 eReader: Das aktuelle Geschehen

Der Markt für eReader nimmt in Deutschland im Jahr 2009 einen neuen Anlauf

Aktuelle Entwicklungen eReader

- eReader haben ihre Stärke in der Flexibilität und der Mobilität der Nutzung
- Insgesamt wurden von Kirchner + Robrecht 19 eReader unterschiedlicher Anbieter identifiziert und in einer Marktübersicht zusammengefasst
- Bereits erhältlich sind die folgenden Geräte:
 - Sony PRS 505 (ca. 299€, offiziell ab 11. März 2009)
 - iRex Digital Reader (ca. 699€)
 - iLiad (ca. 499€ bzw. 599€ ohne / mit W-Lan)
 - BeBook (ca. 229€)
 - Cybook (ca. 279€)
 - ECTACO JetBook (ca. 269€)
- Der überwiegende Teil der Anbieter greift auf die E-Ink-Technologie zurück, die Geräte unterscheiden sich hinsichtlich Ausstattung, Preis und Formaten
 - Alternativ wird auch Toshiba's Reflective LCD-Technologie eingesetzt
 - Kein Gerät arbeitet mit allen Formaten, einen echten Standard gibt es bisher nicht
 - Der Ausstattungstrend der neuen Modelle geht in Richtung Touchscreen, Wireless und Bluetooth; hierdurch wird die nächste Modellreihe auch deutlich teurer (im Schnitt um ca. 100 Euro)

eReader haben ihre Stärke in der Flexibilität und der Mobilität der Nutzung

Vor- und Nachteile eReader im Vergleich zum gedruckten Buch

eBooks & eReader

Vorteile

- + Klein, leicht und kompakt
- + Vielzahl von Büchern und Inhalten in einem Gerät
- + Suchfunktionen
- + Speicherfunktion (z.B. von Notizen)
- + Kostengünstiger Inhalt
- + Aktualisierbarkeit
- + Konfiguration (z.B. Schriftgröße)
- + Interaktivität und Personalisierbarkeit der Inhalte
- + Multimedialität und Möglichkeit der Einbindung von Specials und Features analog zu DVDs

Nachteile

- Bisher keine etablierten Standards
- In Abhängigkeit der eingesetzten Technik und verfügbarer Formate ggfs. hoher Aufwand des Inhaltebezugs
- Derzeit hoher Preis der Reader

Gedruckte Bücher

- + Gelerntes Medium
- + Einfachere Handhabung
- + Unabhängigkeit von Technik/Strom
- + Haptisches Erlebnis („Anfassbar, in das Regal stellbar und auf den Kaffeetisch legbar“)

- Aufwändige Herstellung und daher relativ teurer Inhalt
- Teilweise sehr schwer und groß

Insgesamt wurden von Kirchner + Robrecht 19 eReader unterschiedlicher Anbieter identifiziert und in einer Marktübersicht zusammengefasst

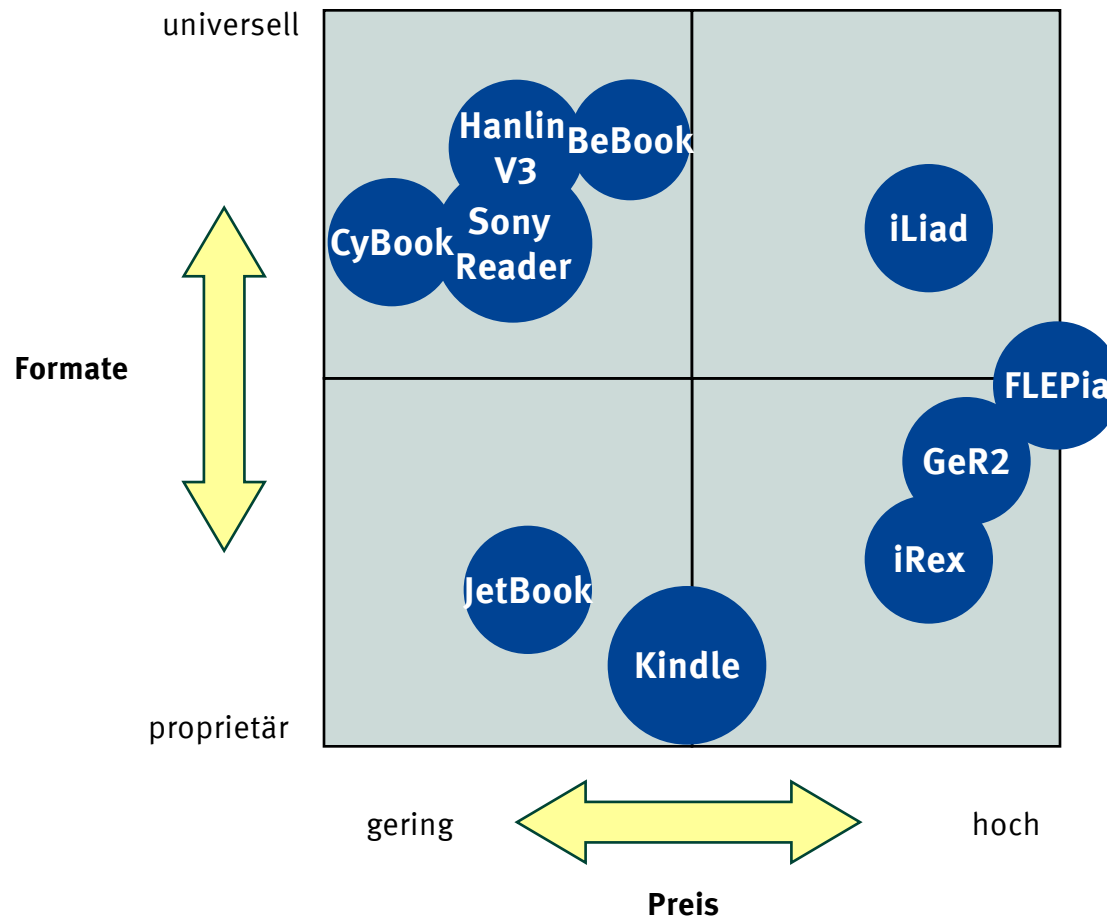
Marktübersicht¹

Amazon Kindle 2	Solides Gerät, das nur Amazon-eigene Formate liest und jüngst in einer neuen Version vorgestellt wurde.
Sony PRS 505	Mittelpreisiger Alleskönner, mit relativ geringem internen Speicherplatz (erweiterbar über SD-Card).
iRex Digital Reader	Teurer Reader mit größtem Display, fast DIN-A4-Format.
iLiad / HIXReader	Teures Gerät für relativ viele Formate mit guter technischer Ausstattung.
Hanlin eReader V3 / BeBook	Mittelpreisiger Alleskönner, der fast alle Formate lesen kann.
Cybook / StareBook / EB 600 / NUUT / HIXReader Ultra	Relativ günstiger Allrounder mit guter technischer Ausstattung.
ECTACO JetBook / Dr.Yi	Leichtes und kleines Gerät für wenige Formate und mit energiesparender reflective-LCD-Technologie.
Plastic Logic Reader	Flexibler robuster Reader mit großem Display.
Mentor	Günstige Allrounder, der viele Formate lesen wird.
Readius	Portables, ultraleichtes Lesegerät für viele Formate mit guter technischer Ausstattung.
FLEPiä	Einziges Gerät mit Farbdisplay, sehr teuer!
GeR2	Solides Gerät, von GANAXA nicht an Endverbraucher verkauft, sondern an Firmen, die es unter eigenem Namen verkaufen (z.B. von Zeitungen inkl. eAbonnement).

