INITIALEN 17

Kristin Lulei

E-Books kaufen, abonnieren, leihen?

Eine Analyse auf Basis einer Konsumentenbefragung

Copyright © 2015 Mainzer Institut für Buchwissenschaft
ISBN: 9783945883112

Kristin Lulei

E-Books kaufen, abonnieren, leihen?

Eine Analyse auf Basis einer Konsumentenbefragung

Mainzer Institut für Buchwissenschaft

INITIALEN

Kristin Lulei
studierte Buchwissenschaft, Volkswirtschaftslehre und Publizistik an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

INITIALEN 17

Kristin Lulei

E-Books kaufen, abonnieren, leihen?

Eine Analyse auf Basis einer Konsumentenbefragung

© 2015 Mainzer Institut für Buchwissenschaft

Gesetzt aus Minion Pro und Myriad Pro
in der Lehrdruckerei des Instituts für Buchwissenschaft
von Carina Roth, Vanessa Theobald und Bianca Voigt

Lektorat Jasmin Jasmer, Stefan Müller und Elisa Anders

unter Mitarbeit von Jennifer Hardt und Valerie Reiter

Druck und Bindung BoD – Books on Demand, Norderstedt

Print ISBN 978-3-945883-06-8
EPUB ISBN 978-3-945883-07-5
PDF ISBN 978-3-945883-11-2

INHALT

Abbildungsverzeichnis 3
Tabellenverzeichnis 3

1 Einleitung: Entwicklung und Akzeptanz von E-Books 5
1.1 Schnelllebige E-Books und unsichere Konsumenten 5
1.2 Fragestellung und Vorgehen 7
1.3 Forschungsbericht 10
1.4 Verwendete Quellen und Literatur 10

2 Medienökonomische und medienrechtliche Eigenschaften von E-Books 12
2.1 Das E-Book als digitales Informationsgut 12
2.2 Das E-Book als Innovationsgut 18
2.3 Das E-Book als tertiäres Medium und Systemgut 19
2.4 Das E-Book als handelsfähiges Gut? 21
2.5 Das E-Book als meritorisches Gut? 26

3 Geschäftsmodelle für E-Books 31
3.1 Einordnung des Begriffs Geschäftsmodell 31
3.2 Typologie der E-Book-Geschäftsmodelle 35
3.3 Kaufbasierte Geschäftsmodelle 37
3.3.1 Übertragung des Print-Kaufmodells auf digitale Bücher 37
3.3.2 Verlagswebshops, Buchhändler-Portale und Online-only-Angebote – Beispiele kaufbasierter Geschäftsmodelle 41
3.3.3 Crowdfunding und Bezahlung nach eigenem Ermessen – Alternativen klassischer kaufbasierter E-Book-Geschäftsmodelle 53
3.4 Nutzungs- und mietbasierte Geschäftsmodelle 60
3.4.1 Metered Model, Freemium, Abonnement, Flatrate – Formen nutzungs- und mietbasierter Geschäftsmodelle 60
3.4.2 E-Book-Miete,Leihbibliotheken und All-you-can-read-Flatrates – Beispiele nutzungs- und mietbasierter Geschäftsmodelle 63
3.4.3 Werbefinanzierung, Sponsoring und Data Mining – Alternativen nutzungsbasierter Geschäftsmodelle mit indirekter Erlösgenerierung 68

4 E-Books im Aufwind? Ergebnisse der Konsumentenbefragung 70
4.1 Entstehung der Studie und Beschreibung des Studiensteckbriefes 70
4.2 Häufigkeit der E-Book-Nutzung und Wahl des Lesegeräts 76
4.3 Was für E-Books spricht: wahrgenommene Pro-Argumente 82
4.4 Was von E-Books abschreckt: wahrgenommene Contra-Argumente 85
4.5 Zahlungsbereitschaft und Preissensibilität 90
4.6 Einschätzung des Kaufverhaltens für gedruckte und digitale Bücher 90
4.7 Einschätzungen und Absichten des zukünftigen Nutzungsverhaltens 93
4.8 Einschätzung zu Leih-, Flatrate- und Abonnement-Modellen 96

5 Implikationen der Konsumentenmeinung auf die Wahl des passenden Geschäftsmodells 102
5.1 Verbreitung und Akzeptanz von E-Books und ihren Lesegeräten ... 102
5.2 Wahl des Lesegerätes: Leih-Flatrate für Smartphone und Tablet, gekaufte Einzel-E-Books für E-Reader 103
5.3 Wahrnehmung von E-Reading-Vorteilen und -Nachteilen 104
5.4 Preissensibilität und Kaufbereitschaft beim E-Book-Kauf sowie bei Flatrates und Abonnements 105