¹ Die vollständige Marktübersicht mit den technischen Details der jeweiligen eReader kann kostenlos unter www.kirchner-robrecht.de heruntergeladen werden.

Der überwiegende Teil der Anbieter greift auf die E-Ink-Technologie zurück, die Geräte unterscheiden sich hinsichtlich Ausstattung, Preis und Formaten

Preis-Format-Matrix



Baugleiche Modelle

- Hanlin V3 mit BeBook
- iLiad / HIXReader
- Cybook / StareBook / EB 600 / NUUT / HIXReader Ultra
- ECTACO JetBook / Dr.Yi

Bisher keine Preisangaben vorhanden

- Mentor
- RADIUS
- Plastic Logic Reader

1 ▶ Der aktuelle Markt für eBooks und eReader

2 ▶ Prognose der Marktentwicklung für eReader

3 ▶ Effekte auf den eBook-Markt

4 ▶ Fazit und Ausblick

Ziel der Studie: Erarbeitung einer realistischen Prognose des eReader-Markts in Deutschland und Ableitung möglicher Effekte für den eBook-Markt

Vorgehen zur Ermittlung der voraussichtlichen Marktentwicklung

- Die Kirchner + Robrecht-Studie „eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland“ entwickelt eine fundierte Prognose zur Entwicklung des entstehenden Markts für eReader
- Die Untersuchung bezieht sich auf das Segment der potenziellen buchlesenden eBook-Nutzer, also der Personen, für die das Lesen elektronischer Bücher - nicht elektronischer Tageszeitungen und Zeitschriften oder weiterer digitaler Inhalte - kaufentscheidend ist
- Die Erstellung der Prognose für den eReader-Markt in Deutschland erfolgt in drei Schritten:
 - 1** Schritt 1: Das Gesamt-Marktpotenzial wird auf Basis repräsentativer Untersuchungen über den Buchmarkt ermittelt
 - 2** Schritt 2: Mittels der Erkenntnisse der Diffusionstheorie wird das Gesamt-Potenzial auf die Zielgruppen Innovatoren, frühe Adoptoren, frühe Mehrheit, späte Mehrheit und Nachzügler heruntergebrochen
 - 3** Schritt 3: Mittels Bewertung verschiedener Diffusionskurven von Elektronikprodukten werden sowohl der Best Case der Marktdurchdringung für eReader, als auch eine als realistisch eingeschätzte Prognose, abgeleitet

2.1 Identifikation des Gesamt-Marktpotenzials für eReader

Schritt 1: Auf Basis der Lese- und Kaufintensität können acht Buchtypen definiert werden, die für den eReader-Markt unterschiedlich relevant sind [1]

1 Übersicht Vorgehen zur Ermittlung des Gesamt-Marktpotenzials für eReader

- Der Börsenverein des deutschen Buchhandels hat in Zusammenarbeit mit der GfK und Sinus die Studie „Buchkäufer und Leser: Profile, Motive, Wünsche“ erstellt
- Diese Studie enthält unter anderem **Aussagen zur Kaufhäufigkeit** von Büchern der Deutschen ab 10 Jahren
- Weiterhin enthält die Studie **Angaben zur Lesehäufigkeit** der Deutschen ab 10 Jahren
- Aus diesen Kriterien leitet die Studie **acht „Buchtypen“** ab
- Diese empirisch ermittelten Buchtypen bilden die **Basis für die Bestimmung des Gesamt-Marktpotenzials für eReader**
- Hierbei werden die folgenden **Annahmen** getroffen:
 - Personen mit starkem Interesse an Buch-Inhalten – also hoher Lesehäufigkeit – sind potenzielle eReader-Käufer
 - Personen mit hoher Ausgabebereitschaft für Bücher – also hoher Kaufintensität – sind potenzielle eReader-Käufer
 - Personen, die Bücher vor allem aus haptischen Gründen kaufen – also mehr Bücher kaufen als lesen – sind keine potenziellen eReader-Käufer
 - Personen, die starkes Interesse an Buch-Inhalten, aber keine Ausgabebereitschaft aufweisen, sind keine potenziellen eReader-Käufer

Auf Basis der Lese- und Kaufintensität können acht Buchtypen definiert werden, die für den eReader-Markt unterschiedlich relevant sind [2]

1 Übersicht Buchtypen

Buchtypen	Beschreibung	Bedeutung für eReader-Markt
Buchresistente	Personen, die nicht lesen und nicht kaufen	Weder Interesse an Buch-Inhalten noch Ausgabebereitschaft für Buch-Inhalte = keine potenziellen eReader-Käufer
Gelegenheitsleser	Personen, die lesen, aber nicht kaufen	Keine Ausgabebereitschaft für Buch-Inhalte = keine potenziellen eReader-Käufer
Buchkaufende Nichtleser	Personen, die nicht lesen, aber kaufen	Kein Interesse an Buch-Inhalten = keine potenziellen eReader-Käufer
Wenignutzer	Personen, die wenig lesen und kaufen	Geringe Ausgabebereitschaft und geringes Interesse an Buch-Inhalten = keine potenziellen eReader-Käufer
Regalsteller	Personen, die eher kaufen als lesen	Trotz hoher Ausgabebereitschaft keine potenziellen eReader-Käufer, Interesse an haptischem Erlebnis
Ausleihende Leseratten	Personen, die mehr lesen als sie kaufen	Potenzielle eReader-Käufer , da Ausgabebereitschaft für Bücher und starkes Interesse an Buch-Inhalten
Durchschnittsnutzer	Personen, die durchschnittlich lesen und kaufen	Potenzielle eReader-Käufer , kaufen mind. 8 Bücher und lesen mind. 9 Bücher p.a.
Kauffreudige Leseratten	Personen, die viel lesen und kaufen	Potenzielle eReader-Käufer , hohe Ausgabebereitschaft, starkes Interesse an Buch-Inhalten

„Durchschnittsnutzer“, „Ausleihende Leseratten“ und „Kauffreudige Leseratten“ bilden das Gesamt-Marktpotenzial für eReader in Höhe von rd. 19 Mio. ab