6 Fazit 106

Literaturverzeichnis 108
Gedruckte Quellen 108
Ungedruckte Quellen 108
Internetquellen 108
Forschungsliteratur 119

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 Circulus Virtuosus nach Clement, Blömeke und Sambeth 8
Abbildung 2 Einordnung der Güterformen nach Konsumrivalität und Ausschlussprinzip 16
Abbildung 3 Geschäftsmodell, Partialmodelle und Dimensionen 34
Abbildung 4 Vier-Felder-Matrix möglicher Erlösmodelle für die E-Book-Distribution 36

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1 Überblick Anbieter kaufbasierter Geschäftsmodelle 54
Tabelle 2 Wortlaut der in der Befragung zum Einsatz gekommenen Fragen und Antwortmöglichkeiten 72
Tabelle 3 »Nutzen Sie elektronische Bücher (E-Books)?« (Q1) 77
Tabelle 4 »Wir haben im Folgenden einige Geräte, mit denen man elektronische Bücher (E-Books) lesen kann, aufgelistet. Bitte geben Sie an, welche dieser Geräte Sie persönlich zum Lesen von E-Books nutzen.« (Q2) 79
Tabelle 5 Nutzungspräferenzen der E-Book-Leser, die nach eigenen Angaben »täglich« oder »mehrmals pro Woche« auf elektronischen Geräten lasen 80
Tabelle 6 »Welche der folgenden Argumente sprechen für Sie für den Kauf und die Nutzung von E-Books? Bitte wählen Sie Argumente aus, die aus Ihrer persönlichen Sicht zutreffen.« (Q3) 83
Tabelle 7 »Welche der folgenden Argumente sprechen für Sie gegen den Kauf und die Nutzung von E-Books? Bitte wählen Sie Argumente aus, die aus Ihrer persönlichen Sicht zutreffen.« (Q4) 87
Tabelle 8 »Wie hoch sollte der Preis für ein E-Book im Vergleich zum günstigsten Preis der Printausgabe sein?« (Q5) 89
Tabelle 9 »Bitte geben Sie an, wie viele Bücher – in gedruckter und elektronischer Form – Sie in den letzten 12 Monaten gekauft haben.« (Q6) 91

Tabelle 10 Wortlaut der gleichen Frage aus der PwC-Studie von 2010: »Wie viele E-Books haben Sie in den letzten 12 Monaten gekauft? Wie viele gedruckte Bücher haben Sie in den letzten 12 Monaten gekauft?« 93
Tabelle 11 »Wir haben einige Aussagen zum Lesen von E-Books zusammengestellt. Bitte bewerten Sie die nachfolgenden Aussagen danach, ob diese auf Sie persönlich zutreffen.« (Q7) 94
Tabelle 12 »Wir haben einige Aussagen zum Lesen von E-Books zusammengestellt. Bitte bewerten Sie die nachfolgenden Aussagen danach, ob diese auf Sie persönlich zutreffen.« (Q7); Aussagen zur E-Book-Ausleihe 97
Tabelle 13 Unabhängig davon, ob Sie E-Books zurzeit nutzen oder nicht: »Wie hoch dürfte ein monatliches Abonnement zum unbegrenzten Lesen von E-Books sein [und was müsste das Angebot aus Ihrer Sicht beinhalten]?« (Q8, Frageteil in Klammern einzeln ausgewertet) 98
Tabelle 14 »Unabhängig davon, ob Sie E-Books zurzeit nutzen oder nicht: Wie hoch dürfte ein monatliches Abonnement zum unbegrenzten Lesen von E-Books sein und was müsste das Angebot aus Ihrer Sicht beinhalten?« (Q8) 101

1 EINLEITUNG: ENTWICKLUNG UND AKZEPTANZ VON E-BOOKS

1.1 Schnelllebige E-Books und unsichere Konsumenten

Nichts Geringeres als eine »Renaissance des Lesens« sah *Amazon.co.uk* in seiner Feststellung, dass britische *Amazon*-Kunden als *Kindle*-Leser durchschnittlich viermal so viele Bücher kaufen wie vor dem Besitz des Lesegeräts.[1]