1 Buchtypen und Gesamt-Marktpotenzial eReader

Marktpotenzial eReader	Nichtleser (0 Bücher)	Wenigleser (bis 9 Bücher p.a.)	Durchschnitts- leser (9 – 18 Bücher p.a.)	Vielleser (> 18 Bücher p.a.)
Nichtkäufer (0 Bücher)	Buchresistente	Gelegenheitsleser		
Wenigkäufer (1 – 7 Bücher p.a.)	Buchkaufende Nichtleser (5%)	Wenignutzer (30%)	Ausleihende Leseratten (40%)	
Durchschnitts- käufer (8 - 14 Bücher p.a.)			Durchschnitts- nutzer (5%)	
Vielkäufer (min. 15 Bücher p.a.)		Regalsteller (12%)		Kauffreudige Leseratten (8%)

Nicht berücksichtigt werden in der Betrachtung Personen, die ausschließlich über ihre ausgeprägte Technikaffinität bzw. über andere als Buchinhalte an eReader herangeführt werden

- Angaben in Prozent = Anteile jeweiliger Buchtyp an allen privaten Buchkäufern (gerundet)
- Anzahl aller Deutschen, die 2007 privat mindestens ein Buch gekauft haben: 35,3 Mio.*
- Mithin ergibt sich ein Marktpotenzial für eReader in Höhe von **rd. 19 Mio. Käufern**

*Quelle: Der Buchmarkt in Deutschland 2007 (GfK Panel Services Deutschland)

2.2 Erkenntnisse der Diffusionstheorie: Ableitung der Größe der Zielgruppen für eReader

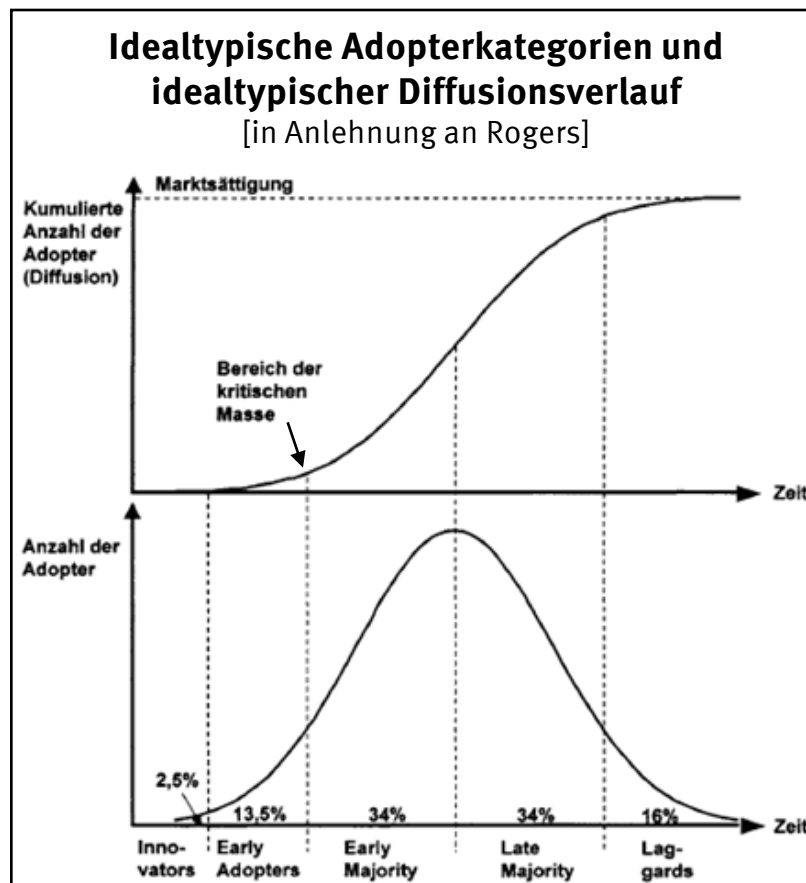
Schritt 2: Die Diffusionstheorie macht Aussagen zum Ablauf der Verbreitung einer Innovation im Markt

2 Diffusions- und Adoptionstheorie

- Die **Diffusionstheorie** macht Aussagen zur **Annahme und zeitlichen Verbreitung von Innovationen** in einem sozialen System bzw. in einem Markt
- Sie unterscheidet **5 Stufen des Adoptionsprozesses**, den der Konsument in einer jeweils individuellen Geschwindigkeit durchläuft: Wahrnehmung des neuen Produkts, Interesse am neuen Produkt, Bewertung des neuen Produkts, Test und Annahme bzw. Ablehnung
- Die Diffusionstheorie unterscheidet daher **5 Adopterkategorien**:
 - **Innovatoren**: risikobereit, ausreichende finanzielle Mittel, technisches Know-how
 - **Frühe Adoptoren**: hohes Ansehen im sozialen Umfeld, Meinungsführer
 - **Frühe Mehrheit**: bedächtige Übernahme der Innovation
 - **Späte Mehrheit**: skeptisch gegenüber neuen Ideen, Adoption ausgelöst durch sozialen Druck
 - **Nachzügler**: konservativ, Blick in die Vergangenheit

Aus der Aggregation individueller Adoptionsprozesse resultieren typische Diffusionskurven

2 Diffusionskurve



- Aus der **Kumulation der Adoptoren** ergibt sich die typische, anhand vieler Beispiele belegbare **Diffusionskurve**
- **Entscheidende Träger der Diffusion** sind die **Innovatoren** und **frühen Adoptoren**
- Hinsichtlich des eReader-Markts verteilen sich die Adoptionsgruppen auf Basis des idealtypischen Verlaufs und des zu Grunde gelegten Gesamt-Marktpotenzials wie folgt:
 - **Innovatoren:** ca. 0,5 Mio.
 - **Frühe Adoptoren:** ca. 2,5 Mio.
 - **Frühe Mehrheit:** ca. 6,4 Mio.
 - **Späte Mehrheit:** ca. 6,4 Mio.
 - **Nachzügler:** ca. 3 Mio.

2.3 Prognose der Marktentwicklung für eReader

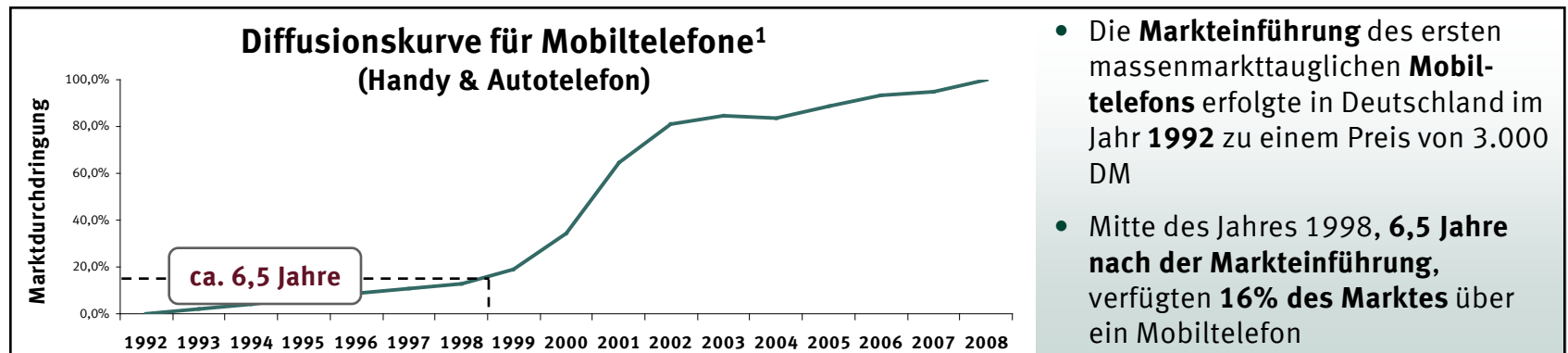
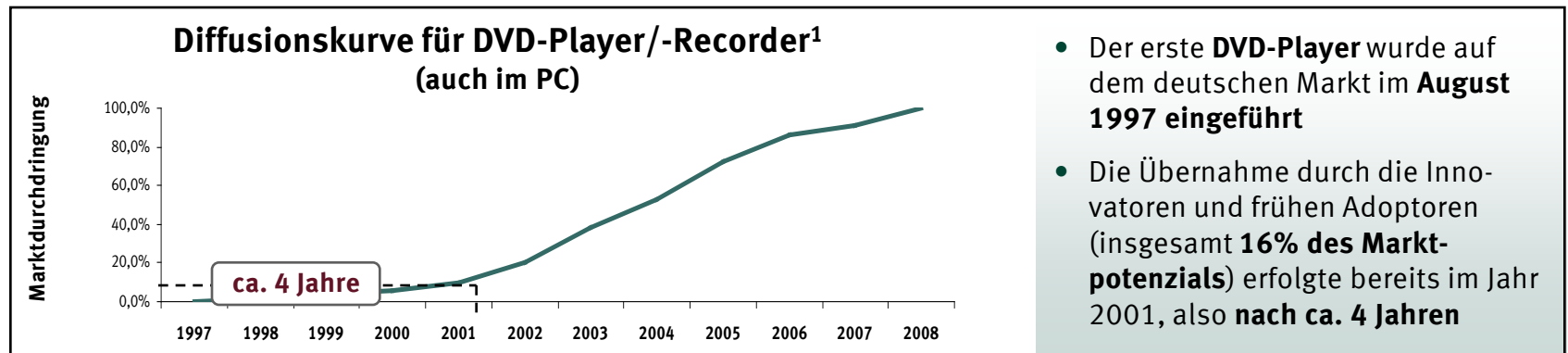
Schritt 3: Die Übertragung der Erfahrung aus anderen Märkten erlaubt die Abschätzung des wahrscheinlichen Diffusionsverlaufs

3 Ableitung einer Prognose für die Marktdurchdringung von eReadern in Deutschland

- Für folgende elektronische Produkte konnten auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes Diffusionskurven für Deutschland ermittelt werden: DVD-Player, MP3-Player, Mobiltelefone und Navigationsgeräte
- Auf Basis der vorliegenden Daten wurde jeweils abgeschätzt, in welchem Zeitraum diese Produkte die Zielgruppen der Innovatoren und der frühen Adoptoren durchdrungen haben
- Dieser Zeitraum schwankt zwischen rd. vier Jahren bei DVD-Playern bis zu rd. elf Jahren bei Navigationsgeräten
- Das in Schritt 1 auf Basis der Buchtypen identifizierte Gesamt-Marktpotenzial, die Bestimmung der Größe der Zielgruppen Innovatoren und frühe Adoptoren auf Basis der Diffusionstheorie und die Abschätzung der Dauer bis zur Durchdringung dieser Zielgruppen auf Basis von in der Vergangenheit beobachteten Diffusionsverläufen erlaubt nun eine Prognose für die Entwicklung des eReader-Markts der nächsten Jahre in Deutschland
- Hierbei wurde ein Best Case sowie eine aus Sicht von Kirchner + Robrecht realistische Prognose ermittelt

Von den betrachteten Produkten konnten sich DVD-Player am schnellsten im Markt etablieren – bereits nach 4 Jahren waren 16% des Markts abgedeckt

3 Empirische Diffusionskurven: DVD-Player und Mobiltelefone



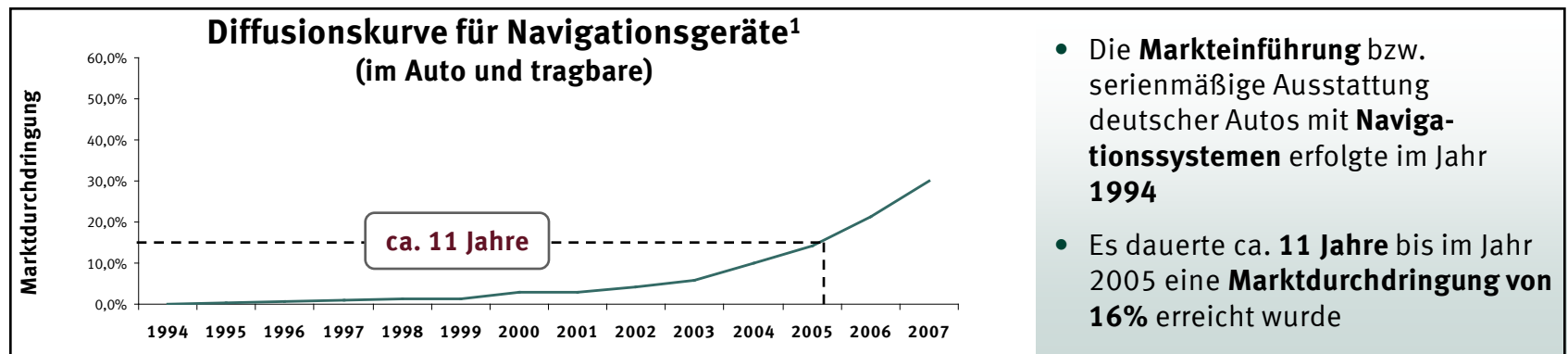
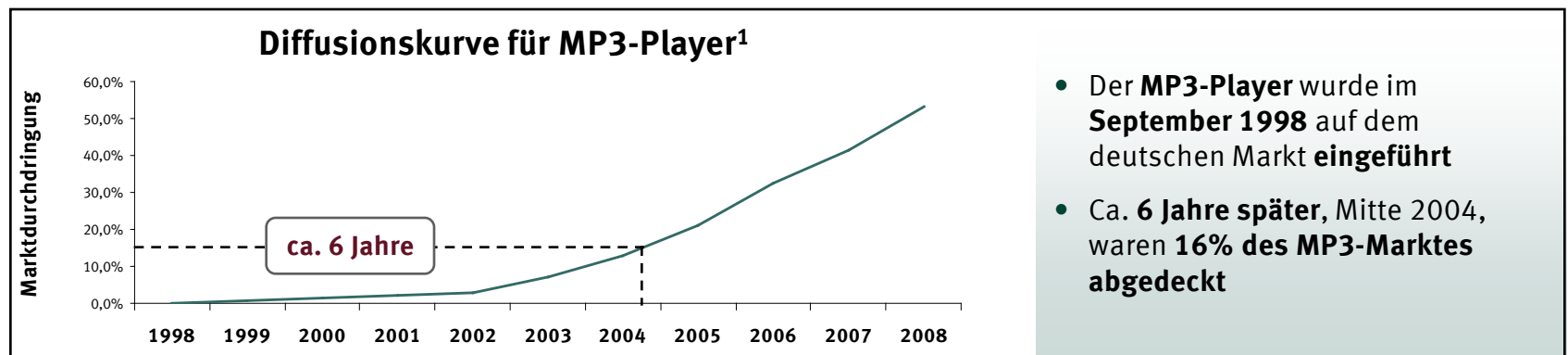
¹ **Annahmen:** Bei beiden Märkten kann von einer Marktsättigung ausgegangen werden, so dass die Anzahl der deutschen Haushalte, die mit dem entsprechendem Gerät ausgestattet sind, im Jahr 2008 gleichgesetzt werden kann mit einem Marktanteil von 100%. Bei fehlenden Daten im Zeitverlauf wurde eine lineare Fortschreibung unterstellt.