Nach eigenen Angaben hat *Amazon US* im Jahr 2011 das erste Mal mehr E-Books als gedruckte Bücher verkauft.[2]

Der *Tolino*-Allianz gelang es 2013, den eigenen Marktanteil auf 37 Prozent auszubauen und den Marktführer *Amazon* auf 43 Prozent Marktanteil zurückzudrängen.[3]

1 Vgl. Malik, Shiv: Kindle ebook sales have overtaken Amazon print sales, says book seller. For every 100 hardback and paperback books it sells on its UK site, 114 ebooks are downloaded in ›reading renaissance‹, 06.08.2012. theguardian.com. URL: http://www.theguardian.com/books/2012/aug/06/amazon-kindle-ebook-sales-overtake-print [04.02.2014].

2 Vgl. publishersweekly.com: Amazon.com Now Sells More E-books than Print Books. 19.05.2011. publishersweekly.com. URL: http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/47350-amazon-com-now-sells-more-e-books-than-print-books.html [04.02.2014].

3 Devlin, Clare: E-Book-Reader Tolino – Auch Deutschland kann Kindle. Wirtschaftswoche. URL: http://www.wiwo.de/technologie/gadgets/e-book-reader-tolino-auch-deutschland-kann-kindle/v_detail_tab_print/9238024.html [19.12.2013].

Während eines Pilot-Projekts im Jahr 2013 bot der Online-Händler *Amazon* an Automaten an amerikanischen Flughäfen und in Einkaufszentren *Kindle*-Lesegeräte und Zubehör zum Verkauf an.[4]

In Deutschland verschenkt *Mc Donald's* seit Ende 2013 über die Plattform *Happy Studio* E-Books für Kinder.[5]

Bezahl-E-Book-Flatrates bekamen im Februar 2014 mit *readfy* eine Konkurrenz, die für die Zukunft des E-Readings auf ein werbefinanziertes Leihmodell setzt.[6]

Schon eine kleine Auswahl an Meldungen über die E-Book-Entwicklungen der vergangenen Jahre zeigt, dass auf dem E-Book-Markt in Deutschland und weltweit zuletzt einiges in Bewegung war. In Deutschland brauchte das E-Book zwar viel Zeit, um sich ein Stück weit zu etablieren, inzwischen lassen sich aber auch hierzulande in den Zügen und Parks immer öfter E-Reader und andere Lesegeräte in den Händen von Lesenden entdecken. Von einem niedrigen Niveau ausgehend sind die Verkaufszahlen für Lesegeräte und E-Books in den letzten Jahren stetig angestiegen. Der Anteil elektronischer Bücher am Gesamtumsatz des deutschen Publikumsmarktes steigerte sich dabei exponentiell, von 0,5 Prozent im Jahr 2000 auf 2,4 Prozent bei der Erhebung von *Buch und Buchhandel in Zahlen 2013*.[7] Die Branche ist im Begriff, existierende Vorurteile und Bedenken abzubauen und sich der neuen Publikationsform und den Möglichkeiten, die diese bietet, zu öffnen. So boten im Jahr 2013 laut einer Umfrage, die im Auftrag des *Börsenvereins des Deutschen Buchhandels* durchgeführt wurde, 53 Prozent der Verlage ihre Neuerscheinungen ebenfalls als E-Book an und auch die Backlist wurde sukzessive digitalisiert. Von den großen Verlagen führten nach eigenen Angaben in den Jahren 2011 und 2012 bereits annähernd 80 Prozent E-Books im

4 Vgl. Bishop, Todd/Soper, Taylor: Surprise: Amazon tests physical retail with ›Kindle Kiosk‹ vending machines. 09.01.2014. GeekWire. URL: http://www.geekwire.com/2014/hands-amazon-tests-physical-retail-kindle-kiosk-vending-machines/ [03.02.2014].

5 Vgl. buchreport.de: Lesefutter von McDonald's. McDonald's bietet kostenlose E-Books an. 13.01.2014. buchreport.de. URL: http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2014/01/13/lesefutter-von-mcdonalds.htm [03.02.2014].

6 Vgl. buchreport.de: »Wir wollen die disruptive Kraft sein«. E-Book-Verleih Readfy startet in dieser Woche. 31.01.2014. buchreport.de. URL: http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2014/01/31/wir-wollen-die-disruptive-kraft-sein.htm [03.02.2014].

7 Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.: Buch und Buchhandel in Zahlen 2013. Frankfurt am Main 2013, S. 23.