Quellen: destatis; ACTA 2000 und 2001; eigene Berechnungen

eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland

MP3-Player erreichten nach ca. sechs Jahren, Navigationsgeräte erst nach ca. elf Jahren eine Marktdurchdringung von 16%

3 Empirische Diffusionskurven: MP3-Player und Navigationsgeräte



¹ **Annahmen:** Beide Märkte befinden sich noch in der Wachstumsphase. Es wird davon ausgegangen, dass ähnlich wie bei den DVD-Playern eine Marktsättigung erreicht ist, wenn 70% der deutschen Haushalte mit dem entsprechenden Gerät ausgestattet sind. Auf dieser Basis wurden die jeweiligen Marktanteile berechnet. Bei fehlenden Daten im Zeitverlauf wurde eine lineare Fortschreibung unterstellt.

Quellen: destatis; ACTA 2000 und 2001; eigene Berechnungen

eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland

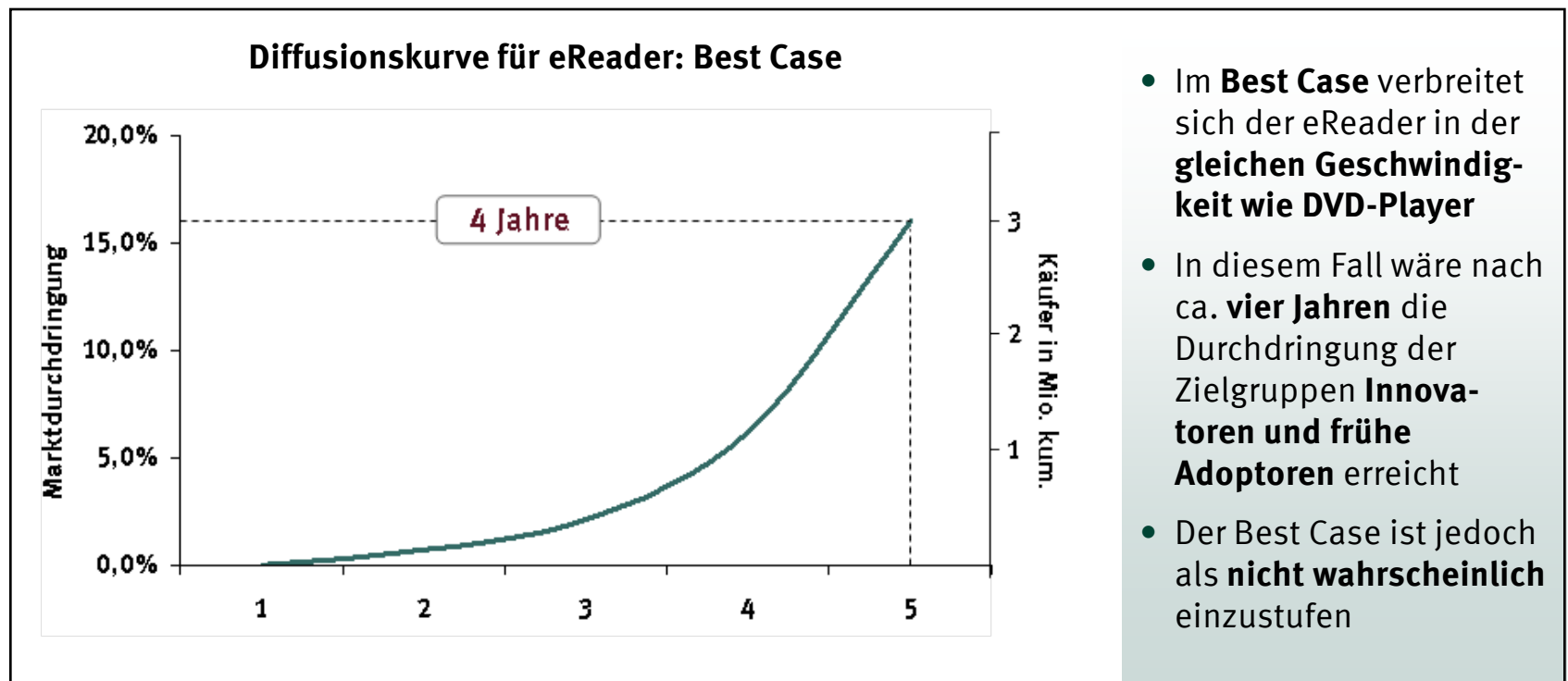
eReader erfüllen die Adoptionsfaktoren; offen ist, wie die Konsumenten die relativen Vorteile bewerten und welche Preisbereitschaft sie aufweisen

3 Produktbezogene Adoptionsfaktoren

Adoptionsfaktoren	Erläuterung	Bewertung eReader	
Relativer Vorteil	<ul style="list-style-type: none"> Wahrgenommener Grad der Vorteilhaftigkeit einer Innovation Determiniert durch Produkteigenschaften, Einsatzmöglichkeiten & Statusaspekte 	<ul style="list-style-type: none"> Relativer Vorteil gegenüber gedrucktem Buch: Größere Inhalte-Vielfalt, zusätzliche Features etc. 	
Kompatibilität	<ul style="list-style-type: none"> Wahrgenommener Grad der Übereinstimmung mit Werten, Erfahrungen und Bedürfnissen 	<ul style="list-style-type: none"> Kompatibilität in Bezug auf technisch interessierte Innovatoren gegeben, Fehlen der gewohnten Haptik wird durch Vorteile der Digitalisierung kompensiert Bei weiteren Zielgruppen schwer einschätzbar 	
Komplexität	<ul style="list-style-type: none"> Wahrgenommener Schwierigkeitsgrad Determiniert durch Lernaufwand für die Nutzung der Innovation 	<ul style="list-style-type: none"> Geringe Komplexität für Innovatoren und frühe Adoptoren: intuitive Bedienbarkeit, überschaubare Funktionen 	
Erprobbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> Wahrgenommener Grad der Risikoreduktion durch Erprobung der Innovation 	<ul style="list-style-type: none"> eReader weisen geringe Komplexität und einen leicht erschließbaren Funktionsumfang auf, daher einfache Erprobbarkeit 	
Kommunizierbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> Wahrgenommener Grad der Vermittelbarkeit der Innovationseigenschaften 	<ul style="list-style-type: none"> Entsprechend einfache Kommunizierbarkeit: Produktvorteile liegen auf der Hand 	

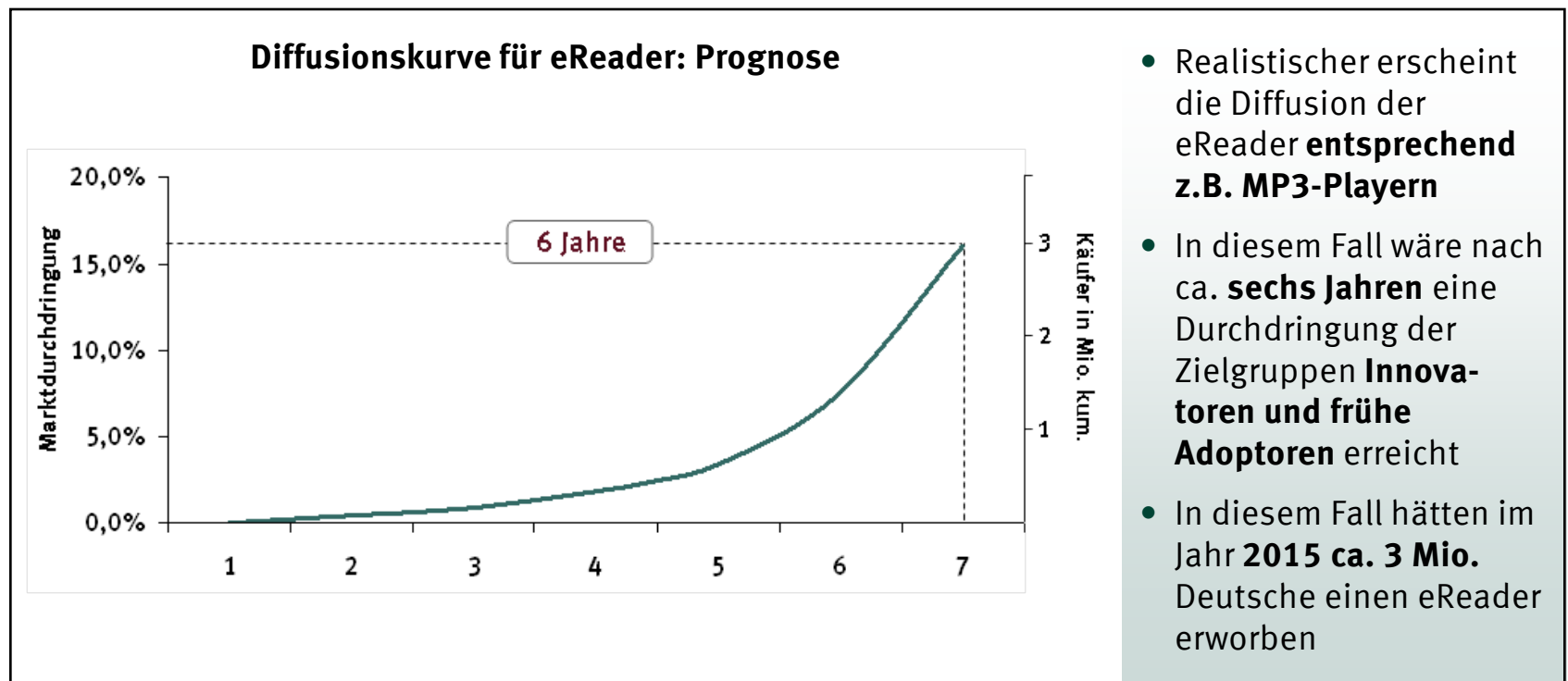
Mithin geht Kirchner + Robrecht von einer langsameren Diffusion als im Best Case des DVD-Players aus [1]

3 Best Case Diffusionskurve eReader



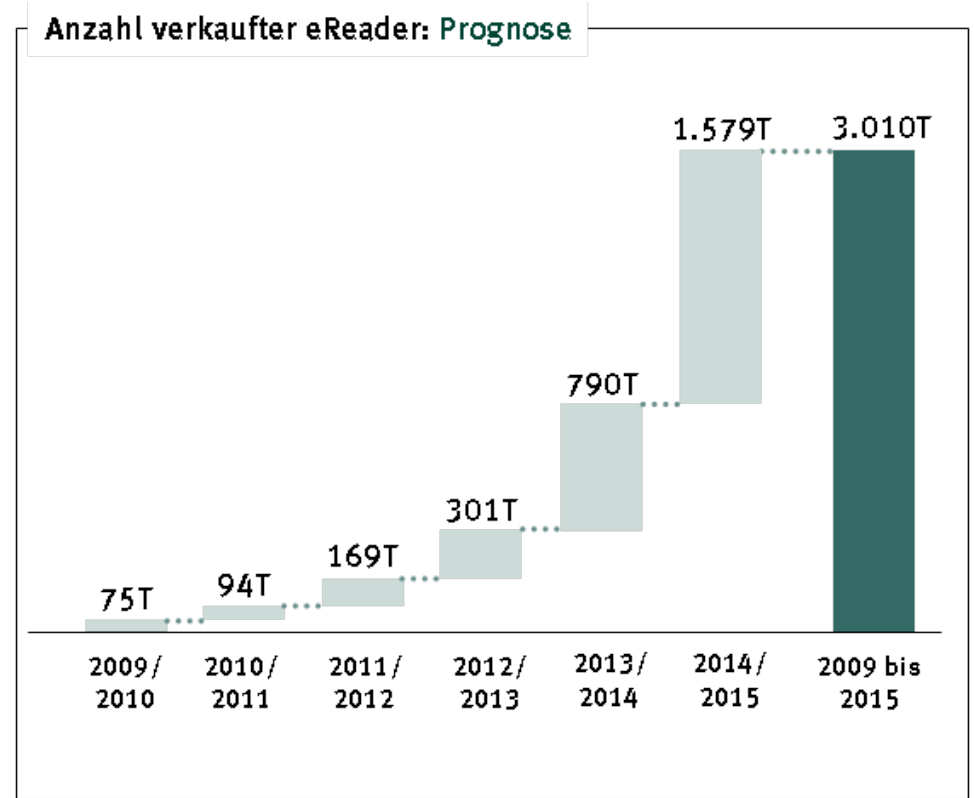
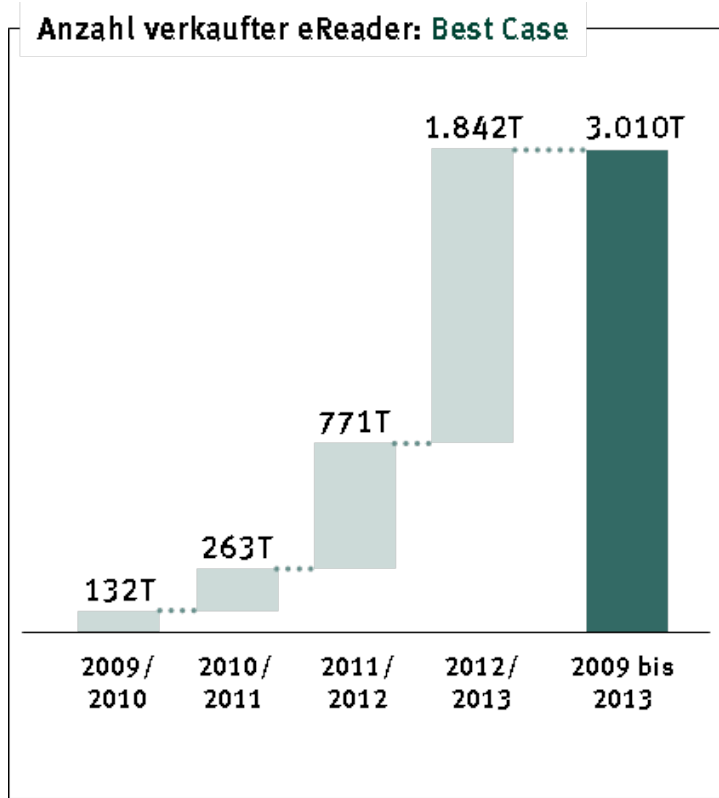
Mithin geht Kirchner + Robrecht von einer langsameren Diffusion als im Best Case des DVD-Players aus [2]

3 Prognostizierte Diffusionskurve eReader



Bis Mitte 2010 ist mit rund 80.000 Käufern von eReadern zu rechnen, im Best Case wären es 130.000 verkaufte eReader

3 Anzahl verkaufter Geräte Best Case und Prognose



Das Gesamtpotenzial für eReader beträgt ca. 19 Mio. Stück, bis Mitte 2010 werden ca. 80.000 Geräte erworben, erst im Zeitraum 2013 / 2014 erhält der Markt einen starken Schub

Diffusionsverlauf der eReader: Zusammenfassung der Annahmen und der Ergebnisse

Zusammenfassung der wichtigsten Annahmen

- Zeitpunkt der Markteinführung: kommerziell und massentaugliches Angebot von eReadern, hier wird **Mitte 2009** angesetzt
- Das angenommene **Gesamt-Marktpotenzial** beträgt **18,8 Mio. potenzielle eReader-Nutzer** in Deutschland
- Betrachtet wird ausschließlich der **private, durch Buchinhalte getriebene Konsumentenmarkt**
- Ein Vergleich der Diffusionsverläufe ausgewählter, elektronischer Geräte zeigt, dass die Durchdringung der Zielgruppen „Innovatoren“ und „Frühe Adoptoren“ im **Best Case** ca. **4 Jahre** dauert
- **Realistischer** ist jedoch ein Verlauf ähnlich wie beim Mobiltelefon und beim MP3-Player, bei denen eine vergleichbare Marktdurchdringung erst nach ca. **6 Jahren** erreicht wurde

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

- Die Zielgruppe der **Innovatoren** für eReader umfasst **rd. 0,5 Mio.** Deutsche (2,5% des Marktpotenzials)
- Die Zielgruppe „**Frühe Adoptoren**“ hat demnach eine Größe von **rd. 2,5 Mio.** Deutschen (13,5% des Marktpotenzials)
- Im **Best Case** werden von Mitte 2009 bis Mitte 2010 **130.000** Deutsche einen eReader erwerben
- Kirchner + Robrecht geht davon aus, dass **von Mitte 2009 bis Mitte 2010 ca. 80.000** Deutsche einen eReader erwerben werden
- Nach dieser Prognose erreicht der Markt in den Jahren **2013 bis 2014** einen **starken Schub**, in diesem Zeitraum werden **ca. 1 Mio. eReader** im Einsatz sein

1 ▶ **Der aktuelle Markt für eBooks und eReader**

2 ▶ **Prognose der Marktentwicklung für eReader**

3 ▶ **Effekte auf den eBook-Markt**

4 ▶ **Fazit und Ausblick**

Zur Abschätzung des Einflusses der eReader auf den Markt für eBooks werden drei Modellrechnungen angestellt

eBook-Absatz: Basisdaten und Annahmen Modellrechnung

Basisdaten Buchabsatz

- Derzeit kauft jeder deutsche private Buchkäufer durchschnittlich ca. **11 gedruckte Bücher pro Jahr**¹
- Die Anzahl der in Deutschland von Konsumenten insgesamt gekauften Bücher lag 2007 bei **384 Mio. Stück**¹
- Im Vergleich zum gedruckten Buch und seinen Käufern
 - ... liegen die Preise für elektronische Bücher derzeit unter den gedruckten Versionen
 - ... bieten die Vertriebswege für eBooks eine schnellere Verfügbarkeit der Inhalte
 - ... kann eine größere Vielfalt an Büchern unterwegs mitgeführt werden
 - ... ist insbesondere in den Zielgruppen der Innovatoren und frühen Adoptoren mit überdurchschnittlich vielen Intensivnutzern zu rechnen
- Somit ist davon auszugehen, dass eReader-Besitzer eine höhere Kaufhäufigkeit als der Durchschnittskäufer gedruckter Bücher aufweisen werden
- Fraglich ist, inwiefern eReader-Besitzer ihren Buchkonsum auf eBooks verlagern oder diese zusätzlich zu gedruckten Büchern erwerben werden

Annahmen Modellrechnung

- Kirchner + Robrecht stellt daher folgende **Modellrechnungen** auf Basis der Prognose der Diffusion des eReaders auf:
 - **Schlechtester Fall:** eReader-Besitzer kaufen pro Jahr wesentlich weniger eBooks zur Nutzung auf dem eReader als der durchschnittliche Privatkäufer heute.
Annahme: durchschnittlich **5 eBooks p.a.**
 - **Mittlerer Fall:** eReader-Besitzer kaufen pro Jahr ebenso viele eBooks zur Nutzung auf dem eReader wie der durchschnittliche Privatkäufer heute.
Annahme: durchschnittlich **11 eBooks p.a.**
 - **Bester Fall:** eReader-Besitzer kaufen pro Jahr wesentlich mehr eBooks zur Nutzung auf dem eReader als der durchschnittliche Privatkäufer heute.
Annahme: durchschnittlich **20 eBooks p.a.**
- Zudem wurde auf Basis des Marktvolumens von 2007 der **anzunehmende Marktanteil** der eBooks ausgewiesen; hierbei wurde das Marktvolumen von 384 Mio. fortgeschrieben

¹ Quelle: GfK „Der Buchmarkt in Deutschland 2007“
eBooks und eReader: Marktpotenziale in Deutschland

Im schlechtesten Fall werden bis Mitte 2010 unter 400.000 eBooks von eReader-Besitzern erworben, im besten Fall rd. 1,5 Mio.

eBook-Käufe durch eReader-Besitzer: Modellrechnungen (Angaben in Mio. Stück)

Jahr*	eReader-Besitzer	Absatz eBooks „Schlechtester Fall“ [Angaben in Klammern: Marktanteil]	Absatz eBooks „Mittlerer Fall“ [Angaben in Klammern: Marktanteil]	Absatz eBooks „Bester Fall“ [Angaben in Klammern: Marktanteil]
2009-2010	0,08	0,38 [0,1%]	0,83 [0,2%]	1,50 [0,4%]
2010-2011	0,17	0,85 [0,2%]	1,86 [0,5%]	3,38 [0,9%]
2011-2012	0,34	1,69 [0,4%]	3,72 [1,0%]	6,77 [1,8%]
2012-2013	0,64	3,20 [0,8%]	7,03 [1,8%]	12,78 [3,3%]
2013-2014	1,43	7,14 [1,9%]	15,72 [4,1%]	28,58 [7,4%]
2014-2015	3,01	15,04 [3,9%]	33,09 [8,6%]	60,16 [15,7%]

*Angaben jeweils für den Zeitraum von Jahresmitte bis Jahresmitte. Quelle: eigene Berechnung

1 ▶ **Der aktuelle Markt für eBooks und eReader**

2 ▶ **Prognose der Marktentwicklung für eReader**

3 ▶ **Effekte auf den eBook-Markt**

4 ▶ **Fazit und Ausblick**

Angesichts der prognostizierten Entwicklung des eReader- und eBook-Marktes sollten sich insbesondere Buchverlage intensiv mit dem Thema auseinandersetzen

Fazit und Ausblick

Kernergebnisse der Studie

- Trotz des derzeitigen Hypes um eReader und eBooks zeigt die entwickelte Prognose, dass sich der Markt für eReader in den nächsten Jahren zunächst **verhalten aber doch stetig** entwickeln wird
- Dies bietet Verlagen die Möglichkeit, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen und sich auf die **neuen Herausforderungen vorzubereiten**
- Aufgrund der Erfahrungen der Musikbranche mit dem Aufkommen digitaler Endgeräte und entsprechender Vertriebswege ist dies **dringend angeraten**
- Dies betrifft zunächst in erster Linie **Fach- und Buchverlage**, aber in einigen Jahren werden sich eReader auch für **Zeitschriften und Tageszeitungen** zu einem interessanten Ausgabegerät entwickeln
- Auch der **Buchhandel** wird sich im Laufe der nächsten Jahre auf neue Anforderungen und Herausforderungen vorbereiten müssen
- Hierbei ist zu berücksichtigen, dass eReader erst am **Anfang ihrer Entwicklung** stehen, viele weitere zusätzliche Funktionen sind denkbar

Handlungsfelder für Verlage

- Entwicklung einer auf die eigenen Zielgruppen abgestimmten **eBook-Strategie**:
 - Sind unsere Zielgruppen eher Innovatoren? Oder eher späte Adoptoren?
 - Was bedeutet dies für unsere Markteintrittsstrategie? Mit welchen Produkten und/oder Services wollen wir den Markt wann angehen?
- Entwicklung geeigneter **Geschäftsmodelle** für digitale Inhalte:
 - Welche Geschäftsmodelle gibt es am Markt? Welche können wir etablieren?
 - Sollen bestehende Inhalte anders, z.B. fragmentiert, angeboten werden?
 - Sollen bestehende Produkte z.B. mittels Features und Specials aufgewertet werden?
- Überprüfung der **Vertriebsstrategie**: Sind Veränderungen der Vertriebsstruktur sinnvoll bzw. erforderlich?
- Strategie-adäquate **Anpassung der Prozesse und Systeme** in Lektorat, Herstellung und Vertrieb: Wie müssen unsere Prozesse angepasst werden und unsere IT aufgestellt sein, um zukünftige Anforderungen zu erfüllen?

Ihr Ansprechpartner

Dr. Marco Olavarria

Martin-Buber-Str. 18

D-14163 Berlin

Tel +49 (030) 88 03 39 4 - 22

Fax +49 (030) 88 03 39 4 - 36

marco.olavarria@kirchner-robrecht.de

www.kirchner-robrecht.de

Disclaimer

Die vorliegende Studie basiert auf frei verfügbaren Informationen. Alle hierin enthaltenen Angaben, Informationen und getroffenen Aussagen basieren auf Quellen, die von uns für zuverlässig erachtet wurden. Die Inhalte dieser Studie wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Kirchner + Robrecht management consultants übernimmt jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Inhalte Dritter sind als solche gekennzeichnet.

Die aufgrund der verwendeten Quellen in der Studie geäußerten Meinungen und Prognosen stellen unverbindliche Werturteile von Kirchner + Robrecht management consultants dar, für deren Richtigkeit und Vollständigkeit keinerlei Gewähr übernommen werden kann. Alle Angaben in der Studie beziehen sich ausschließlich auf den Zeitpunkt der Erstellung der Unterlagen.

© Kirchner + Robrecht GmbH Frankfurt am Main / Berlin, 2009

Fotonachweis:

S. 1: amazon.com (kindle 2)

S. 5 von links nach rechts:

- www.marketing-boerse.de, Leitfaden Online-Marketing, Hrsg.: Torsten Schwarz
- www.sony.de/pressrelease/id/1223895737172 (Sony PRS 505)
- amazon.com (kindle 2)
- www.irextechnologies.com/about/press (iRex DR1000)